



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

**Impacte noves tecnologies en el sector turístic**

# L'impacte de les noves tecnologies en la competitivitat de les empreses turístiques de la comarca de l'Alt Empordà

Octubre 2012

## Comissió assessora



Consell Comarcal  
de l'Alt Empordà  
Promoció Econòmica



ALT EMPORDÀ TURISME  
CATALUNYA-COSTA BRAVA



ASSOCIACIÓ  
D'EMPRESARIS  
D'ACTIVITATS  
D'HOSTALERIA  
DE L'ALT EMPORDÀ

alterego  
ADS

Mas del Joncar



## Suport tècnic

## Finançament



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa  
i Ocupació

Unió Europea  
Fons social europeu  
L'FSE inverteix en el teu futur



Àrea de Promoció Econòmica del Consell Comarcal de l'Alt Empordà

Carrer Clerch i Nicolau, 4 17600 Figueres - Telèfon: 972514470 - email: [promocio@altemporda.org](mailto:promocio@altemporda.org) - Web: [www.altemporda.org](http://www.altemporda.org)



## Índex

Presentació.....	3
Introducció.....	5
Metodologia.....	7
Disseny de la mostra.....	8
Descripció dels qüestionaris.....	9
Metodologia de treball.....	12
Resultats.....	13
Conclusions.....	42
Turisme rural.....	44
Restauració.....	45
Càmpings.....	46
Hoteleria.....	48
Activitats turístiques.....	49
Bibliografia.....	51
Participants.....	52
Annexes.....	53
Annex 1: Glossari.....	54
Annex 2: Iniciatives innovadores.....	57
Annex 3: Llocs webs analitzats i empreses entrevistades personalment.....	61
Annex 4: El sector hoteler segons la categoria de l'hotel.....	65



## Presentació

L'estudi de les noves tecnologies en el sector del turisme respon a les necessitats detectades per Dolors Colomer Cotta, AODL en prospecció d'empreses, que l'any 2011 va identificar situacions concretes d'establiments turístics que visualitzaven mancances en l'aplicació de les noves tecnologies de la informació en la seva competitivitat.

A partir d'aquí, vaig decidir promoure el projecte Impacte de les Noves Tecnologies de la Informació en el Sector del Turisme de l'Alt Empordà, les línies conductores del qual vaig marcar conjuntament amb la Dolors a través de sessions de contrast.

Afortunadament, el projecte va comptar, l'any 2011, amb el cofinançament del Servei d'Ocupació de Catalunya – Departament de Treball i el Fons Social Europeu en la línia d'AODL per poder-lo desenvolupar.

Per portar-lo a terme ha estat clau la figura de la Gemma Nadal Gelada, AODL en investigació i estudis, i autora de l'estudi que us presento. Experta en noves tecnologies de la informació, ha realitzat un treball exhaustiu per copsar la realitat de les empreses del sector turístic de la comarca en aquesta temàtica i ens ofereix la possibilitat que entre tots i totes hi reflexionem i puguem emprendre accions que afavoreixin al sector, en particular, i a l'economia comarcal en general.

Per enriquir el projecte hem tingut el plaer de comptar amb la visió, les idees i les propostes dels membres integrants de la Comissió Assessora del projecte, les aportacions dels quals estan incloses en el disseny inicial de l'estudi i en els ítems més importants que cal focalitzar per poder extraure una bona fotografia de la situació objecte d'estudi. A més, són coorganitzadors de la Jornada de difusió de l'estudi i de bones pràctiques empresarials que se celebrarà el proper mes de novembre. Els agraeixo la disponibilitat i la col·laboració que han tingut en tot moment.

L'Anna Arnay Sellés, experta turística i empresària de l'establiment de turisme rural Mas del Joncar, ha aportat la seva experiència diària i la seva trajectòria en l'aplicació de les noves tecnologies en la difusió i comercialització del seu establiment.

L'Albert Alemany Montiel, informàtic i empresari d'Alter Ego especialitzada en noves tecnologies de la informació, consultor i formador, ha aportat els seus coneixements sobre les últimes tendències -tan en possibilitats d'aplicació, programari i eines, ones pràctiques i aplicacions del dia a dia, entre molts altres.



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

En Carles Turbert Pagès, gerent de Comerç Figueres i de l'Associació d'Hostaleria de l'Alt Empordà, ens ha donat la visió pràctica de les necessitats d'empresaris i empresàries i ens ha permès adaptar els formats i continguts a les seves especificitats i característiques.

L'Esther Ferrer Geli, experta en turisme i professional de l'Associació Alt Empordà Turisme, ha aportat el seu coneixement sobre el sector, les necessitats i característiques dels associats, i una visió global i integradora que ens ha permès relacionar el projecte en aspectes nous que no s'havien plantejat.

En Martí Carbó Carreté, expert en comercialització, ha intervingut en el rol de client per donar-nos la visió d'un dels principals actors d'aquest projecte. Ell s'ha centrat en què busca, què necessita, què mira i com contracta el client a través d'Internet, entre altres. Sempre recordaré el dia que va dir: "Si un hotel no té wifi, ni me'l miro".

La Sandra Gard Buscarons, experta en màrqueting i noves tecnologies de la informació i tècnica del Pla de Barris de l'Ajuntament de Figueres, i empresària de Golden Quads, ha aportat la seva experiència en els dos sectors d'activitat que estem explorant, energia, frescor, reflexió i dinamisme en el procés.

Per finalitzar la presentació, vull agrair també la disposició i el suport tècnic de la Natàlia Adell Calvet dels Serveis Tècnics de Recerca de la Universitat de Girona, que ha aportat el rigor necessari per garantir la fiabilitat de l'estudi; i de l'Olga Sabater Armengou, cap de turisme del Consell Comarcal de l'Alt Empordà i gerent de l'Associació Alt Empordà Turisme, que ha participat en la coorganització de la jornada i ha aportat el seu coneixement sobre l'empresariat i la manera com fer arribar el missatge als participants.

Us deixo ara amb el treball que ha dut a terme la Gemma Nadal i Gelada. Desitjo que us sigui profitós i que us pugui aportar reflexions pel present i projectes per al futur.

Carme Capallera Arnau, cap de l'Àrea de Promoció Econòmica del Consell Comarcal de l'Alt Empordà i directora del projecte.



## Introducció

El sector turístic s'està afrontant a un nou entorn molt dinàmic i que canvia de manera constant, això implica que s'han de re definir i adaptar-se constantment a les necessitats del mercat. L'època actual es caracteritza per la transformació social, econòmica i cultural associada a processos de canvi fonamentals, com són l'avanç tecnològic i la transformació organitzativa.

L'entrada de les noves tecnologies al sector dels serveis ha facilitat la creació d'un entramat de relacions sinèrgiques entre la indústria de la informació i dels sectors terciaris tradicionals cap a nous formats digitals, generant un ampli ventall d'innovacions associades a processos i a productes.

Aquest fet fa que les tendències del sector turístic es modifiquin davant les demandes d'un mercat que requereix concepcions més personalitzades i flexibles del producte, i centrar el seu model de gestió del negoci en les necessitats del client.

En els darrers anys, l'aparició de nous agents i canals de comunicació ha implicat un augment de la complexitat en l'estratègia de comercialització, de manera que la identificació, la diferenciació i la gestió d'aquests resulta una tasca cada vegada més complicada.

Les tecnologies digitals s'han anat integrant de manera permanent en el teixit social i sobretot en els espais relacionats amb l'entreteniment, l'oci i el turisme.

Estudis recents manifesten que la innovació en l'àmbit del turisme té unes característiques específiques derivades de les peculiaritats de cada sector. En primer lloc, la intangibilitat i creixent contingut en informació. I, en segon lloc, la interdependència entre les empreses turístiques i els recursos gestionats en el destí en el qual es sostenen.

Aquests estudis demostren l'alt valor assignat a la innovació com a via per a la millora de la competitivitat del sector turístic. Es percep que la innovació i la tecnologia poden contribuir significativament en el desenvolupament i manteniment d'un sector turístic més competitiu, millorant la seva sostenibilitat global.

Els consumidors de turisme, cada vegada busquen productes turístics més personalitzats i serveis intel·ligents que els hi proporcionin informació d'alta qualitat. Les empreses s'enfronten al desafiament de garantir aquestes ofertes de forma moderna, interactiva, accessible i fiable, en això es basa la seva competitivitat.

A Espanya un de cada deu passatgers compra els seus viatges *on-line*. El 96% que van viatjar l'any 2009 va consultar Internet abans de fer-ho i el 67% va fer alguna reserva. (Turespaña, 2010)





És més important que mai, apostar per la innovació i veure-la com a la millor oportunitat per a impulsar la competitivitat del sector. Un sector que és i continuarà essent un dels puntals d'aquest país per a sortir de la crisi. Per fer-ho és necessari que tots els actors implicats en aquest sector: **siguin valents** i no tinguin por a trencar amb vells esquemes; **diversifiquin** i no apostin només per un model cada dia més obsolet de sol i platja; **creen noves ofertes** que atreguin nou turisme de qualitat; **inverteixen en I+D** per a apropar-se als nivells d'altres sectors de l'economia espanyola i d'altres països europeus; **aposten per a la formació** dels seus treballadors; **redueixin les barreres burocràtiques** i s'incrementen les ajudes públiques. (ESADE, 2011)

El present estudi es centra en determinar quina és la situació actual de les empreses del sector turístic pel que fa a l'ús de les noves tecnologies per a poder elaborar propostes d'actuació per intentar millorar la seva competitivitat i l'èxit de la seva activitat empresarial. A més, es centra en detectar les necessitats en l'ús de les noves tecnologies que permetin elaborar un pla estratègic que intenti millorar la capacitat competitiva i l'excel·lència empresarial els professionals del sector turístic.

Partim de diverses hipòtesis derivades del contacte directe amb el sector turístic pel que fa a la prospecció d'empreses. Les hipòtesis inicials són:

1. La majoria de les empreses turístiques de la comarca de l'Alt Empordà ofereixen els seus serveis a través d'Internet.
2. La inversió<sup>1</sup> per part de les empreses turístiques en noves tecnologies és minoritària.
3. Les xarxes socials són poc utilitzades per a les empreses turístiques per a promocionar el seu negoci.
4. La inversió de les empreses en la promoció del seu producte a través d'Internet és baixa.
5. Els llocs webs de les empreses turístiques són rics en contingut, és a dir, tenen imatges sobre l'establiment, tenen la informació de contacte per a què el client es posi en contacte amb ell o bé aporten informació de l'entorn on es troba l'establiment.

A partir del contacte amb el món del sector turístic podem detectar quina és el punt en el que es troben els empresaris turístics en relació a la innovació tecnològica i en com estan adaptant els seus negocis a les tendències del moment. Això ens permetrà elaborar un pla estratègic des del Consell Comarcal per tal d'intentar potenciar el sector turístic de la comarca de l'Alt Empordà.

<sup>1</sup> Com a inversió es refereix en la creació d'un lloc web, implantació de WIFI, motor de reserva, publicitat a la xarxa, etc.



## Metodologia

Els **objectius generals** de l'estudi són:

- Determinar quina és la situació actual de les empreses del sector turístic pel que fa a l'ús de les noves tecnologies per a poder elaborar propostes d'actuació per intentar millorar la competitivitat i l'èxit de la seva activitat empresarial.
- Detectar les necessitats en l'ús de les noves tecnologies que permetin elaborar un pla d'actuació que intenti millorar la capacitat competitivitat i l'excel·lència empresarial dels professionals del sector turístic.

Com a **objectius específics**:

- Fer difusió de la cultura de les noves tecnologies entre els empresaris de la comarca de l'Alt Empordà.
- Identificar el posicionament de les empreses turístiques a la xarxa.
- Identificar les empreses que han invertit en les noves tecnologies per a ser més competitives.
- Identificar les empreses que utilitzen les noves tecnologies.
- Detectar les necessitats de les empreses en l'ús de les noves tecnologies.

Per això s'ha desenvolupat una metodologia específica de treball especialment indicada per a complir amb els objectius. Aquesta metodologia compta amb les següents accions:

- Recull d'informació sobre bones pràctiques en el sector de les noves tecnologies i el turisme.
- Elaboració d'una llista de totes les empreses turístiques que hi ha a la comarca de l'Alt Empordà diferenciades en diferents àrees: turisme rural, hoteleria, càmpings, restauració, activitats turístiques.
- Fer una selecció aleatòria de les empreses que participaran en l'estudi.
- Elaboració de dos qüestionaris per a recollir informació telefònica.



- Elaboració d'entrevistes qualitatives per a recollir informació.
- Elaboració d'un qüestionari per a avaluar el posicionament de les empreses turístiques a la xarxa.
- Realització de trucades als empresaris.
- Realització d'entrevistes personals amb els empresaris.
- Realització de l'avaluació del posicionament a la xarxa que tenen les empreses turístiques de la comarca.
- Anàlisis de les dades i elaboració d'informe dels resultats.

## **Disseny de la mostra**

La mostra per a la realització d'aquest estudi ha estat dissenyada detectant aquelles empreses del sector turístic situades a la comarca de l'Alt Empordà. Per elaborar aquesta llista s'han tingut en compte les següents fonts:

- Itinerània
- Ajuntaments de les 68 poblacions que conformen la comarca de l'Alt Empordà
- Associació Alt Empordà hostaleria
- Associació Alt Empordà Turisme
- Associació de Joves Empresaris de Girona

En total es va obtenir un llistat de 1300 empreses de les quals se'n van seleccionar de manera aleatòria 699 per a formar part de l'estudi, que representen el 54% del total.

<b>Turisme Rural</b>	88
<b>Restauració</b>	300
<b>Hoteleria (hotels, hostals i pensions)</b>	179
<b>Activitats turístiques</b>	98
<b>Càmpings</b>	34
<b>Mostra final d'empreses a entrevistar</b>	<b>699</b>





## Descripció dels qüestionaris

Els qüestionaris s'han elaborat per analitzar els aspectes més rellevants en relació a la gestió de la innovació i l'ús de les TIC per a la millora de la competitivitat de l'activitat empresarial, que permetrà analitzar els objectius d'aquest estudi.

Per això, s'han elaborat:

- Qüestionari per a l'entrevista telefònica
- 2 qüestionaris per a l'entrevista qualitativa
- Qüestionari per a l'avaluació del posicionament de les empreses turístiques a la xarxa.

## Qüestionari per a l'entrevista telefònica

Aquest qüestionari consta de 14 preguntes que s'estructuren en 3 blocs que s'enumeren a continuació:

Bloc	Temàtica	Preguntes
<b>1</b>	<b>Implantació de les TIC a les empreses turístiques</b>	<b>9</b>
	Disposa de connexió a Internet el seu establiment?	
	Disposa de connexió WIFI?	
	Disposa d'ordinadors per a què els clients puguin utilitzar?	
	Amb quina finalitat la seva empresa utilitza Internet?	
	La seva empresa disposa de lloc web?	
	Per quin motiu no disposa de lloc web? (només si no en té)	
	La seva empresa disposa de correu electrònic?	
	Quants anys fa que va crear el lloc web?	
	Qui s'encarrega de gestionar i actualitzar el lloc web?	
<b>2</b>	<b>Utilització de les noves tecnologies en la comercialització</b>	<b>4</b>
	Està present a les xarxes socials? (facebook, Twitter...)	
	Utilitza el posicionament SEM? (adwords)	
	Utilitza el mail-marketing?	
	S'anuncia a portals específics de turisme? (booking, tripadvisor, topreal,...)	
<b>3</b>	<b>Vendes a través de la xarxa</b>	<b>1</b>
	Del total de vendes que té a l'any, quin percentatge aproximat li arriben a través d'Internet?	



### Qüestionari per a l'entrevista qualitativa

Es van crear dos qüestionaris, un per a empresaris que disposen de lloc web i un altre pel que no en tenen.

El **qüestionari per a empresaris que disposen de lloc web** està format per 14 preguntes. Descrites a continuació:

- Per quin motiu va decidir crear un lloc web?
- Qui s'encarrega d'actualitzar aquest lloc web? I de posicionar-lo?
- Teniu alguna persona en plantilla que faci les funcions de community manager<sup>2</sup> o ho feu vosaltres mateixos?
- Quins sistemes utilitza per posicionar el lloc web? Considera que és rentable els posicionaments de pagament? Per quin motiu?
- Quins avantatges i inconvenients es va trobar a l'hora de crear el lloc web?
- Quins avantatges i inconvenients té actualment el seu lloc web?
- Els hi pregunteu als clients com us han conegut? Quins mitjans utilitzen per contactar amb vosaltres? Quin tipus de client contacta amb vosaltres a través d'Internet?
- Del total de clients que teniu, quin percentatge contracten per Internet?
- Utilitzeu algun sistema d'alerta per si a la xarxa es parla del vostre establiment?
- Utilitzeu algun programa que analitzi el vostre lloc web?
- A través del vostre lloc web, de quina manera venen les reserves del seu hotel?
- Quin considera que és el punt fort del seu lloc web?
- I els punts febles?
- Quines previsions té en relació al lloc web?

El **qüestionari per a empresaris que no disposen de lloc web** està format per 14 preguntes. Enumerades a continuació:

---

<sup>2</sup> Per a definició anar a glossari. Annex 1



- Per quin motiu no teniu lloc web?
- Penseu que en un termini curt o llarg creareu un lloc web? En cas afirmatiu, quines dificultats creus que t'hi trobaries?
- Quins avantatges hi trobaríeu?
- Els hi pregunteu als clients com us han conegut?
- A través de quin mitjà els clients contacten amb vosaltres?
- Esteu anunciats en algun portal?
- Col·labores amb alguna empresa que tingui lloc web?
- Sap que a la xarxa hi ha llocs web que valoren establiments turístics? En cas afirmatiu, com gestiona els comentaris que poden fer en aquests portals? Utilitzeu algun sistema d'alerta per si a la xarxa es parla del vostre establiment?
- Quines previsions teniu en relació al lloc web?

## Qüestionari per a l'avaluació del posicionament de les empreses turístiques a la xarxa

Per avaluar el posicionament de les empreses a la xarxa es va crear un qüestionari format per 12 ítems:

- Si tenia informació de contacte amb l'empresa (telèfon, correu electrònic, direcció,...)
- Si el nom de l'empresa coincideix amb la direcció URL.
- A partir de quants idiomes està disponible el lloc web?
- Ofereix informació de l'empresa?
- Ofereix informació de l'entorn? I té links?
- Disposa de mapa per ubicar l'establiment?
- Hi ha disponible les tarifes?
- Disposa l'establiment de zona WIFI?
- Es poden fer reserves a través del lloc web?
- Permet compartir a través de les xarxes socials?



- El lloc web es troba entre els 3 primers en els cercadors (google i bing)?
- El lloc web està anunciat a portals especialitats (campingsonline; booking; tripadvisor; toprrural; escapadarural; trivago; altempordaturisme; associació hostaleria alt empordà; gencat)?

### **Metodologia de treball**

Una vegada dissenyats els qüestionaris i després de seleccionar a les empreses a entrevistar es van realitzar les següents tasques:

- Contacte telefònic amb els empresaris i realització entrevista
- Visita del tècnic a les instal·lacions i realització de l'entrevista
- Visita dels llocs webs de les empreses entrevistades i anàlisi del lloc i els seu posicionament a la xarxa
- Anàlisi de les dades
- Elaboració de l'informe



## Resultats

En aquest apartat es presenten els resultats obtinguts en l'estudi.

S'han localitzat 1300 empreses especialitzades en el sector turístics a la Comarca de l'Alt Empordà. D'aquestes se'n van seleccionar 699 a partir d'una selecció aleatòria.

De les **699** empreses seleccionades, es van **contactar telefònicament amb 339** que representen el 49% del total i la resta **no es van poder localitzar**, en total **360** (51%). Val a dir, que les trucades es van produir en diferents moments del dia durant els mesos de març i maig.

	No localitzades		Localitzades		Total
	Tancades	No contactades	Entrevistades	No volen participar	
<b>Turisme Rural</b>	4	27	52	5	<b>88</b>
<b>Restauració</b>	39	154	94	14	<b>300</b>
<b>Hoteleria</b>	14	55	104	6	<b>179</b>
<b>Activitats turístiques</b>	1	50	46	0	<b>98</b>
<b>Càmpings</b>	0	16	18	0	<b>34</b>
<b>Total</b>	<b>58 (8%)</b>	<b>302 (43%)</b>	<b>314 (45%)</b>	<b>25 (4%)</b>	<b>699</b>
	<b>360 (51%)</b>		<b>339 (49%)</b>		

**Taula1:** Empreses amb les que es va intentar contactar telefònicament.

De les **314** empreses entrevistades telefònicament i que van accedir a formar part de l'estudi, es va fer una selecció aleatòria per a seleccionar aquelles empreses que serien entrevistades personalment i, de la mateixa manera, aquells llocs web que serien analitzats.





	Entrevista telefònica	Entrevista personal	Avaluació web
Turisme Rural	52	1	52
Restauració	94	5	25
Hoteleria	104	5	46
Activitats turístiques	46	3	23
Càmpings	18	2	18
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>16</b>	<b>164</b>

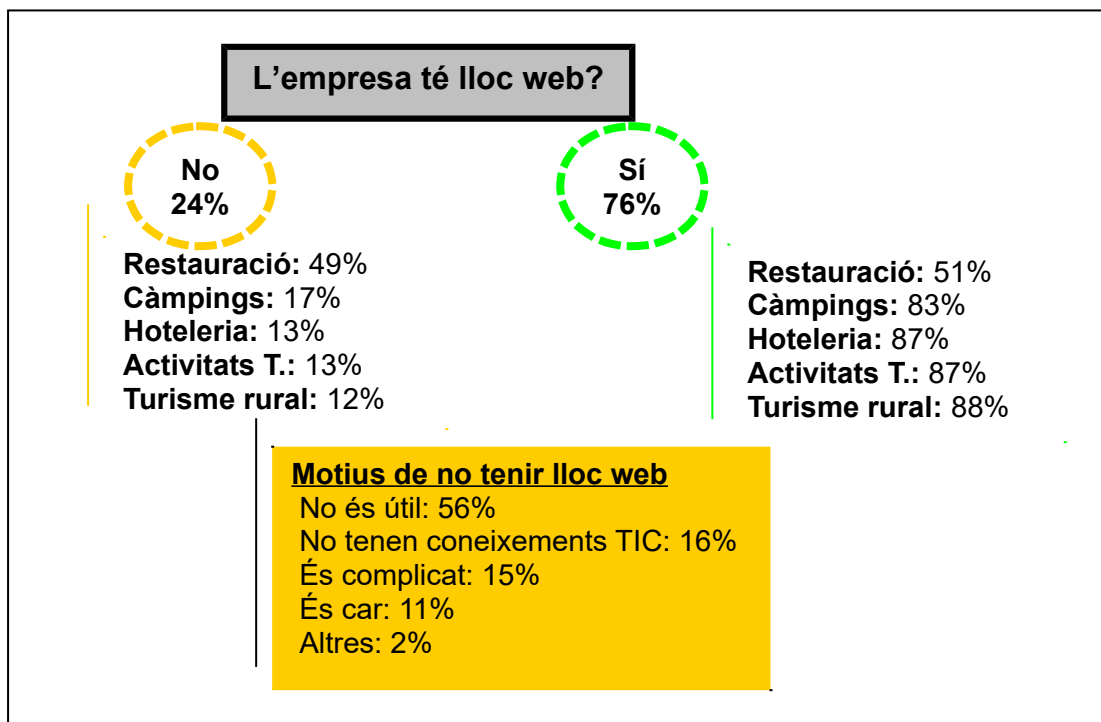
Taula2: Empreses que van participar en l'estudi.

## 1. Implantació de les noves tecnologies a les empreses turístiques de la comarca de l'Alt Empordà

Els resultats que a continuació es presenten ens permeten identificar el percentatge d'empreses que han invertit en les noves tecnologies per a intentar millorar la seva competitivitat en el sector.

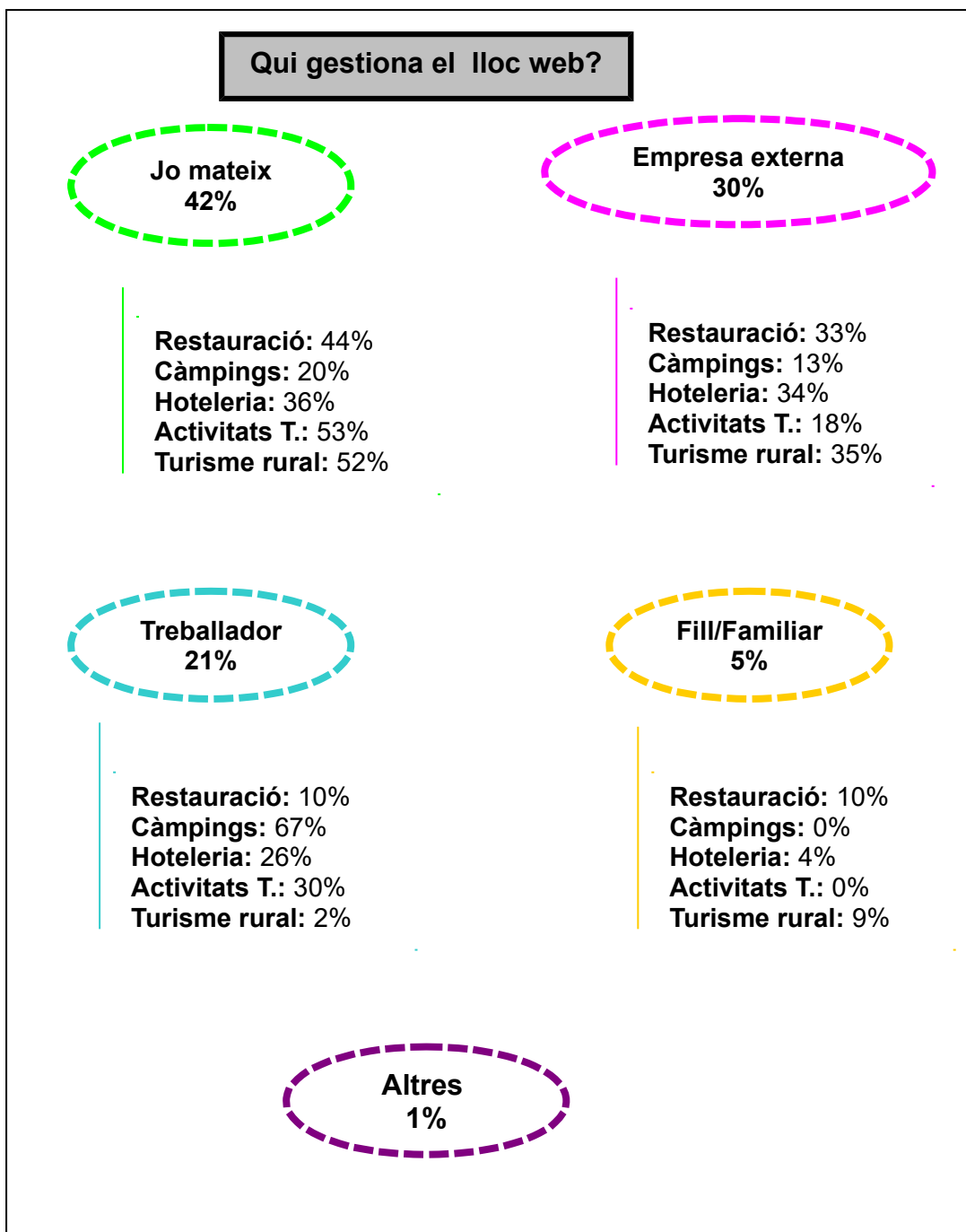
El **76%** de les empreses del sector turístic de la comarca han invertit en la **creació d'un lloc web** per a promocionar el seu negoci. El **24% restant no han invertit** en noves tecnologies principalment perquè consideren que no és útil (56%), seguit dels empresaris que consideren que no tenen coneixements en noves tecnologies (16%), o bé, perquè creuen que és molt complicat (15%) i car (11%).

El sector empresarial que menys ha invertit és la restauració, només el 51% de les empreses disposen de lloc web.



Gràfic 1. Percentatge d'empreses que disposen de lloc web del seu negoci.

De les empreses que disposen de lloc web, principalment ho gestiona el propietari del negoci (42%), però també n'hi ha que contracten empreses externes (30%), o bé, el gestiona un treballador que tenen en plantilla però que no s'hi dedica exclusivament (21%). Per a sectors, el 67% dels **càmpings** aquesta **feina la deriven a un treballador**, el 53% de les empreses **d'activitats turístiques**, el 52% de les empreses de **turisme rural** i el 44% dels **restaurant** són els propietaris els que ho fan aquesta feina.



Gràfic 2: De les empreses que disposen de lloc web, qui els hi gestiona en percentatges.

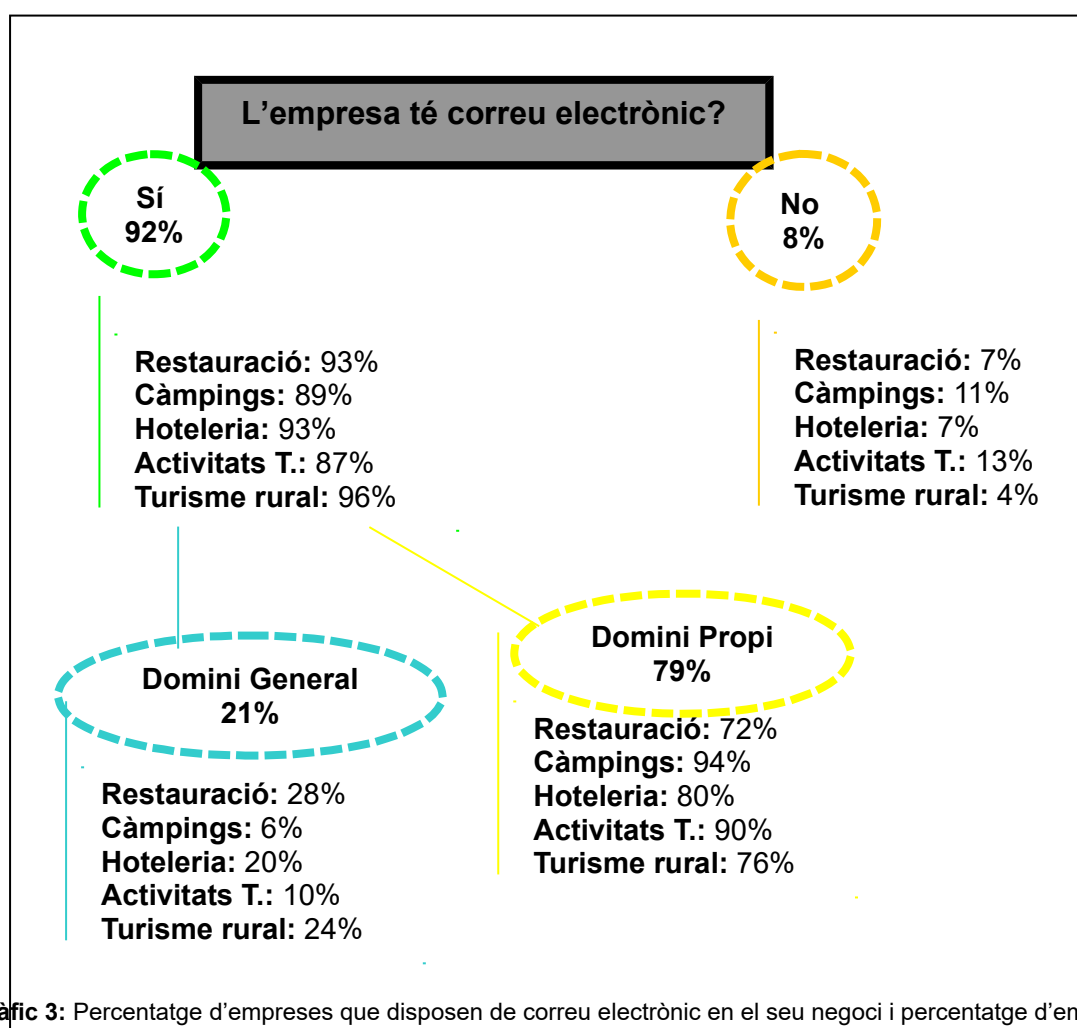
A continuació es troba la gràfica on es veu reflectit el percentatge d'empreses que disposen de correu electrònic en el seu negoci.



El **92%** de les empreses del sector turístic **tenen correu electrònic**. Per a sectors, les empreses que més tenen correu electrònic són: les empreses de turisme rural (96%), les empreses d'hoteleria i restauració (93%).

De les empreses que tenen correu electrònic el **79% han contractat un domini propi**, és a dir, el domini té el nom del seu establiment i el **21% tenen un domini general** i gratuït, per exemple, "gmail.com", "hotmail.com", etc.

Els sectors que més tenen contractat un domini propi destaquen els càmpings amb un 94% i les activitats turístiques amb un 90%.



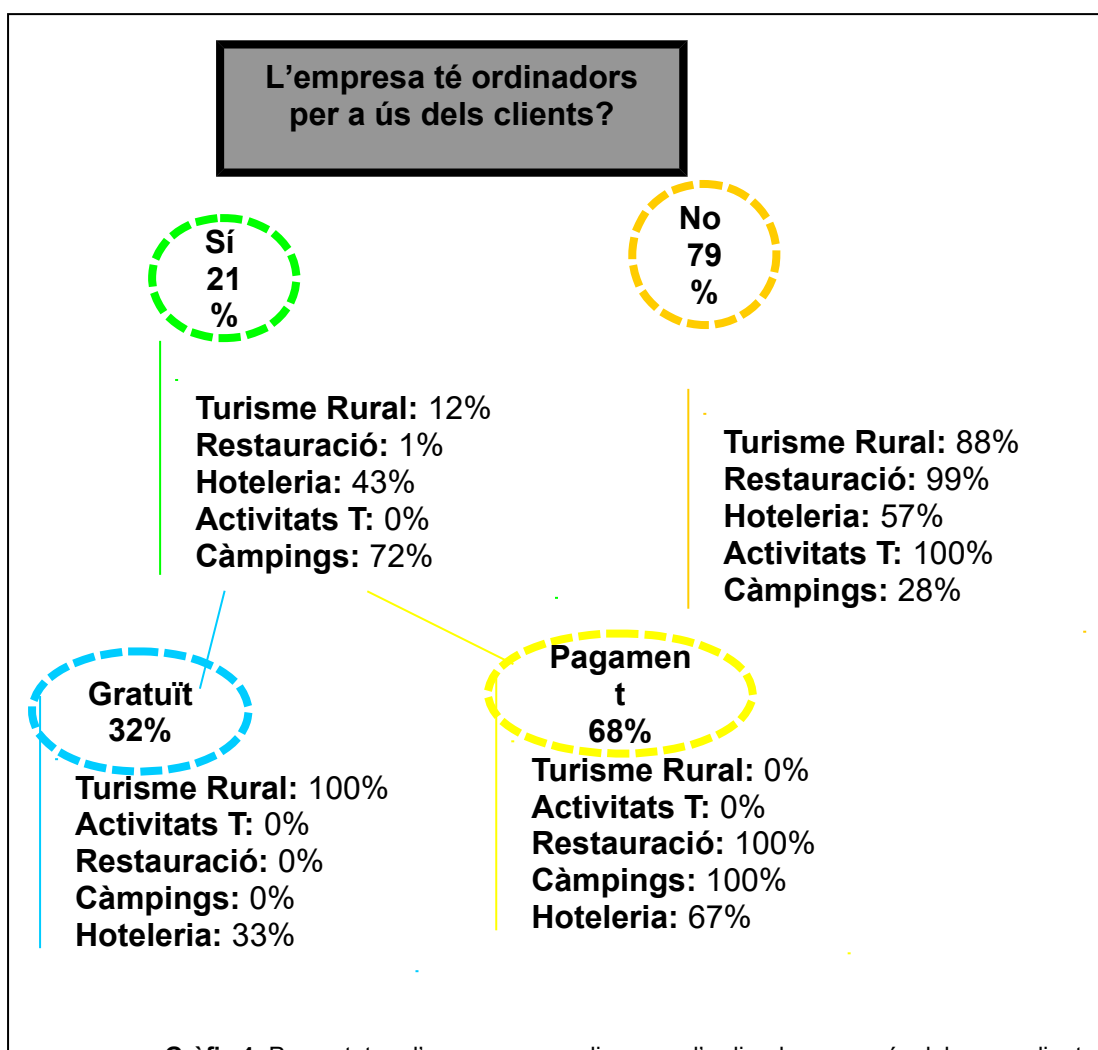
**Gràfic 3:** Percentatge d'empreses que disposen de correu electrònic en el seu negoci i percentatge d'empreses que han contractat un domini propi per al seu correu electrònic.

A la gràfica següent s'observa el percentatge d'empreses que disposen d'ordinadors per als seus clients i si aquests els ofereixen de manera gratuïta o de pagament.



El **79%** de les empreses turístiques de la comarca **no disposen d'ordinadors** per als seus clients. Per a sectors destaquen el 100% de les empreses d'activitats turístiques, el 99% de les empreses de restauració i el 88% de les empreses de turisme rural no tenen ordinadors per als seus clients.

Pel que fa a les empreses que **sí tenen ordinadors (21%)**, en destaquen els càmpings amb el 72% i l'hoteleria amb el 43%. De les empreses que disposen d'ordinadors, el **68%** els té de **pagament** i el **32%** els ofereix de manera **gratuïta**. El 100% dels càmpings i restaurants, i el 67% dels hotels entrevistats ofereixen de pagament els ordinadors als seus clients. El turisme rural és l'únic que ofereix els ordinadors amb seu clients de manera gratuïta (100%).



Gràfic 4: Percentatge d'empreses que disposen d'ordinadors per a ús dels seus clients.

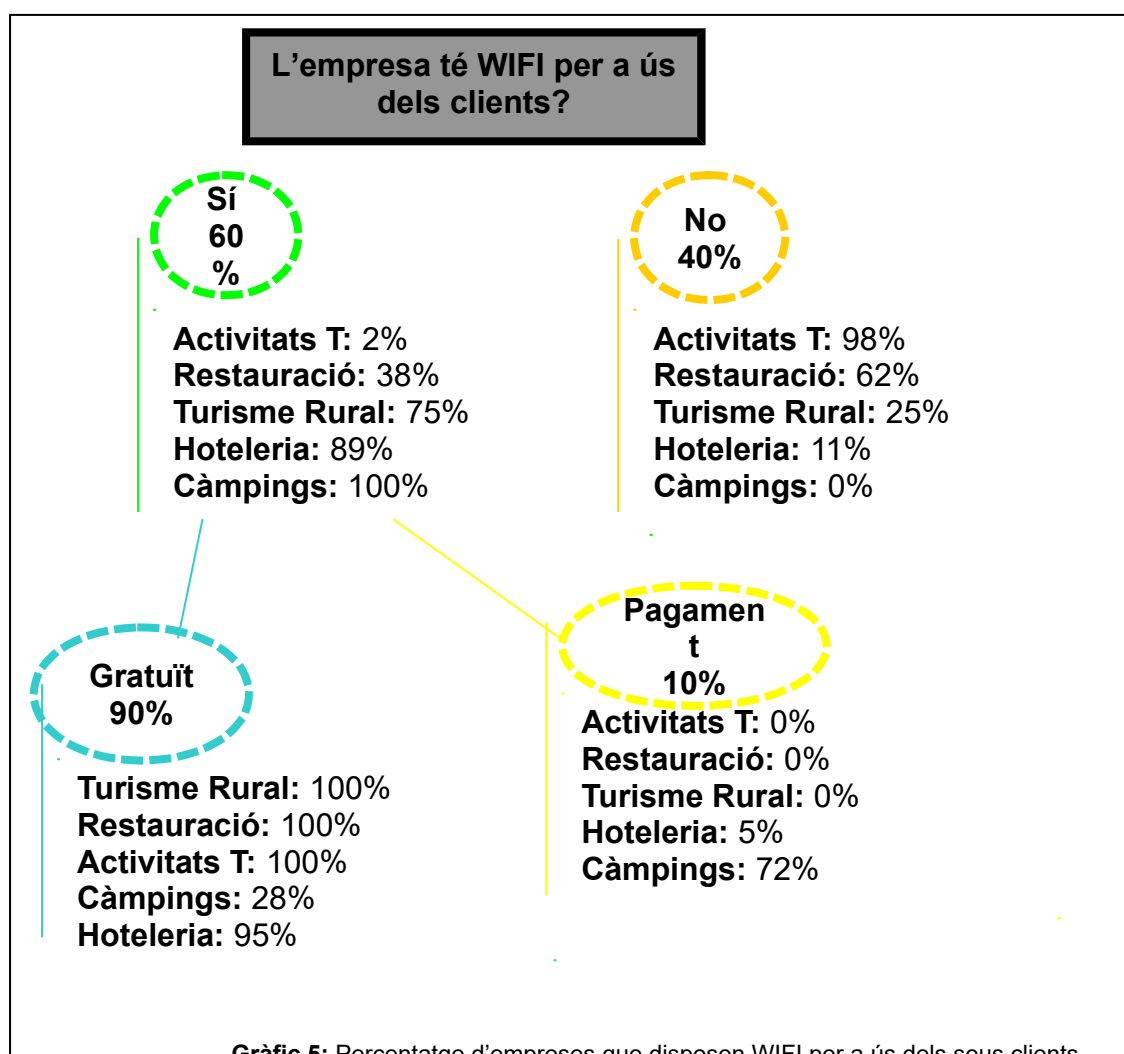
A la gràfica que es presenta a continuació s'observa el percentatge d'empreses que ofereixen el servei de WIFI en els seus establiments.





El **60%** de les empreses turístiques **disposen de zona WIFI** en els seus negocis com a servei per a què els seus clients puguin utilitzar. En destaquen el 100% dels càmpings, el 89% d'hotels i el 75% de turisme rural. Les activitats turístiques són les que menys tenen WIFI (2%).

De les empreses que tenen zona WIFI, el **90%** l'ofereix de manera **gratuïta** i el **10%** de **pagament**. Els **càmpings** són els que **més ofereixen la WIFI de pagament** (72%) i el 100% d'empreses de **turisme rural, la restauració, les activitats turístiques** i el 95% d'empreses d'**hoteleria** són els que **més ofereixen la WIFI de manera gratuïta**.



Gràfic 5: Percentatge d'empreses que disposen WIFI per a ús dels seus clients.

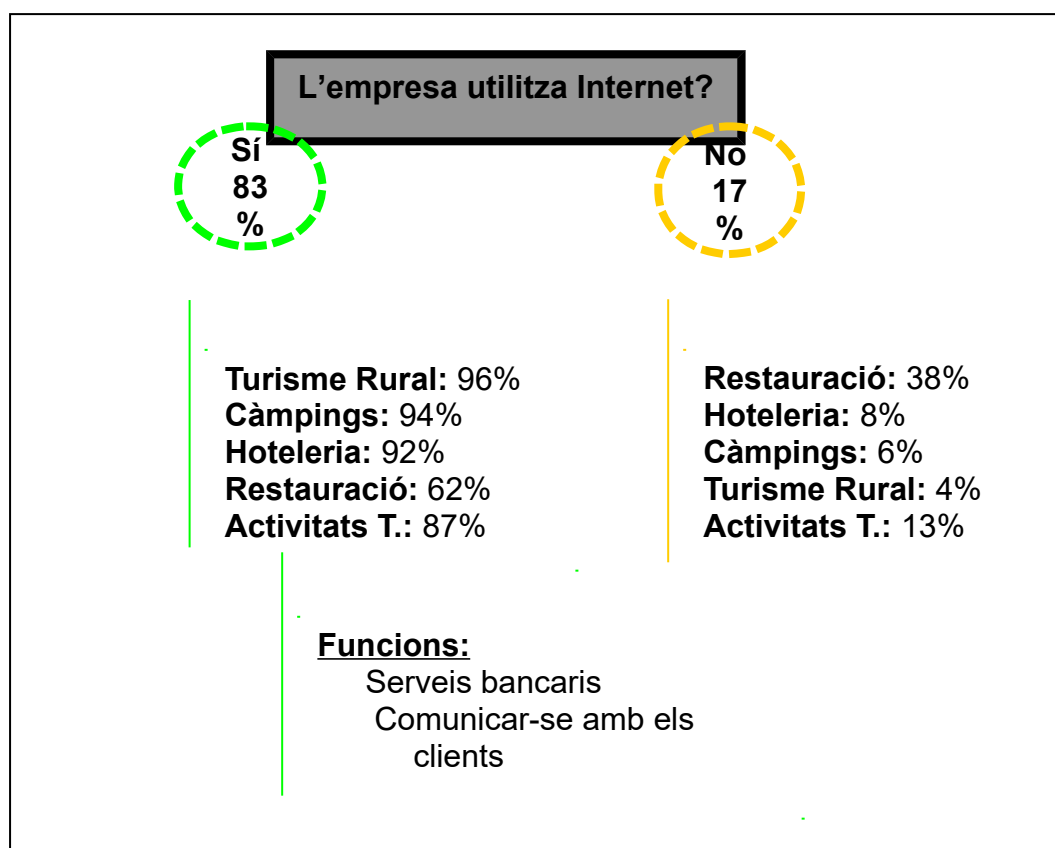
La gràfica següent mostra el percentatge d'empreses que utilitzen Internet de manera habitual per a gestionar el seu establiment i quines són les principals funcions que li donen.

El **83%** de les empreses del sector turístic **utilitzen Internet** per a gestionar el seu negoci i el **17%** **no l'utilitza**, només ho fa de manera particular o no l'utilitza. Les principals funcions per a què



s'utilitza Internet a les empreses és per a comunicar-se amb els clients o bé per a realitzar serveis bancaris.

**El sector que més utilitza l'Internet** per a gestionar el seu negoci són turisme rural (96%), els càmpings (94%), l'hoteleria (92%) i les activitats turístiques (87%). **El sector que menys l'utilitza** són els restaurants (38%).



Gràfic 6: Percentatge d'empreses que utilitzen Internet per a gestionar el seu negoci.

## 2. Utilització de les noves tecnologies en la comercialització per part de les empreses del sector turístic a la comarca de l'Alt Empordà.

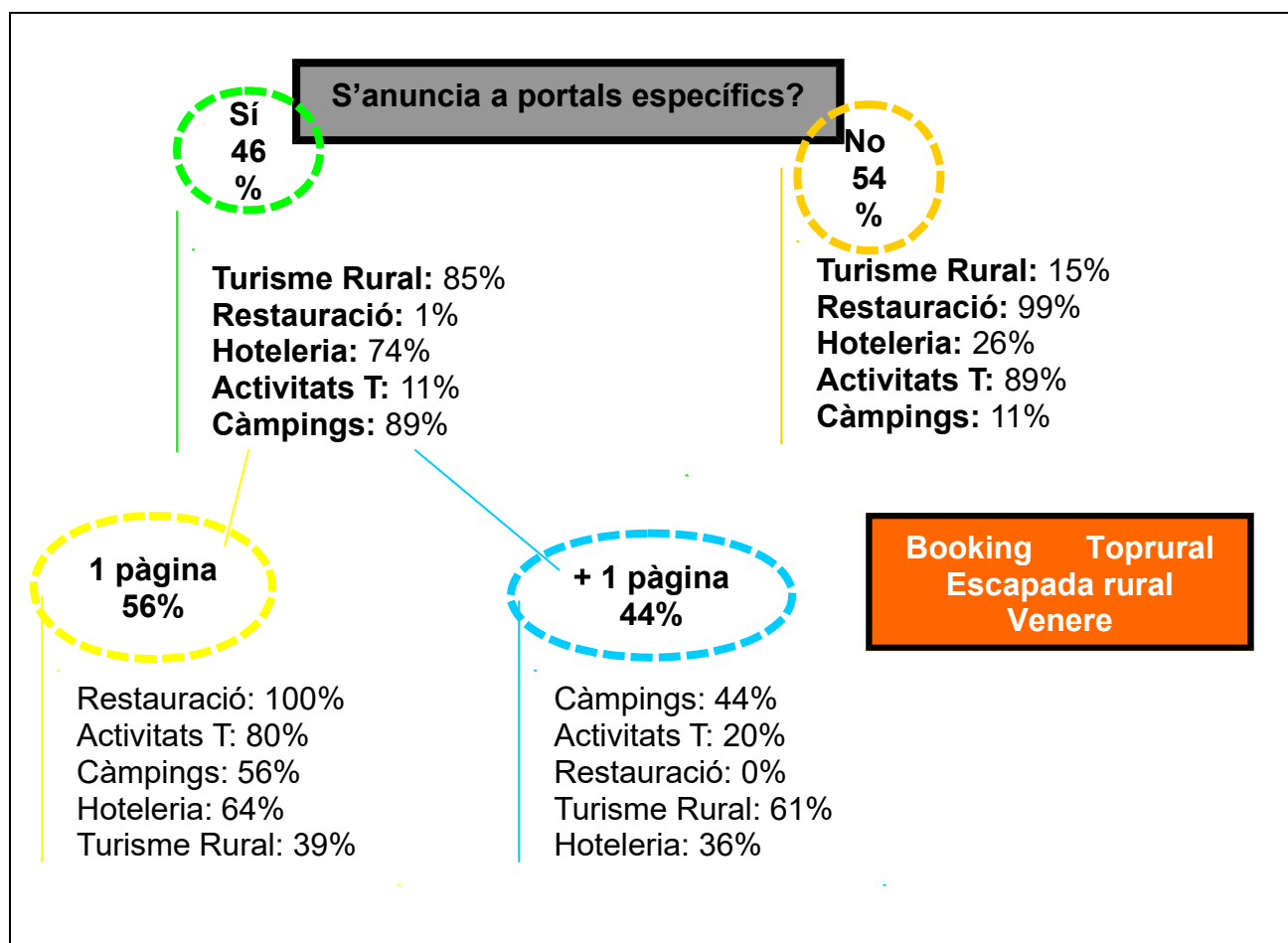
En relació a les dades obtingudes en la mostra seleccionada pel que fa a la utilització de les noves tecnologies en la comercialització amb l'objectiu de millorar la visibilitat de l'establiment, les següents gràfiques mostren els resultats més significatius.



Com s'observa a la gràfica següent, el **54%** de les empreses turístiques **no s'anuncien** a cap portal especialitzat d'Internet. I només el **46%** **s'anuncia**. Per a sectors, les empreses de **restauració** (99%) i **d'activitats turístiques** (89%) són els que **menys s'anuncien**. I les empreses de **càmpings** (89%), **turisme rural** (85%) i **hoteleria** (74%) **són les que més ús en fan**.

El **44%** de les empreses estan anunciades a **més d'un portal**, destacant positivament turisme rural amb un 61%. El **56%** de les empreses només estan anunciades a **un lloc web**, sobretot restauració (100%) i activitats turístiques (80%).

Els portals on més afirmen anunciar-se les empreses són "booking", "toprural", "escapadarural" i "venere".



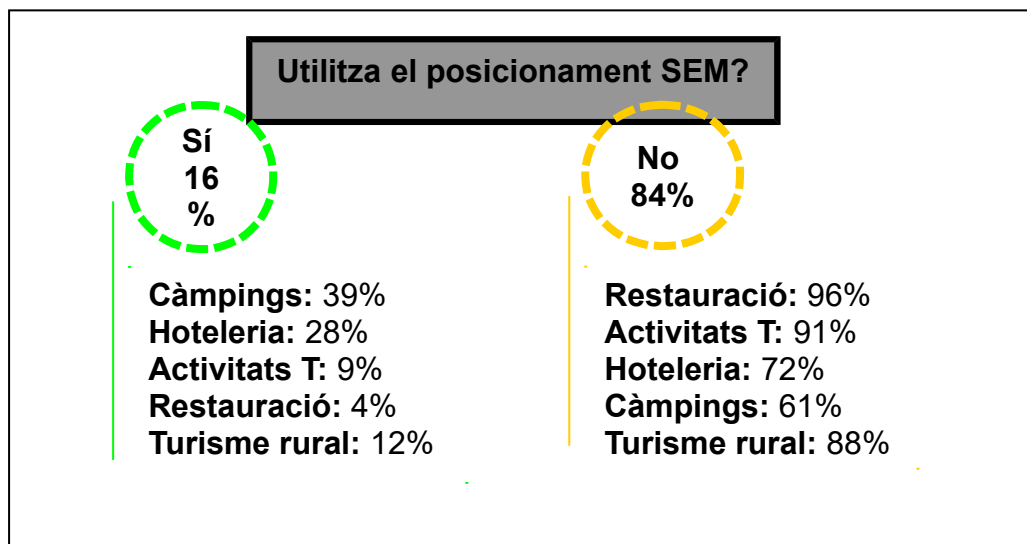
**Gràfic 7.** Percentatge d'empreses que s'anuncien en algun portal especialitzat a Internet per a promocionar el seu negoci i quines són les pàgines on més s'anuncien.

El següent gràfic mostra quin percentatge d'empreses inverteixen en el posicionament SEM per a promocionar el seu negoci.



El **84%** d'empreses turístiques **no utilitza cap mitjà de pagament per a posicionar-se** als buscadors. Per a sectors, els que menys l'utilitzen són la restauració (96%), les activitats turístiques (91%) i el turisme rural (88%).

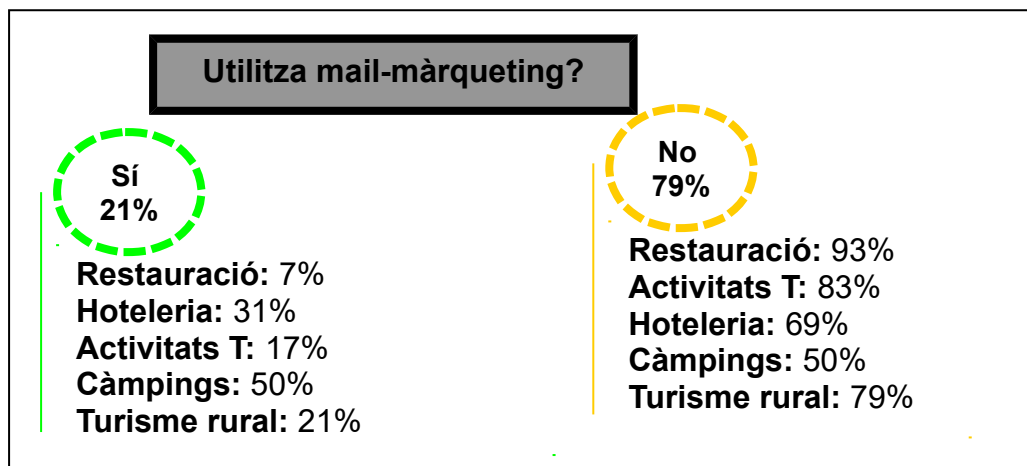
El sector que més ha utilitzat aquest servei són els càmpings (39%) i l'hoteleria (28%).



**Gràfic 8:** Percentatge d'empreses utilitzen el sistema de posicionament SEM per a posicionar-se en els cercadors.

A continuació es presenta el percentatge d'empreses que utilitza o ha utilitzat alguna vegada el correu electrònic com a instrument de màrqueting per enviar promocions o fer-se publicitat.

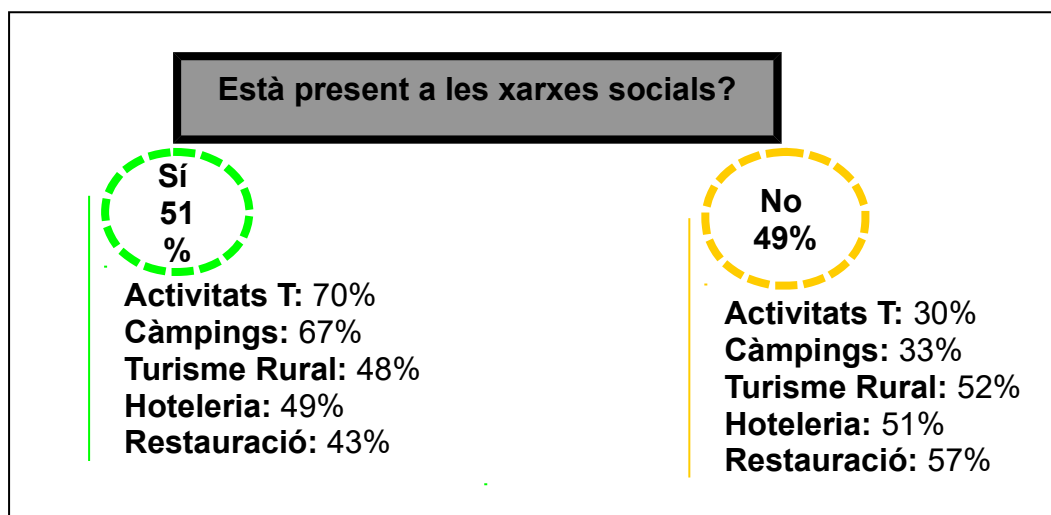
El **79%** de les empreses **no l'han utilitzat ni l'utilitzen el correu electrònic per a enviar promocions**. Els que **menys inverteixen** en màrqueting a través del correu electrònic són **restauració** (93%), **activitats turístiques** (83%) i **turisme rural** (79%). Per contra, els sectors que **més inverteixen** en aquest camp són els **càmpings** (50%) i els **hotels** (31%).



Gràfic 9: Percentatge d'empreses que utilitzen o han utilitzar el mail-màrqueting.

El percentatge d'empreses turístiques que estan presents a les xarxes socials es presenten a continuació.

El **51%** de les empreses turístiques de la comarca **estan presents a les xarxes socials**<sup>3</sup>. Les **activitats turístiques** (70%) i els **càmpings** (67%) són els que estan més presents.



Gràfic 10: Percentatge d'empreses que estan presents a les xarxes socials.

La següent gràfica mostra el percentatge de vendes que realitzen les empreses a través d'Internet.

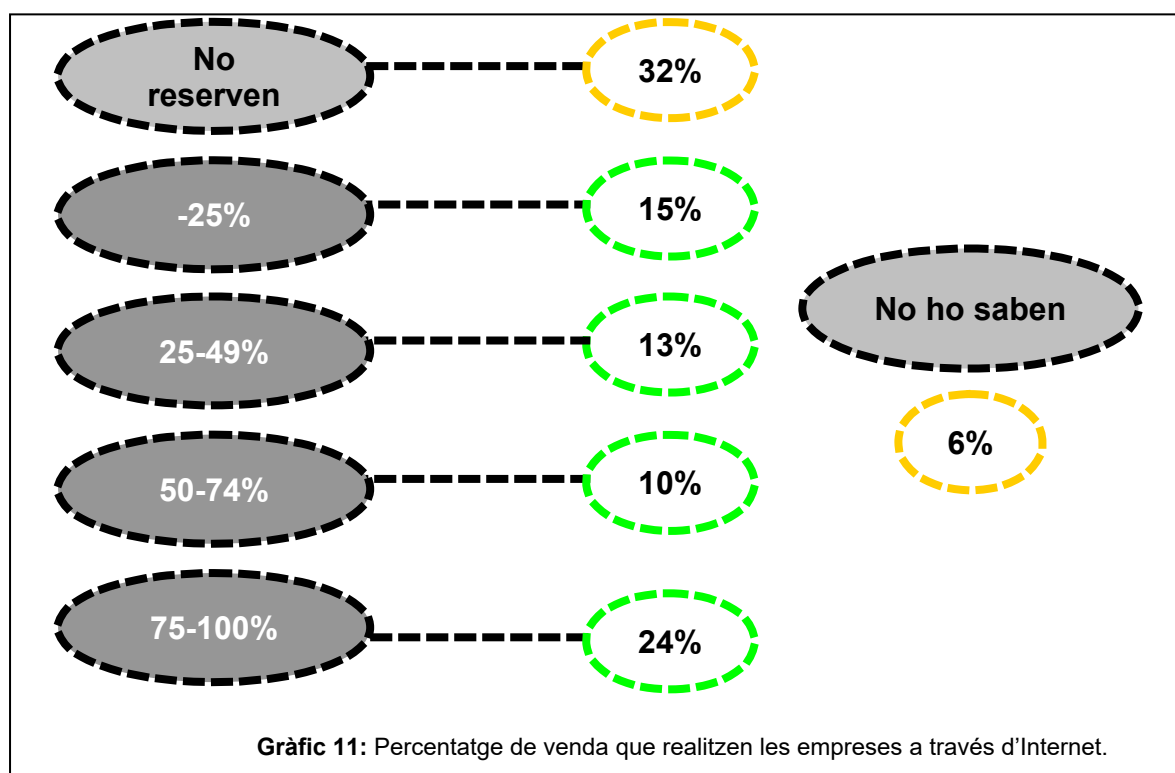
<sup>3</sup> Quan parlem de xarxes socials en aquest estudi ens referim a aquelles eines telemàtiques de comunicació que tenen com a base el WEB, s'organitzen al voltant de perfils personals o professionals dels usuaris i tenen com a objectiu connectar seqüencialment als propietaris d'aquests perfils a través de categories, grups, etiquetes personals, etc., lligats a la seva pròpia persona o perfil professional.





El **32%** de les empreses turístiques de la comarca **no realitzen reserves** per Internet (ja sigui motor de reserva, e-mail, etc.). I el **24%** ven **entre un 75% i un 100%** a través de la xarxa. Les empreses que menys venen a través d'Internet són els restaurants i activitats turístiques. I, les empreses que més venen a través de la xarxa són els càmpings i els hotels.

Un **6%** **no saben** quin percentatge li arriba a través de la xarxa, aquest pot ser un indicador que mostra que les empreses no realitzen un anàlisi de quin és el mitjà a través del qual els clients contacten amb ells.



A continuació es presenten els resultats obtinguts en l'**avaluació del posicionament del lloc web a la xarxa**. Per a dur a terme aquest estudi es va seleccionar de manera aleatòria a **164** empreses de les 314 entrevistades telefònicament.

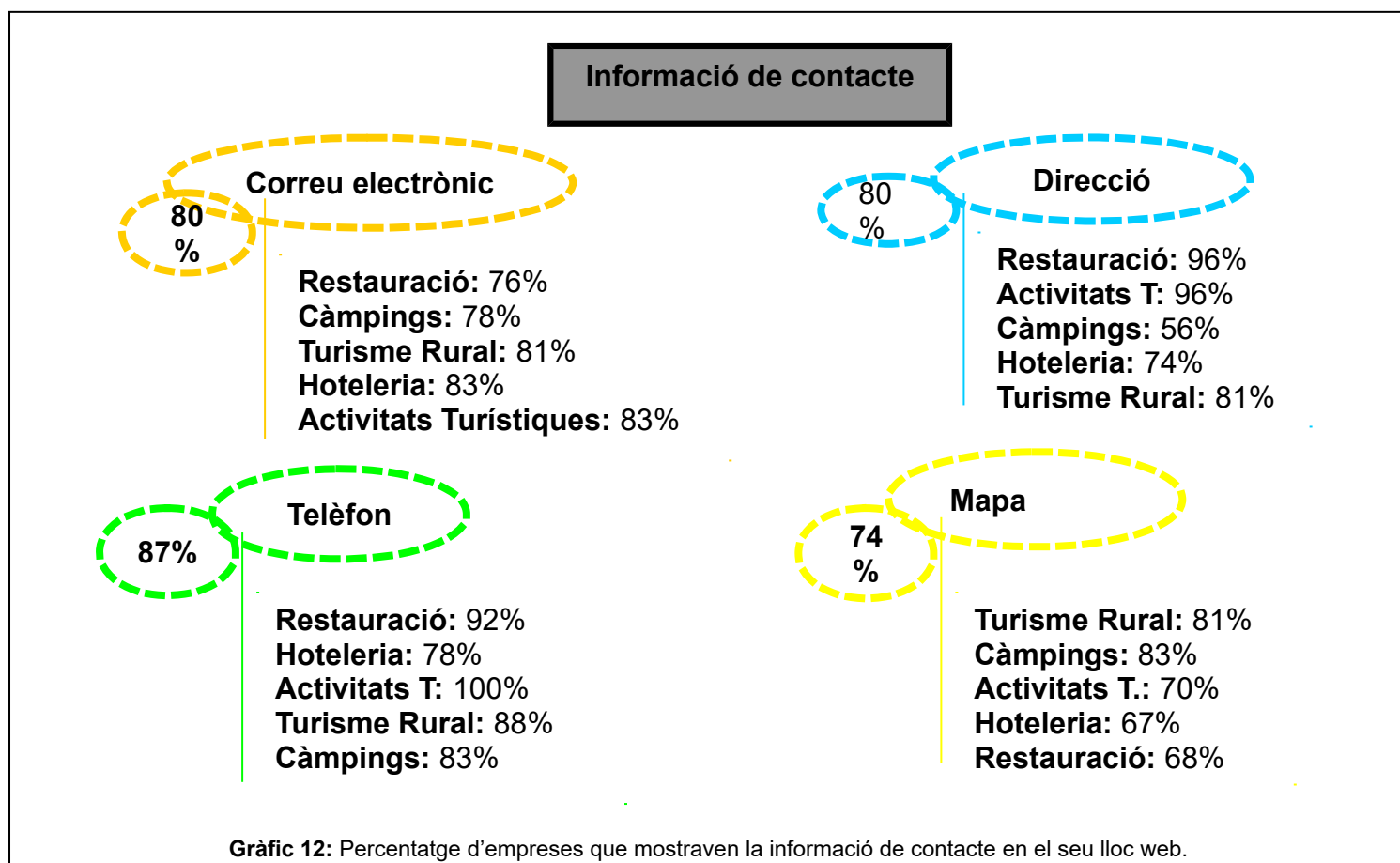
## 1. Funcionalitats del lloc web.

En aquest cas es va analitzar quines eren les funcions que oferien els llocs web de les empreses avaluades.

Tot seguit es mostren el percentatge d'empreses que facilitaven les seves dades de contacte a través del seu lloc web.



El **80%** indicaven el seu correu electrònic i la seva direcció física per a què els clients es puguin posar en contacte amb ells i puguin localitzar-los fàcilment. Pel que fa a la direcció física, els restaurants (96%) i activitats turístiques (96%) eren els que més la posaven, en canvi, només el 56% dels càmpings ho posaven, ja que aquests la gran majoria només posaven les coordenades. El **87%** mostrava el telèfon com a mitjà a través del qual els clients es podien posar en contacte amb ells. Els que més ho indiquen són les activitats turístiques (100%) i els restaurants (92%). El **74%** mostrava un mapa per a facilitar la seva localització. Els restaurants (68%) i els hotels (67%) són els que menys posaven el mapa.



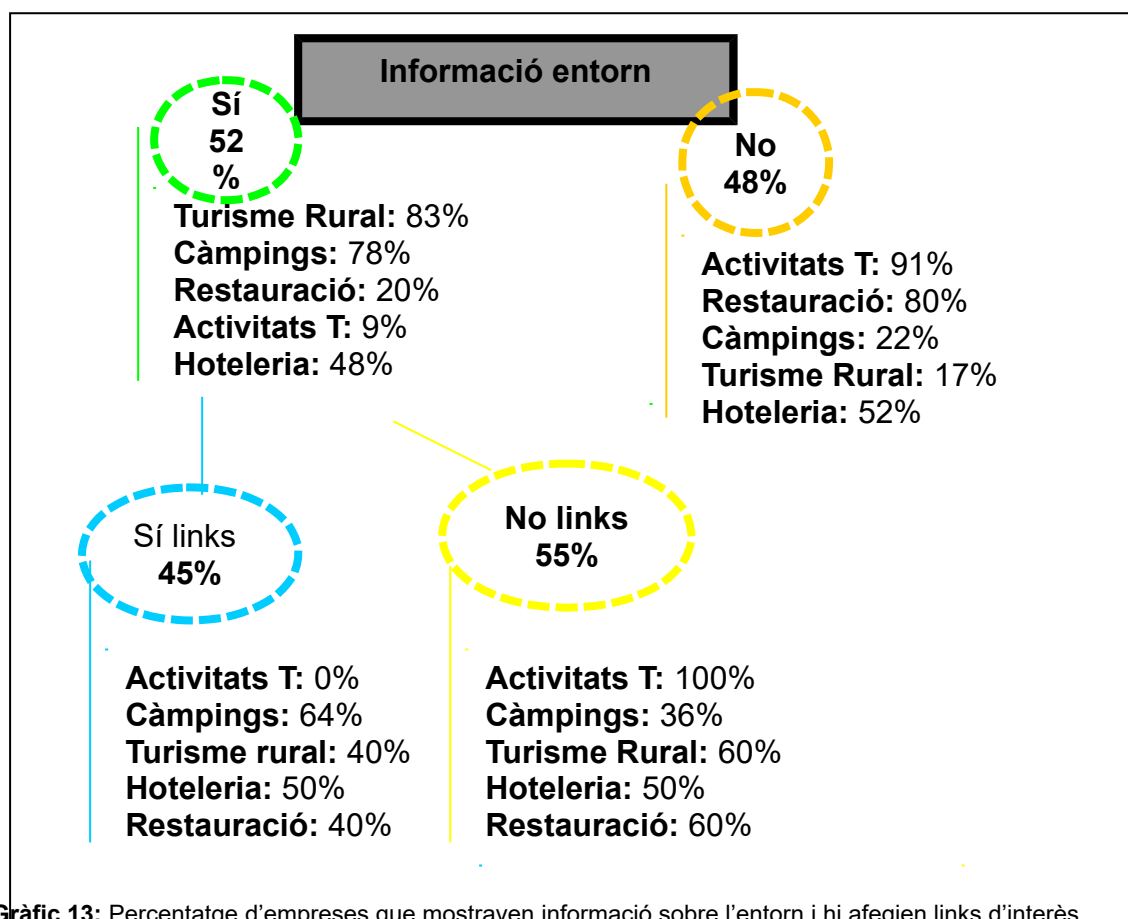
A continuació es pot observar la gràfica on mostra el percentatge d'empreses que ofereixen informació sobre l'entorn en el seu lloc web i, a més, hi afegeixen links com a valor afegit al lloc web per als clients.

El **52%** de les empreses turístiques mostren informació sobre l'entorn com a valor afegit al seu lloc web. Les que més informació sobre l'entorn posen són turisme rural (83%) i els càmpings

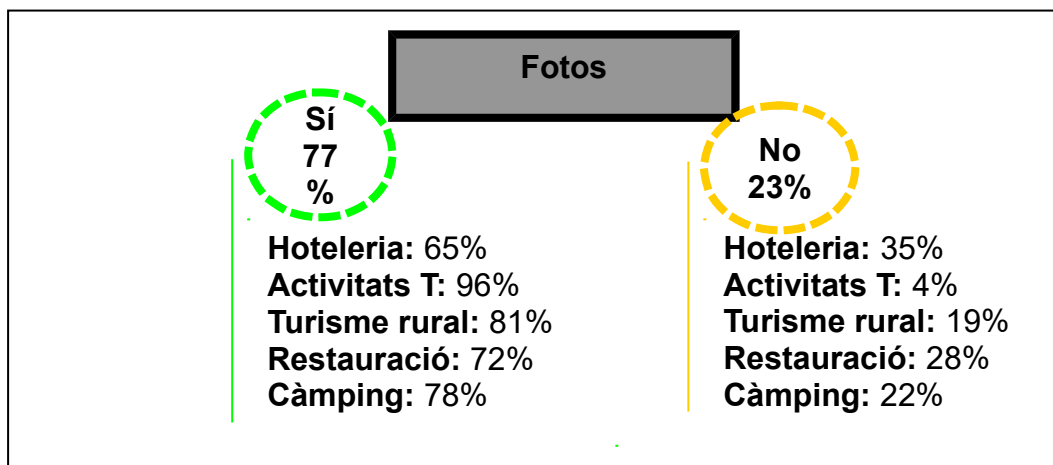


(78%). Les que **menys informació porten** són les **activitats turístiques** (9%) i els **restaurants** (20%).

En relació a les empreses que mostren informació sobre l'entorn, el **55% no hi afegien links**. Les que **menys links posen** són les empreses **d'activitats turístiques** (100%). I les que **més en posen** són els **càmpings** (64%) i els **hotels** (50%).

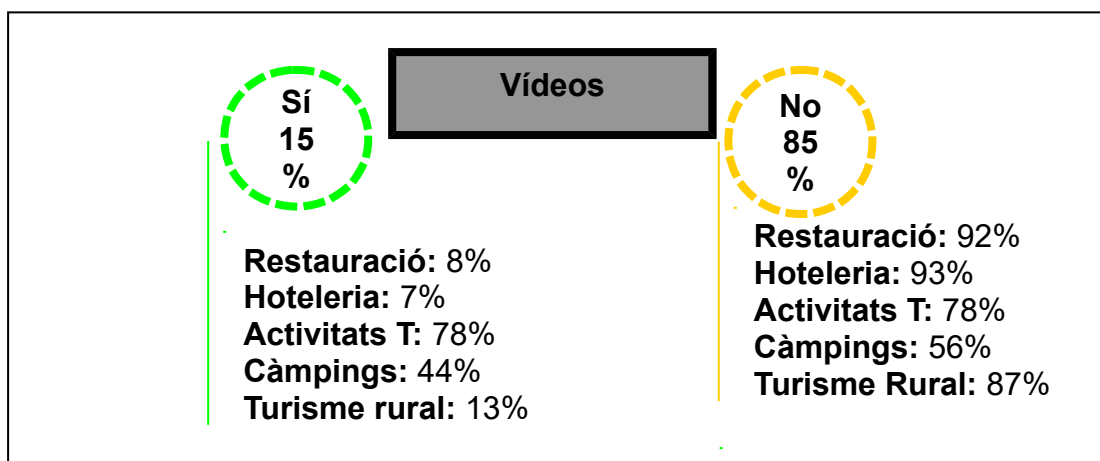


El **77%** de les empreses turístiques de la comarca **mostren imatges en el web** sobre seu establiment. Per a sectors, les empreses **d'activitats turístiques** són les que mostren **més imatges (96%)** i les empreses **d'hoteleria** les que **menys imatges mostren (65%)**.



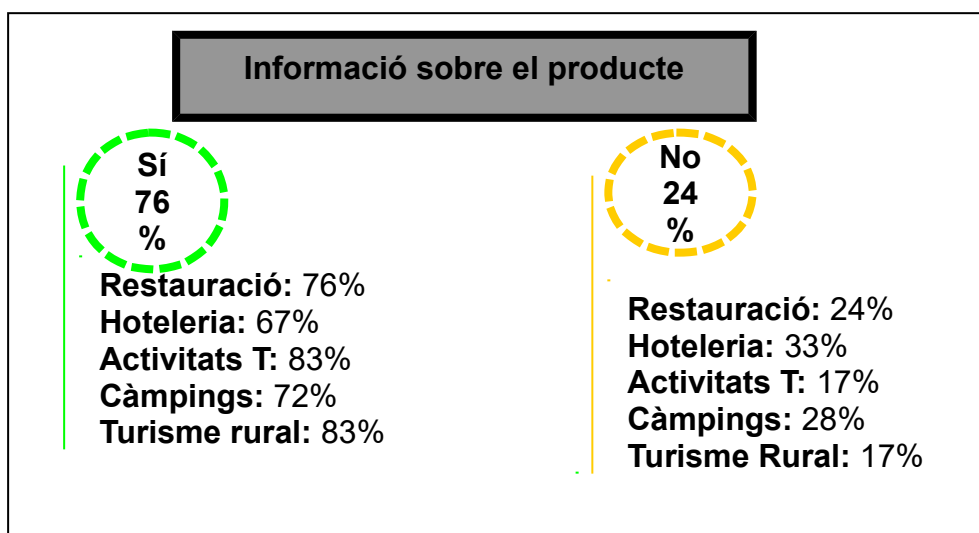
Gràfic 14: Percentatge d'empreses que mostren fotografies del seu establiment.

En relació al percentatge d'empreses que **mostren vídeos** en el seu lloc web, observem a la gràfica següent que només el **15%** de les empreses en mostren. Les empreses **d'activitats turístiques** són les que **més vídeos penjen** en el seu lloc web (**78%**) i **els hotels (7%)** i **restaurants (8%)** són els que **menys en penjen**.



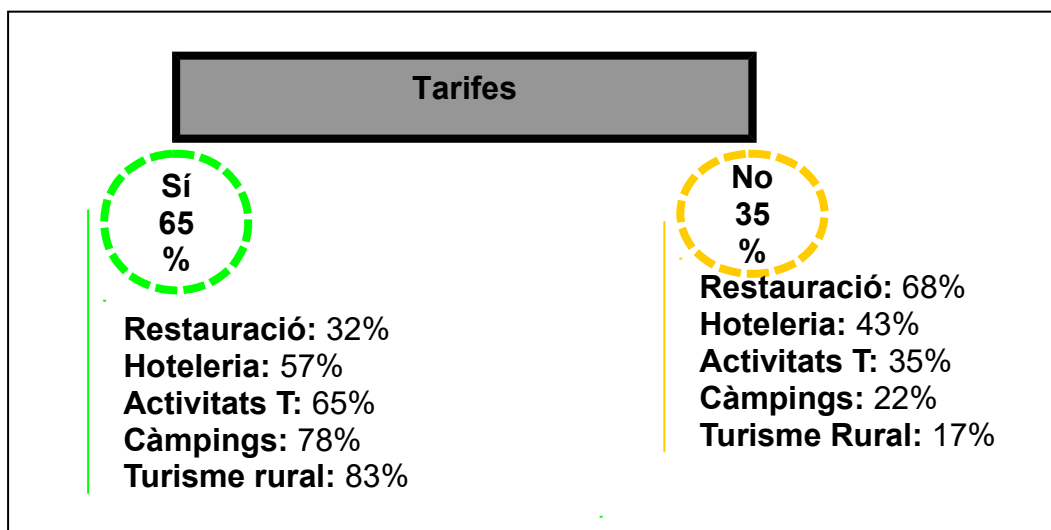
Gràfic 15: Percentatge d'empreses que mostren vídeos del seu establiment.

A la gràfica següent es pot observar que el **76%** de les empreses turístiques de la comarca **mostren informació sobre els seus productes**, és a dir, informació sobre l'allotjament, les activitats, menús, etc. Les empreses que **més informació** mostren són les empreses de **turisme rural i activitats turístiques (83%)**, **els restaurants (76%)** i **els càmpings (72%)**. I les empreses que **menys informació** aporten són els **hotels (67%)**.



Gràfic 16: Percentatge d'empreses que mostren informació sobre el producte que venen.

El **65%** de les empreses turístiques **mostren les seves tarifes** en el seu lloc web. Les empreses de **turisme rural (83%)** i **els càmpings (78%)** són els que **més ho posen**. Seguit de les activitats turístiques (65%) i els hotels (57%). Les empreses que **menys** ho posen són els **restaurants (32%)**.



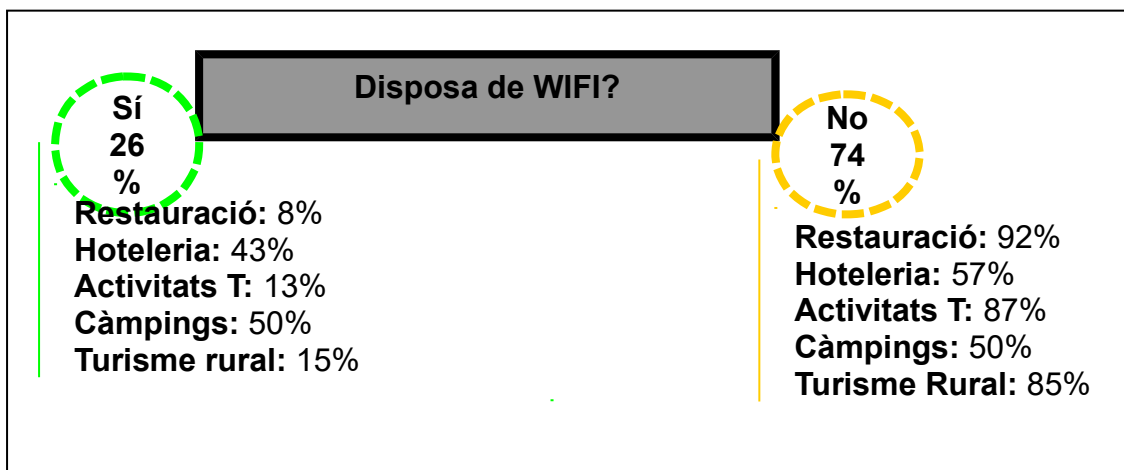
Gràfic 17: Percentatge d'empreses que mostren les tarifes del seu establiment.

Tot i que més de la meitat de les empreses (60%) diuen a l'entrevista telefònica que disposen de WIFI per als seus clients, només el **26%** ofereix la **zona WIFI** en el seu lloc web com un valor afegit en el seu establiment. Per a sectors, els **càmpings (50%)** són els que **més promocionen el**



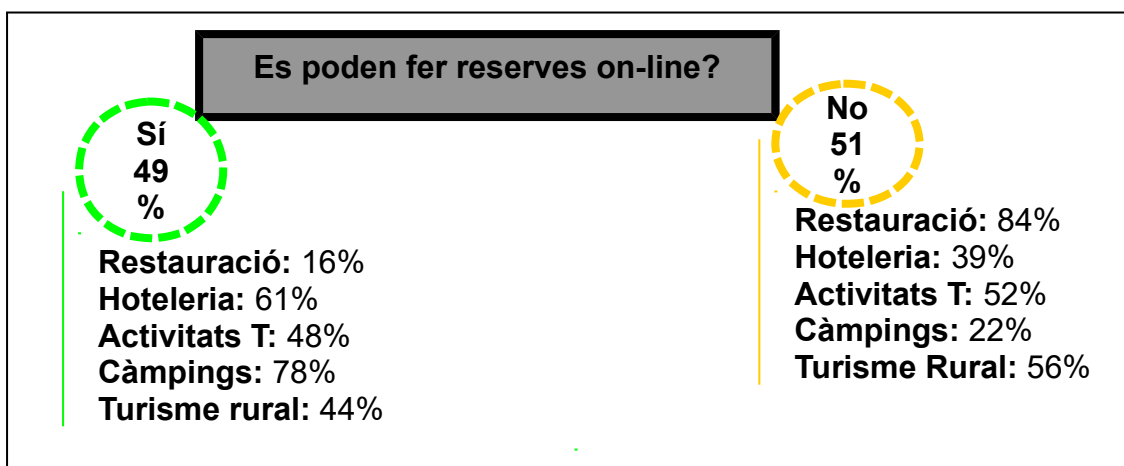


servei WIFI. Els que menys informen del servei WIFI són els **restaurants (8%)**, les **activitats turístiques (13%)** i el **turisme rural (15%)**.



Gràfic 18: Percentatge d'empreses ofereixen el servei de zona WIFI a través del seu lloc web.

El **49%** dels llocs webs analitzats es **permet fer la reserva a través del seu lloc web**. Per a sectors, el 78% dels càmpings i el 61% dels hotels són els que més permeten fer reserves a través d'Internet. Els restaurants (16%) són els que menys permeten fer reserves.



Gràfic 19: Percentatge d'empreses que permeten fer reserves en el seu establiment a través d'Internet.

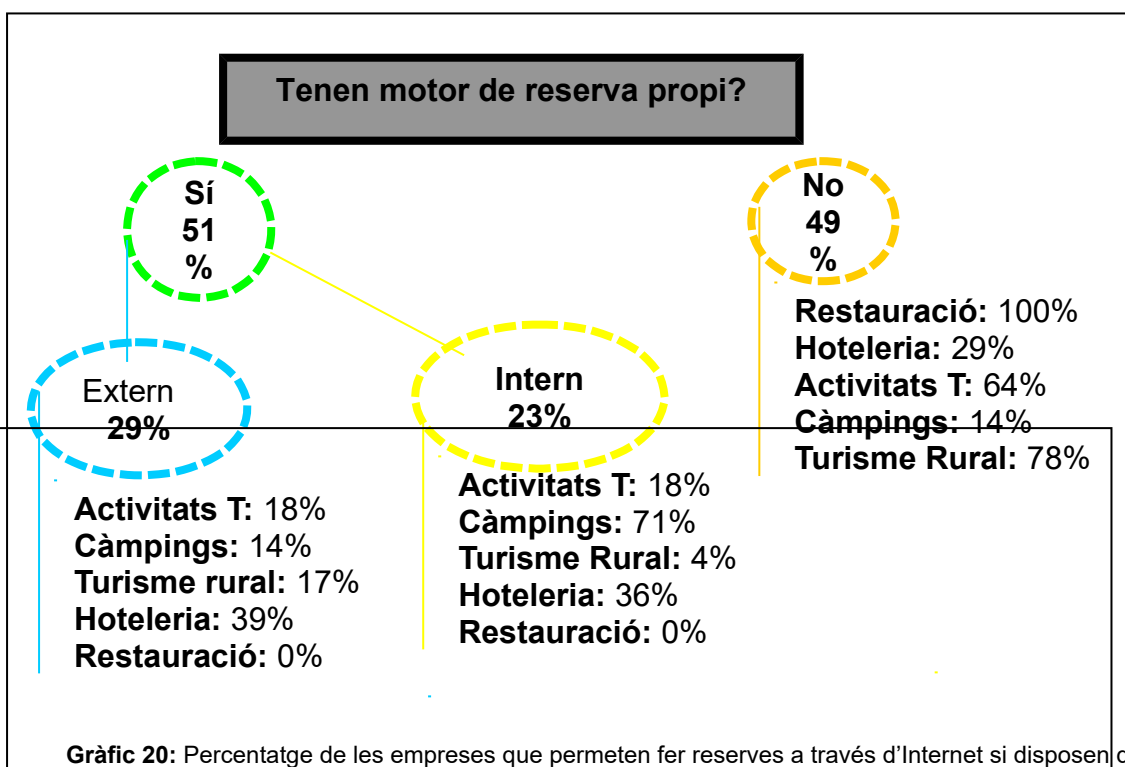
De les empreses que permeten fer reserves a través del seu lloc web quin és el motor de reserva que utilitzen, per exemple, no tenen motor de reserva hi ho pots fer a través del correu electrònic o d'un formulari que han fet ells, o bé, tenen un motor de reserva intern o extern al seu lloc web.

A la gràfica següent es pot observar que el **51%** de les empreses que permeten fer reserves a través del lloc web **tenen un motor de reserva**. El **29%** el motor de reserva és contractat o



concedit a partir d'un altre lloc web, per exemple, booking o tripadvisor. I el 23% té un motor de reserva intern en el seu lloc web.

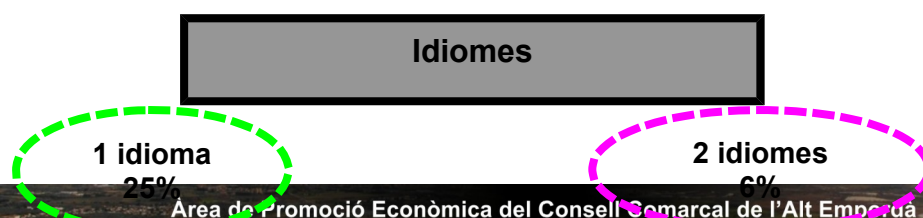
Per a sectors, són els càmpings (71%) els que han invertit més en el seu lloc web contractant un motor de reserva propi. I els restaurants (100%) i turisme rural (78%) els que menys han invertit ja que no disposen de motor de reserva.



Gràfic 20: Percentatge de les empreses que permeten fer reserves a través d'Internet si disposen de motor de reserva i quin és el motor de reserva que fan servir.

En el següent gràfic es mostren el nombre d'idiomes amb els que lloc web està traduït. En aquest es pot observar que el 34% de les empreses tenen el seu lloc web traduït en 4 idiomes (majoritàriament català-castellà-francès-anglès). També hi ha el 25% d'empreses que el lloc web només està traduït en un idioma, ja sigui només en català o en castellà, i el 26% té el lloc web traduït amb més de 4 idiomes. Tan mateix, el 8% el té traduït en 3 idiomes i el 6% en 2 idiomes.

Per a sectors, els càmpings (72%) són els que tenen traduït el seu lloc web amb més de 4 idiomes, l'hoteleria (43%), el turisme rural (40%) i les activitats turístiques (39%) les tenen traduïts en 4 idiomes. I els restaurants (36%) només tenen el lloc web en un idioma.





**Restauració:** 36%  
**Hoteleria:** 0%  
**Activitats T:** 26%  
**Càmpings:** 0%  
**Turisme Rural:** 4%

**Restauració:** 12%  
**Hoteleria:** 2%  
**Activitats T:** 4%  
**Càmpings:** 0%  
**Turisme Rural:** 10%

**3 idiomes**  
**8%**

**Restauració:** 12%  
**Hoteleria:** 2%  
**Activitats T:** 9%  
**Càmpings:** 0%  
**Turisme Rural:** 13%

**4 idiomes**  
**34%**

**Restauració:** 16%  
**Hoteleria:** 43%  
**Activitats T:** 39%  
**Càmpings:** 11%  
**Turisme Rural:** 40%

**+ 4 idiomes**  
**26%**

**Restauració:** 12%  
**Hoteleria:** 28%  
**Activitats T:** 13%  
**Càmpings:** 72%  
**Turisme Rural:** 21%

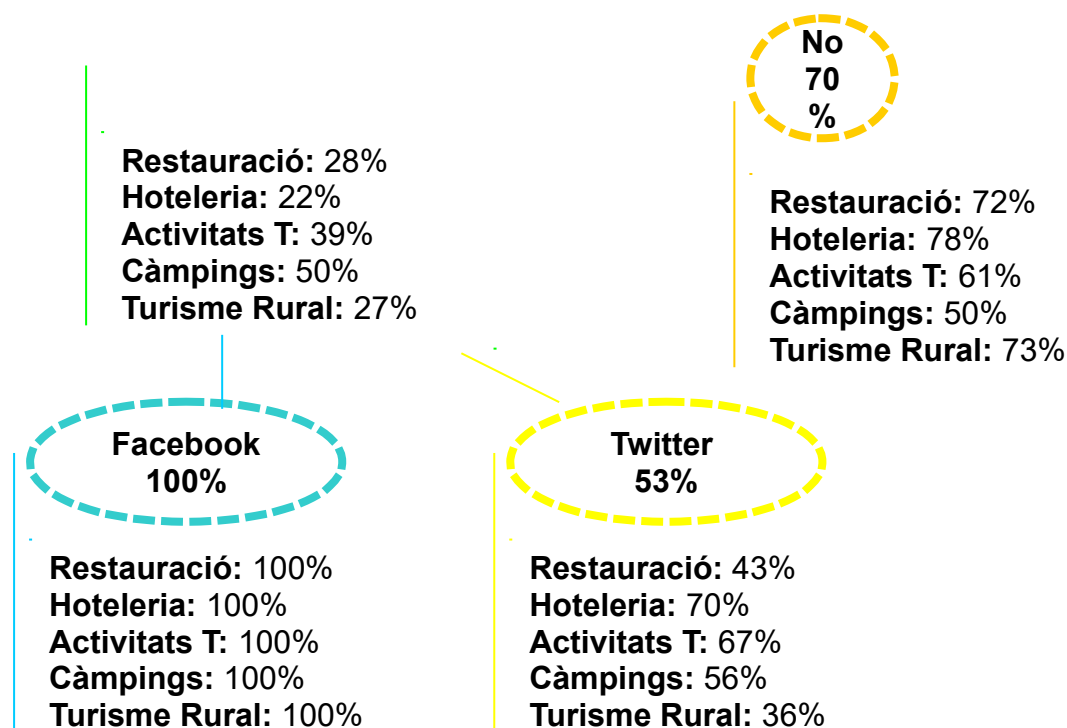
**Gràfic 21:** Percentatge d'empreses segons el nombre d'idiomes amb els que està traduït el lloc web.

Pel que fa l'opció de compartir la informació a través de les xarxes socials per a augmentar la visibilitat de l'empresa a la xarxa, només el **30% permet compartir**. Dels llocs webs que permeten compartir el **100%** permet compartir-ho a través de **Facebook** i el **53% al Twitter**. Per a sector són els **càmpings (50%)** els que **permeten interactuar el seu lloc web amb les xarxes socials**.

I els que menys ho permeten són els **hotels (22%)**, **turisme rural (27%)** i **restaurants (28%)**.

**Permet compartir la informació?**

**Sí**  
**30**  
**%**



**Gràfic 22:** Percentatge d'empreses que permeten compartir la informació del seu lloc web a través de les xarxes socials.

Tot seguit es presenten els resultats obtinguts a l'**entrevista qualitativa realitzada a les empreses turístiques**. Per a dur a terme aquest estudi es va seleccionar de manera aleatòria a **16** empreses de les 314 entrevistades telefònicament.

De les 16 empreses entrevistades 15 tenien lloc web i 1 no en tenia.

L'**empresa que no té lloc web** considera que el **motiu principal** de no tenir-ne és **pel cost econòmic que suposa**, ja que actualment en la situació de crisi no s'ho poden permetre. No obstant, **té intenció de fer-ne una** però no sap quan ja que **considera que un lloc web és el futur** i que a la llarga totes les empreses n'hauran de tenir i tot funcionarà a través de la xarxa. L'empresa està **anunciada a portals de valoració** d'establiments i **solen respondre als comentaris** que els hi posen.

A continuació, es presenten els resultats obtinguts a les 15 empreses restants que **sí que tenen lloc web**.



El 63% de les empreses entrevistades fa entre 8 i 10 anys que tenen lloc web. Manifesten que el lloc web actual fa 4-5 anys que l'han actualitzat. Abans el lloc web estava creat amb flash però els hi resultava molt complicat ja que cada vegada que volien fer algun canvi havien d'estar pendent de l'informàtic. Diuen que el lloc web actual permet que ells mateixos puguin canviar el contingut del lloc web això facilita la feina i el lloc web pot ser molt més dinàmic i atractiu.

### Per quin motiu vareu decidir crear el lloc web?

- Per a fer-se publicitat
- Per obrir-se a un mercat més ampli
- Per tendència del moment

“Perquè els nostres clients ens ho demanaven i perquè era la tendència del moment.”

“Per fer-nos publicitat i així poder arribar a un públic més ampli.”

“Perquè era la tendència del moment.”

“Perquè avui en dia el 99% dels clients et troben a través d'Internet.”

“Perquè considerem que avui en dia la gent passa gran part del seu temps navegant per Internet i, a més, permet que la gent estigui més informada sobre l'espai i l'entorn.”

Gràfic 23: Algunes de les respostes que van realitzar els empresaris entrevistats.

### Teniu alguna persona en plantilla que s'encarregui de fer de “community manager” o ho feu vosaltres mateixos?

- Tenen contractat un treballador en plantilla: 40%
- Han contractat a una empresa externa: 20%
- Ho fan els mateixos propietaris o encarregats: 20%
- No tenen aquesta figura: 20%

### Teniu alguna persona en plantilla que s'encarregui d'actualitzar els continguts del lloc web?

- Tenen contractat un treballador en plantilla: 40%



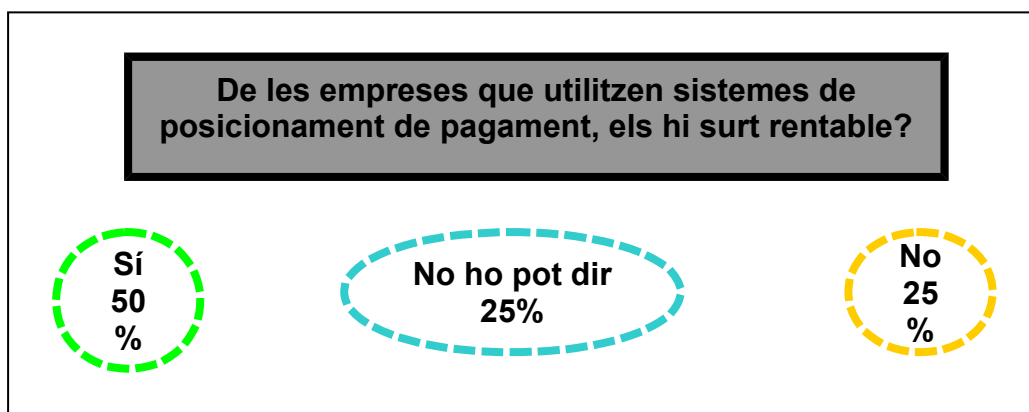


- Han contractat a una empresa externa: 33%
- Ho fan els mateixos propietaris o encarregats: 20%
- Ho fa un familiar: 7%

## Utilitzeu algun sistema de pagament per a posicionar el seu lloc web en els buscadors?

- No utilitzen sistemes de pagament: 47%
- Utilitza sistemes de pagament: 53%

Les empreses que utilitzen sistemes de posicionament de pagament, el 50% considera que li surt rentable fer aquesta inversió, el 25% considera que no i el 25% no pot dir si li surt rentable o no perquè fa poc temps que ho utilitzen.



Gràfic 24: De les empreses que utilitzen posicionament de pagament, percentatge de rendibilitat.

## Quins avantatges heu trobat a l'hora de crear el lloc web?

- Poder accedir a un públic molt més ampli: 46%
- Facilita la feina de gestió: 26%
- Estalvi en publicitat: 7%

- No en sap trobar cap: 7%
- Empresa externa fa el disseny: 7%
- Fomentar la desestacionalització: 7%

**“Empresa externa ens fes el disseny”**

**“Poder-nos donar a conèixer a nivell mundial permeten així l'expansió de la imatge de l'hotel”**



**“Un cop està creat el lloc web ens facilita molt la feina”**

**“Ens permet agilitzar les reserves ja que es poden fer reserves a través del lloc web”**

**“Podríem facilitar molta més informació sobre l'empresa als possibles clients”**

**“Hem estalviat en material publicitari ja que ara no hem d'enviar tants fulletons”**

Gràfic 25: Algunes respostes dels empresaris.

## Quins inconvenients heu trobat a l'hora de crear el lloc web?

- Problemes de funcionament del lloc web: 13%
- Requereix molt de temps i esforç: 20%
- No troba cap inconvenient: 27%
- No ho sap: 7%
- Dificultats en la traducció a diferents idiomes: 13%
- Dificultats en trobar professional tècnics per a crear el lloc web idoni al seu model de negoci: 13%
- Problemes en el funcionament del negoci: 7%

**“Requereix molt de temps i esforç en l'elecció de la informació”**

**“Vam tenir problemes a l'hora de trobar una empresa que ens fes el disseny idoni per al nostre negoci”**

**“Dificultats a l'hora de traduir la informació en diferents idiomes”**

**“Tenim problemes en alguns dels apartats del lloc web”**

Gràfic 26: Algunes respostes dels empresaris.

## Quins avantatges heu trobat un cop heu tingut el lloc web?



- Permet trobar informació de l'empresa actualitzada amb facilitat
- Permet augmentar les vendes
- Permet la desestacionalització
- Millora la comunicació amb els clients
- Està adaptada a les necessitats actuals
- Un mateix pot actualitzar la informació

“Que rebem moltes demandes; permet la desestacionalització i permet tenir un contacte amb els nostres clients”

“Que està molt adaptada a les necessitats actuals: es pot veure des del telèfon i s'hi poden fer”

“Ens permet agilitzar les reserves i podem fer molta més publicitat”

“Que jo mateix puc actualitzar la informació en el moment que vulgui i així els meus clients sempre estan al dia de les novetats del restaurant: menús, etc.”

“Que tenim nous clients que molt possiblement si no haguéssim estat a la xarxa no ens haguessin conegut”

Gràfic 27: Algunes respostes dels empresaris.

## Quins inconvenients heu trobat un cop heu tingut el lloc web?

- Problemes tècnics: 14%
- No n'hi troben: 43%
- Problemes de gestió del negoci: 1%
- Actualització: 36%

“El fet d'actualitzar-la requereix molt de temps i com que no és la nostra funció principal ho hem de compaginar amb altres tasques”

“Requereix molt de temps en l'actualització i és poc àgil”



**“Problemes amb la telefonia”**

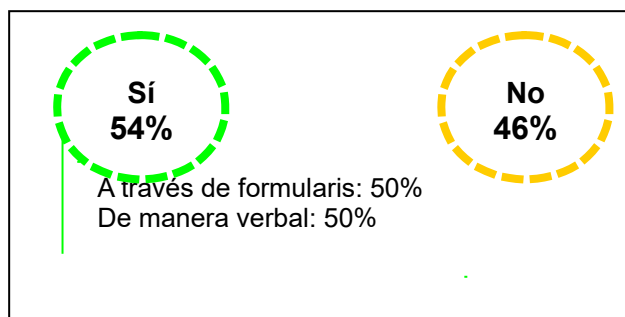
**Que la gent contracta a última hora i fa que tinguem poca previsió.**

Gràfic

28: Algunes respostes dels empresaris.

### Els hi pregunteu als clients com us han conegut?

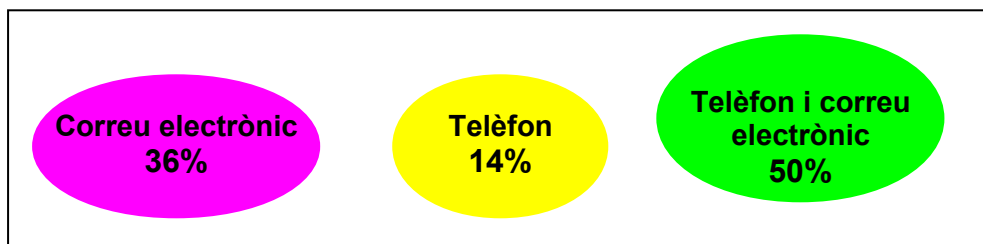
El 54% de les empreses entrevistades afirma preguntar-li als seus clients a través de quin mitjà ha conegut el seu establiment. Per contra, el 46% no els hi demana. De les empreses que demanen com els han conegut el 50% ho demana de manera verbal i l'altre 50% ho fa a través de formularis.



Gràfic 29: Indica si utilitzen estratègies per a controlar l'estratègia de màrqueting utilitzada.

### Quins mitjans utilitzen els vostres clients per a contactar amb vosaltres?

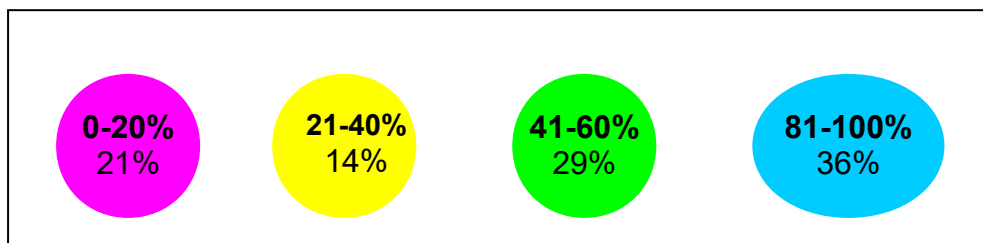
Davant la pregunta el 50% dels empresaris entrevistats afirmen que els seus clients contacten amb ells a través del telèfon i/o del correu electrònic. El 36% contacte només a través del correu electrònic i el 14% ho fa només a partir del telèfon.



Gràfic 30: Indica quin mitjà utilitzen els clients per a contractar amb els establiments.

### Del total de clients que teniu, quin percentatge us contracte a través d'Internet?

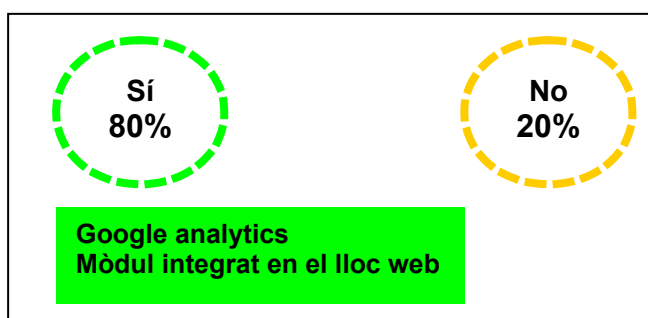
El **36%** de les empreses entrevistades reben 81-100% de les demandes a través d'Internet. El **29%** reben 41-60% de les demandes; el **21%** reben 0,5-20% de les demandes i el **14 %** rep del 21-40% de les demandes.



Gràfic 31: Indica quin mitjà utilitzen els clients per a contractar amb els establiments.

### Utilitzeu algun programa que faci un anàlisi el vostre lloc web?

El **80%** dels empresaris entrevistats sí que analitzen el seu lloc web i el **20%** no l'analitzen. Els programes més utilitzats per analitzar el lloc web són Google Analytics i un mòdul integrat en el lloc web.



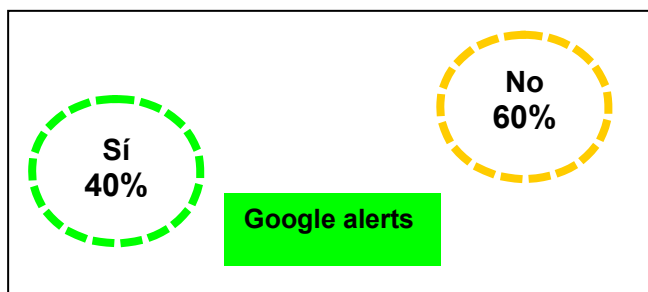
Gràfic 32: Indica el percentatge d'empreses que analitzen el seu lloc web.





## Utilitzeu algun sistema d'alerta per si a la xarxa es parla del vostre establiment?

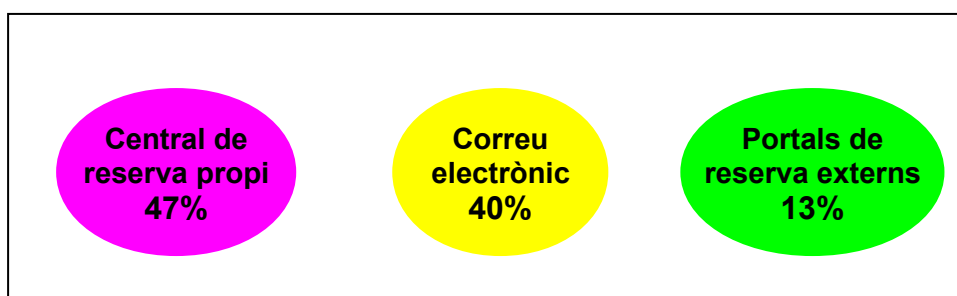
Del total d'empreses entrevistades, el 60% no controla ni està el cas del que es diu del seu negoci a la xarxa i el 40% sí que ho té en compte. El programa més utilitzat per a saber què es diu del seu negoci a la xarxa és el Google Alerts.



Gràfic 33: Indica el percentatge d'empreses que tenen en compte el que es diu del seu establiment a la xarxa.

## Teniu motor de reserva propi en el vostre lloc?

El 47% de les empreses entrevistades disposa d'una central de reserva pròpies integrat en el lloc web. Un 40% de les empreses només rep les reserves a través del correu electrònic i el 13% rep les reserves a través d'altres portals de reserves.

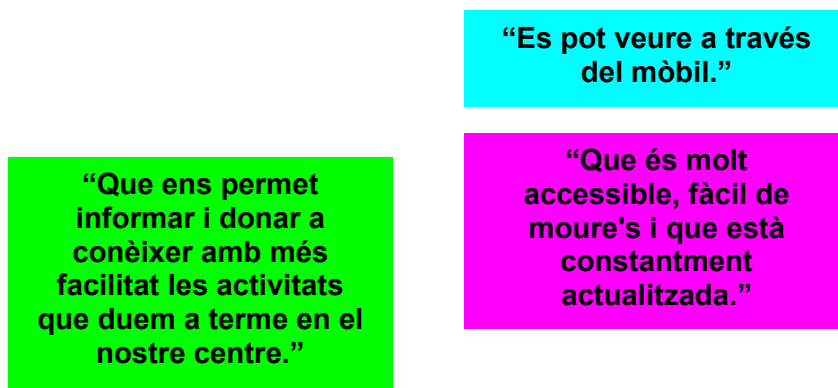


Gràfic 34: Indica el mitjà a través del que els clients contracten els seus serveis.

## Quin considera que és el punt fort del seu lloc web?

- Material gràfic (fotografies, vídeos,...): 47%
- Dinamisme i comunicació: 41%
- Material tecnològic (central reserves,...): 12%

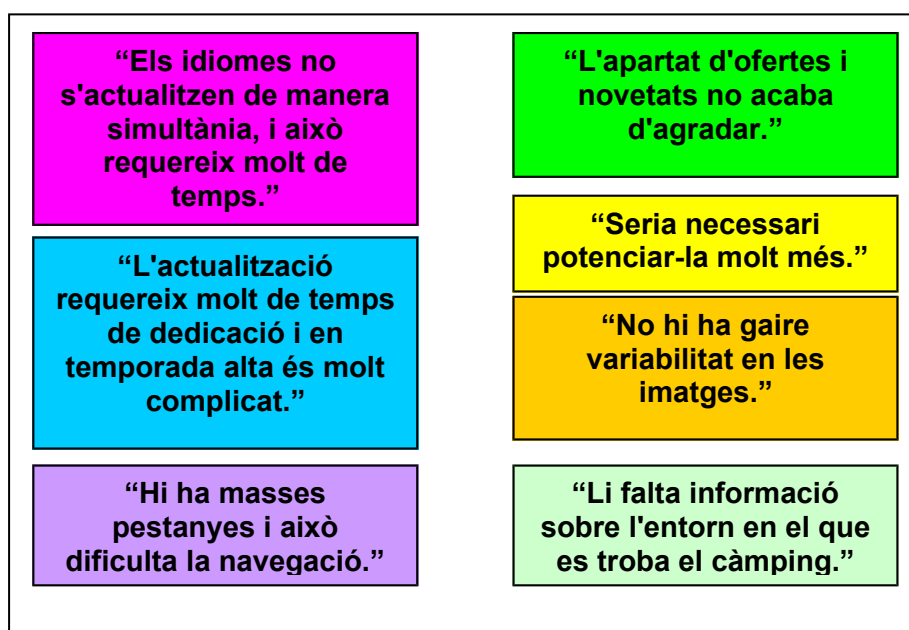
**“És molt visual, perquè té moltes imatges que són reals del càmping.”**



Gràfic 35: Indica les opinions dels empresaris entrevistats en relació als punts forts del seu lloc web.

## Quin considera que és el punt feble del seu lloc web?

- Requereix molt de temps d'actualització: 22%
- Hi falta informació: 29%
- No en troba cap: 7%
- Poc atractiva: 14%
- Falta potenciar el lloc web a la xarxa: 7%
- Poca implicació dels clients: 7%

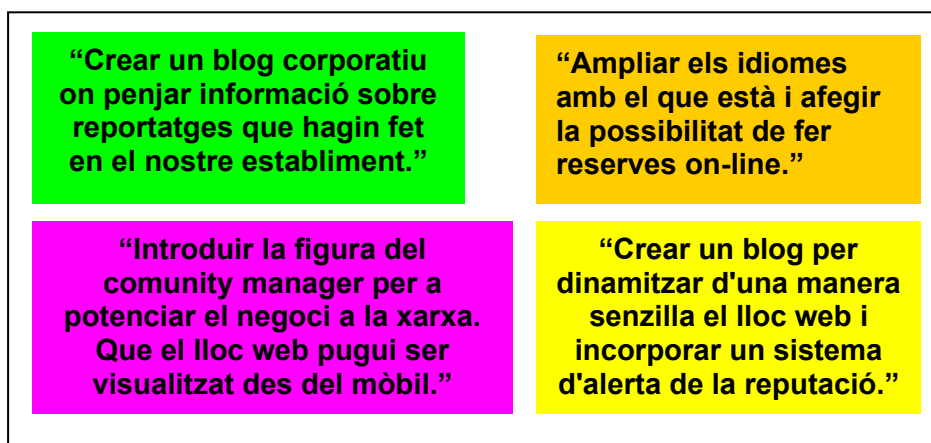


Gràfic 36: Indica les opinions dels empresaris entrevistats en relació als punts febles del seu lloc web.

## Quines previsions teniu en relació al lloc web?



- Creació d'un blog: 24%
- Introduir una central de reserves pròpis: 12%
- Ampliar informació i continguts: 16%
- Canviar el disseny del lloc web: 24%
- No hi tenim previst fer cap modificació: 12%
- Introduir la figura del community manager: 12%



**Gràfic 37:** Indica les opinions dels empresaris entrevistats en relació a les previsions que tenen en relació al lloc web.



## Conclusions

Segons els resultats obtinguts en l'estudi, la situació del sector turístic, pel que fa a la inversió en noves tecnologies per a augmentar la seva competitivitat, és que la majoria de les empreses han invertit en la creació d'un lloc web, però tenen dificultats per a gestionar el lloc web i per a potenciar-lo, ja sigui per manca de formació, de temps o de diners.

La majoria dels empresaris entrevistats opinen que les noves tecnologies són el futur i que poden contribuir significativament en el desenvolupament i manteniment d'un sector turístics molt més competitiu, tot i que es mostren desorientats en relació a la manera com fer servir les noves tecnologies i les estratègies a utilitzar.

Podem afirmar que la majoria de les empreses turístiques utilitzen de manera habitual Internet per a gestionar el seu negoci, sobretot per a comunicar-se amb els clients o bé per a fer gestions bancàries. Però menys de la meitat de les empreses permeten fer reserves a través del seu lloc web.

En relació a la primera hipòtesis de treball, en la que consideràvem que la majoria de les empreses turístiques de la comarca de l'Alt Empordà ofereixen els seus serveis a través d'Internet, podem afirmar que la major part de les empreses del sector turístic de la comarca de l'Alt Empordà ofereixen els seus serveis a través d'Internet, destacant principalment el sector hotelier, els càmpings, el turisme rural i les activitats turístiques. Els motius principals que ens han donat els empresaris/es és per fer-se publicitat i perquè és la tendència del moment. Per contra, el sector de la restauració és el que menys present està a la xarxa.

La principal avantatge que s'hi ha trobat és que a través del lloc web poden accedir a un públic molt més ampli i el principal inconvenient és que mantenir el lloc web actualitzat requereix una gran inversió en temps.

La inversió que realitzen les empreses turístiques en noves tecnologies podem afirmar que és baix, tot i que s'observa un lleuger increment, ja que tan sols una minoria ha invertit en serveis per als usuaris i en una gestió pràctica del servei. Un nombre molt baix d'empreses han comprat ordinadors i, poc més de la meitat, disposen de WIFI per als seus clients. Només la meitat han invertit en un motor de reserva per a poder gestionar el servei de manera còmode per al client.

Les xarxes socials encara són poc utilitzades per a les empreses turístiques per a promocionar el seu negoci, tot i que només la meitat d'elles hi és present no l'utilitzen de manera dinàmica ni habitualment. Un nombre molt baix permet compartir contingut del lloc web a través de les xarxes



socials. Les empreses són conscients que és important està present en les xarxes socials i això s'ha vist reflectit en les entrevistes qualitatives ja que la majoria de les empreses entrevistades tenen la figura del community manager integrat a la plantilla o contractat de manera externa.

S'observa un baixa inversió en el màrqueting per a promocionar al seu negoci per part de les empreses turístiques. Menys de la meitat de les empreses estan anunciades en algun portal especialitzat, han utilitzat estratègies SEM o han utilitzat el mail-màrqueting per a promocionar el seu negoci.

Podríem dir que en els llocs webs de les empreses, els clients poden trobar informació de contacte, informació sobre el producte que ofereixen i imatges d'aquest. Una minoria aporta vídeos del lloc i més de la meitat fan públiques les seves tarifes. Majoritàriament els llocs webs estan traduïts en 4 idiomes.

En l'anàlisi dels llocs webs ens hem trobat amb l'inconvenient de que no ens ha estat possible saber si la informació que s'ofereix en el lloc web ha estat actualitzada o no.

La meitat de les empreses donen informació sobre l'entorn al client com a valor afegit, tot i que poc més de la meitat de les empreses aporten enllaços d'aquests.

Un aspecte a destacar és que una minoria anuncia que disposa de zona WIFI com a valor afegit per als seus clients en el seu lloc web, tot i que la majoria de les empreses afirmen que en tenen.

La majoria dels empresaris/es afirmen que cada vegada realitzen més contractacions a través d'Internet, sobretot del client estranger. Més de la meitat de les reserves que reben les empreses ho fan a través d'Internet.

A partir de les conclusions extretes en l'estudi realitzat considerem que seria important que, degut a la creixent tendència del consumidor a realitzar les seves compres a través d'Internet, els empresaris de la comarca haurien d'invertir molts més recursos en una estratègia de màrqueting eficient en la promoció dels seus llocs webs per a què siguin visibles.

A més, haurien de gestionar la seva reputació a la xarxa ja que cada vegada es té més en compte l'opinió d'altres usuaris a l'hora de contractar un allotjament o servei. Hi ha molts recursos de programari lliure que els empresaris podrien utilitzar per a la gestió del seu lloc web i la promoció del seu establiment. Moltes vegades no és necessari fer una gran inversió econòmica per a fer un pla de màrqueting efectiu.



A continuació es mostren les conclusions diferenciades per a sectors extrems a partir de l'estudi realitzat.

### **Turisme rural**

En la realització del treball de camp, les empreses de turisme rural han mostrat certes peculiaritats ja que quan es van fer les trucades per a l'entrevista telefònica ens varem trobar que costava molt que ens agafessin el telèfon, els varem trucar varies vegades i en diferents moments del dia. Quan responien al telèfon, en ocasions, ho feien persones molt grans (les àvies o mares) que responien d'una manera molt col·loquial i dient-nos que truquéssim en un altre moment per a parlar amb el seu fill que és qui s'encarregava de la casa, o bé la propietària de la casa es trobava realitzant una altra feina i en aquell moment no ens podia atendre.

Les empreses de turisme rural són les que més llocs web han creat i les que més utilitzen Internet per a gestionar el seu negoci. Solen utilitzar Internet per a fer gestions bancàries i per a comunicar-se amb els clients. Qui sol gestionar el lloc web són els propietaris o bé empreses externes, sobretot Naturaki.

La major part de les empreses de turisme rural tenen un correu electrònic amb domini propi, tot i que el 24% continuen utilitzant un domini general, com per exemple yahoo, hotmail, gmail, etc.

Només el 12% de les empreses de turisme rural tenen ordinadors per a què els seus clients els puguin utilitzar i d'aquesta manera donar un valor afegit a la casa. No obstant, la gran majoria (75%) manifesten tenir WIFI gratuït en el seu establiment, però no ho anuncien el seu lloc web.

En relació a l'ús de les noves tecnologies en la comercialització de les cases rurals, el 85% està anunciada en portals de reserva d'allotjaments turístics. Els més utilitzats són top rural, escapadarural i booking. Una gran part de les empreses està anunciada a més d'un lloc web.

Poc menys de la meitat de les empreses (48%) afirmen estar presents a les xarxes socials, sobretot al facebook, però només el 27% permet que els possibles clients puguin compartir la informació del lloc web a través de les xarxes socials o llocs web.

Només el 12% de les empreses de turisme rural utilitza o ha utilitzat alguna vegada el sistema de posicionament SEM que consisteix en fer anuncis de pagament en els cercadors. I només el 21% de les empreses envien o han enviat mail-màrqueting.



La majoria de les empreses de turisme rural afirmen que el 75 o 100% de les reserves les realitzen a través d'Internet, tot i que només el 44% permeten fer la reserva a través del lloc web, però només el 21% té un motor de reserva integrat en el seu lloc web.

Quan varem fer l'avaluació del lloc web ens varem adonar que els llocs webs del turisme rural són molt bàsics, és a dir, tenen informació bàsica sobre la casa, fotografies, dades de contacte i tarifes. Solen tenir informació sobre l'entorn en el que es troba la casa però no posen "links" per a què els possibles clients puguin planificar les activitats que duran a terme durant la seva estada.

La majoria d'empreses de turisme rural tenen traduït el seu lloc web en 4 idiomes.

Només el 13% de les empreses penja vídeos en el lloc web per a què el possible client pugui tenir una visió més àmplia i realista de la casa.

A tall de resum, podríem afirmar que les empreses de turisme rural són un dels sectors que més ha invertit en noves tecnologies, però han fet una baixa inversió en màrqueting per a promocionar el seu establiment, en formació i en temps per a la gestió del lloc web. Les xarxes socials són poc utilitzades i manifesten no saber com gestionar la seva reputació a la xarxa, és més, valoren negativament el fet de que els clients puguin fer comentaris sobre el seu establiment a la xarxa.

## **Restauració**

Les trucades realitzades als han resultat molt complicades ja que la majoria de restaurants no contestaven al telèfon i no era possible deixar cap missatge al contestador. Són el sector que més dificultat hem tingut per a localitzar-los.

Els restaurants és el sector que menys ha invertit en noves tecnologies ja que només el 49% afirma disposar de lloc web i solament el 62% manifesten utilitzar Internet per a gestionar el seu negoci. Qui sol gestionar el lloc web és el propietari o bé contracten a una empresa externa que realitzi aquestes funcions. Cap restaurant disposa de motor de reserva propi integrat en el lloc web. Només un 1% dels restaurants entrevistats manifesten disposar d'ordinadors pels clients i un 38% afirmen disposar de zona WIFI. Val a dir, que només el 8% de llocs webs anuncien que tenen WIFI com a valora afegit.

Aquest sector és el que mostra més reticències a introduir-se a les noves tecnologies, ja que manifesten que no és útil perquè, per un costat, consideren que el fet d'obrir de temporades no els hi farà pujar les vendes, al contrari consideren que els hi farà gastar molt de temps, i, per l'altre, alguns consideren que si entren a la xarxa no podran atendre al possible augment de la demanda.



Pel que fa a les xarxes socials, el sector de la restauració és el que menys les utilitza. Només el 43% està present a la xarxa social i el 28% permet compartir la informació de lloc web a través de les xarxes socials.

La inversió que realitzen en la promoció del seu negoci és molt baixa, només l'1% està anunciat en algun portal especialitzat, el 4% afirma utilitzar o haver utilitzat estratègies de posicionament SEM i el 7% diu que envia o ha enviat alguna vegada mail-màrqueting.

En relació als llocs webs dels restaurants podríem dir que són els que menys informació donen al client ja que només donen informació sobre els productes que ofereixen, informació de contacte del restaurant i imatges dels plats o de l'espai. El lloc web sol estar en un idioma (català o castellà) (36%) i només el 32% dóna informació sobre les tarifes.

El 20% dels llocs webs de restaurants dóna informació sobre l'entorn en el que es troba i pocs ofereixen enllaços d'interès.

Un fet que crida l'atenció és que en la majoria de llocs webs de restaurants no deixen fer reserves a través de la xarxa, posen una nota en la que diuen que si vols realitzar alguna reserva ho has de fer de manera telefònica.

En resum, podem afirmar que el sector de la restauració és el que més precari es troba en relació a les noves tecnologies i és el sector que menys ha invertit en promoció del seu negoci a través de la xarxa

### **Càmpings**

A partir de les entrevistes realitzades es pot afirmar que els càmpings són els que més han invertit en noves tecnologies i en promoció del seu lloc web.

Pel que fa a la inversió en les noves tecnologies, tots els càmpings entrevistats afirmen tenir zona WIFI i el 72% manifesten tenir ordinadors per a què els seus clients puguin utilitzar, com a valor afegit al seu negoci. La majoria d'ells però els ofereixen de pagament. A més, gran part dels càmpings (85%) afirmen tenir un motor de reserva propi integrat en el seu lloc web. Val a dir que molts dels empresaris entrevistats afirmen que només accepten reserves que es realitzin a través del lloc web.

El 83% dels càmpings tenen lloc web i el 94% dels empresaris afirmen utilitzar el lloc web, sobretot l'utilitzen per a comunicar-se amb els clients i per a fer les gestions bàsiques dels seus negocis. El lloc web el sol gestionar un treballador que tenen el plantilla. Consideren que els seus llocs webs



són molt visuals i dinàmics, això permet que el client es pugui fer una idea molts més real del càmping.

Els càmpings són un dels sectors que més presents estan a la xarxa social, el 67% dels empresaris entrevistats afirmen estar presents a les xarxes socials i la meitat dels llocs webs permeten compartir el contingut del lloc web a través de la xarxa social.

En les entrevistes qualitatives diuen que tenen un treballador que es dedica a fer de community manager, sobretot sol ser el que s'encarrega de l'animació de l'establiment.

També podem afirmar que han realitzat una inversió important en la promoció del seu negoci, ja que la meitat dels càmpings envien correus electrònics fent promocions en els seus clients.

Són els que més han utilitzat els serveis de posicionament SEM i els que més estan anunciats en portals específics per a promocionar-se i donar-se a conèixer. El 89% afirmen estar apuntat a portals web, sobretot el lloc on més s'anuncien és campingsgirona.

En relació al lloc web, els càmpings són les que tenen els llocs web més actius. Més de la meitat ofereixen les seves dades de contacte, informació sobre el càmping i imatges. Un aspecte a destacar és que poc més de la meitat dels càmpings posen la direcció física de on es troba situat, i en canvi posen un mapa o les coordenades del GPS.

És el sector que més vídeos penja en els llocs webs, tot i que només el 44% ho fa. També informen de les tarifes i són els llocs webs que estan traduïts amb més de 4 idiomes. Val a dir, que tot i que el 100% dels càmpings afirmen tenir zona WIFI, només la meitat d'ells ho informa al seu lloc web.

Aporten informació sobre l'entorn en el que es troba el càmping i, a més, hi ofereixen enllaços com a valor afegit i per a què els clients puguin organitzar la seva estada.

El 78% dels càmpings permeten fer les reserves a través del seu lloc web i afirmen rebre la major part de les contractacions a través d'Internet.

A tall de resum, podem afirmar que els càmpings són els que més inversió han realitzat en noves tecnologies i els que més utilitzen les xarxes socials per a promocionar-se. Els llocs webs són molt rics en contingut i ofereixen molta informació sobre el càmping.





## **Hoteleria<sup>4</sup>**

El sector hotelier és el que més fàcil ha estat de comunicar-se amb ell, ja que disposen de contestador automàtic i de personal de recepció. Podríem dir que és un sector que ha invertit gran part dels seus recursos en les noves tecnologies, tot i que la seva presència en xarxes socials encara no majoritari.

Segons les entrevistes realitzades en els empresaris del sector hotelier, la majoria d'ells afirmen tenir zona WIFI (89%) per als clients i motor de reserva (71%) per a què els clients puguin contractar de manera còmode la seva estada. Les zones WIFI que ofereixen són gratuïtes per als seus clients, però només el 43% anuncia el servei d'Internet en el seu lloc web.

Podem afirmar que és un dels sectors que més utilitza Internet per a gestionar el seu negoci, ja sigui per a fer gestions bancàries com per a comunicar-se amb els seus clients.

La majoria de les empreses hoteleres tenen lloc web i la gestió i actualització d'aquest està bastant repartida entre el propietari, un treballador i/o una empresa externa.

Poc menys de la meitat del sector hotelier està presenta a les xarxes socials, només el 49%. I solament el 22% permet compartir la informació del lloc web a les xarxes socials.

Val a dir que en les entrevistes qualitatives s'ha observat un canvi de pensament ja que tot i no estar massa presents a les xarxes molts d'ells tenen pensat com a previsió de futur introduir la figura del community manager ja que són conscients de que cada vegada més els clients es basen en els comentaris d'altres clients a l'hora de contractar una estada en un hotel.

La inversió que han realitzat en relació a la promoció del seu establiment a través de la xarxa és baixa, ja que només el 28% dels hotels ha utilitzat alguna vegada el posicionament SEM i només el 31% ha emprat el correu electrònic per a enviar promocions o novetats als seus clients. No obstant, el 74% està anunciat a portals específics que permeten fer reserves i així obtenir més clients. Els portals més utilitzats són booking i venere.

Pel que fa a la qualitat dels llocs webs del sector hotelier, podríem dir que són bastant complerts ja que la majoria aporten informació de contacte, informació sobre l'hotel i imatges.

Poc més de la meitat, informen sobre les tarifes i aporten informació sobre l'entorn com a valor afegit per a què els clients puguin planificar la seva estada. La majoria dels llocs webs estan traduïts en 4 idiomes i el 61% permeten fer reserves a través d'Internet.

---

<sup>4</sup> A l'annex 4 podeu trobar els resultats classificats per a categories segons la tipologia d'hotel.





Els empresaris entrevistats afirmen que reben més de la meitat de les contractacions a través d'Internet.

En conclusió, podríem afirmar que els empresaris del sector hotelier són el que estan iniciant un canvi en la visió del seu negoci, ja que s'adonen de la importància que tenen les xarxes socials i les noves tecnologies pel que fa a la competitivitat en el sector turístic. Han invertit en noves tecnologies i estan iniciant les inversions cap a la promoció del seu establiment a través de les xarxes socials.

### **Activitats turístiques**

Les trucades en el sector de les activitats turístiques han estat una mica complicades, ja que ha costat que responguin al telèfon, ja que moltes de les empreses entrevistades no contestaven ni hi havia contestador per a poder deixar missatges.

El sector de les activitats turístiques ha fet una molt baixa inversió en les noves tecnologies, ja que cap empresa d'activitats afirma tenir ordinadors en el seu establiment, només el 2% afirma tenir zona WIFI i solament el 36% té un motor de reserva en el seu lloc web. És important dir que la majoria d'activitats turístiques que hi ha a la comarca es duent a terme a l'aire lliure, per aquest motiu la inversió en material tecnològic és tan baix.

La major part de les empreses entrevistades afirmen tenir lloc web i utilitzar Internet per a gestionar el seu negoci. La gestió i actualització del lloc web sol estar repartida entre el propietari, un treballador i/o una empresa externa.

Podem afirmar que el sector de les activitats turístiques és el que més ha invertit en les xarxes socials, possiblement perquè el tipus de negoci i de públic que tenen fa necessari que hi hagi molt més dinamisme i comunicació. Entenen que el que opinen els altres clients és important per al seu negoci. El 70% de les empreses està present a la xarxa i el 39% permet compartir el contingut del seu lloc web a la xarxa social.

No obstant, la inversió que han fet en la promoció del negoci a través d'Internet també és molt baix. Només el 9% utilitza o ha utilitzat el posicionament SEM, el 17% utilitza o ha utilitzat el correu electrònic per enviar promocions o novetats i solament l'11% està anunciat en algun portal especialitzat.



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

Pel que fa al lloc web, podem dir que són bastant rics en contingut, ja que la majoria tenen informació de contacte, informació sobre el servei que ofereixen, imatges i vídeos. També informen de les tarifes i el lloc web està traduït en més de 4 idiomes.

Només el 48% permet fer reserves a través del lloc web, i el mitjà de connexió que més utilitzen per a contactar amb ells és el telèfon. La majoria de les empreses entrevistades afirmen que no fan reserves a través d'Internet i els que sí que permeten reserves on-line manifesten que el percentatge és bastant baix.

En resum, podríem dir que el sector de les activitats turístiques és un dels que menys ha invertit en noves tecnologies i en la promoció del seu negoci a través d'Internet. Però són els que més presents estan a les xarxes socials i els més actius en aquestes. Entenen que la comunicació amb el client i saber el que opinen és molt important.



## **Bibliografia**

Aguilar, X. **Abocats a comerciar en la xarxa**. El Punt Avui, 11 d'abril de 2012.

Alzua-Sorzabal, A. i Abad, M. **Innovación en el sector turístico vasco**. Obtingut de [www.ingeva.org](http://www.ingeva.org) en data 10 de gener de 2012.

Bosch, I. **El 31% del sector turístic utilitza les xarxes socials**. El Punt Avui, 30 d'agost de 2012.

Tomàs, C. i Lanau, J.A. **La aplicación de nuevas tecnologías en la empresa**. Online Business School.

Cambra de Comerç de Barcelona. **L'impacte de les noves tecnologies en l'estratègia de comercialització de les empreses hoteleres catalanes**.

Gosalvez, P. **Extra verano y tecnología**. El País. 29 juny 2010.

Instituto de Estudios Turísticos, Turespaña, 2010.



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

### Participants



Consell Comarcal  
de l'Alt Empordà

Autora de l'estudi: Gemma Nadal i Gelada.

Direcció del projecte: Carme Capallera i Arnau.



Anna Arnay i Sellés, del Mas del Joncar, membre de la comissió assessora i coorganitzadora de la Jornada de sensibilització.



Albert Alemany i Montiel, membre de la comissió assessora i coorganitzador de la Jornada de sensibilització.



Carles Tubert i Pagès, membre de la comissió assessora i coorganitzador de la Jornada de sensibilització.

Olga Sabater i Armengou, coorganitzadora de la Jornada de sensibilització.



sensibilització.

Esther Ferrer i Geli, membre de la comissió assessora i coorganitzadora de la Jornada de



Sandra Gard i Buscarons, membre de la comissió assessora i coorganitzadora de la Jornada de sensibilització.



Martí Carbó i Carreté, membre de la comissió assessora i coorganitzador de la Jornada de sensibilització.

UdG Serveis Tècnics de Recerca Natàlia Adell i Calvet, assessora tècnica.



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

**Impacte noves tecnologies en el sector turístic**

## **Annexes**





## Annex 1: Glossari

**Posicionament SEM:** correspon a les sigles Search Engine Machine, i són comunament anomenats enllaços patrocinats. Es tracta d'anuncis online que apareixen en les primeres posicions dels buscadors. Normalment l'empresa no paga per l'aparició de l'anunci com a resultat de la cerca, sinó que paga per click (cada vegada que una persona entra a l'anunci).

### Avantatges:

- *Temps:* pots aparèixer en els primers llocs dels cercadors en qüestió d'hores.
- *Pagament per resultats:* només es cobra quan un usuari faci click a l'anunci de la teva campanya.
- *Segmentació:* a través d'una correcta elecció de paraules clau, pots hipersegmentar i arribar directament al públic objectiu, i ordenar la teva campanya per a què només aparegui en resultats que tinguin una predisposició a la compra, maximitzant el retorn de la teva inversió i enfocant-la realment a possibles clients més que en simples visites.
- *Control sobre despeses i pressupostos:* tu defineixes el pressupost diari i el cost que estàs disposat a pagar per click.

### Desavantatges:

- *Cost:* s'ha de pagar per cada click que es dirigeixi al teu lloc web.
- *Falta de coneixement:* és important saber crear campanyes correctament i conèixer algunes tècniques per a poder arribar directament als clients potencials. No només és crear la campanya i pagar per click.

**Motor de reserva:** sistema informàtic que de manera automatitzada s'encarrega de la gestió de les reserves realitzades a través d'Internet, aquest sistema facilita a l'hotelier informació sobre les reserves realitzades a través d'aquest.

### Avantatges:

- Substitució dels tradicionals formularis de reserves per a interfaces 2.0 que s'integren en el propi lloc web. Faciliten i maximitzen les reserves on-line.



- Solen ser flexibles per adaptar-se a qualsevol model de negoci de l'hotel.
- Disminució del treball ja que la major part de la gestió de les reserves es realitza de manera automàtica (fins a cert punt, ja que requereixen d'un cert grau de manteniment de la informació). Permet que el client pot veure en temps real la disponibilitat, els preus, les condicions de les reserves i pugui formalitzar la reserva sense la intervenció de l'hoteler.
- Es poden realitzar reserves les 24 hores del dia.
- Elevat grau de seguretat en relació a les dades registrades i a la confirmació de les reserves.

### Desavantatges:

- S'hauria d'analitzar si s'han incrementat les vendes per a valorar si és rentable.
- Cost d'instal·lar-ho en el propi lloc web.

**Community manager:** persona encarregada de crear, gestionar i dinamitzar una **comunitat virtual a Internet**, independentment de la plataforma o eines digitals utilitzades, amb l'objectiu d'aconseguir que els usuaris participin i interactuïn entre ells. Aquesta figura va aparèixer per coordinar, administrar i moderar els fòrums a Internet, però la seva importància es va disparar amb la irrupció de les **xarxes socials** com **Facebook** o **Tuenti**.

### Funcions:

- Desenvolupar una estratègia de comunicació digital capaç de construir relacions al voltant de la marca i mantenir interaccions personals amb els membres de la marca que es representa.
- Conèixer la necessitat dels usuaris i transmetre-les internament a l'empresa per a què l'empresari les valor i modifiqui el seu producte o servei, per tal d'aconseguir que aquests canvis incrementin la cohesió amb els usuaris i la qualitat dels serveis.

### Habilitats que ha de tenir un community manager:

- Capacitats socials per a fomentar la interacció entre els membres de la comunitat.
- Habilitat psicològica per a intuir el comportament dels individus.



- Formació sòlida (periodisme, màrqueting i comunicació,...).
- Experiència com a usuari de serveis web.
- Facilitat i correcció en la redacció de textos.
- Habilitat per a fomentar el intercanvi de coneixements i opinions dels usuaris.
- Coneixements de programació web, flash i temes de disseny.



## **Annex 2: Iniciatives innovadores**

A continuació, volem fer un recull de totes les iniciatives innovadores en el sector del turisme i les noves tecnologies que s'han dut a terme a la província de Girona en el darrer any.

**Soms Empordà**, una nova botiga gastronòmica en línia (Diari Hora Nova, 10 d'abril de 2012)

Venda de productes gastronòmics de la comarca i també a la promoció de les empreses locals.

Ofereix informació dels productors, una guia d'empreses del sector i receptes.

**“Aquesta iniciativa ens permet promocionar la comarca i els petits productors entre els consumidors.”**  
Albert Pujada, creador del lloc web.

**www.hola-bebe.es** (Diari Empordà, 10 d'abril 2012)

Botiga on-line creada per una empordanesa en la que es venen productes tèxtils per a nadons i nens.

**Eventgo.org** (Diari El Punt Avui, 13 de febrer de 2012)

És una agència de viatges per Internet centrada en els esdeveniments esportius. S'ha centrat principalment en la branca del motor.

**Forquillagironina.cat** (Diari El Punt Avui, 1 de març de 2012)

Es crea un portal amb informació d'uns 500 restaurants gironins.

**Welovecadaques.com** (Dirari Empordà, 17 d'abril de 2012)

Portal que pretén ser la porta d'entrada a l'oferta gastronòmica i cultural de Cadaqués. El visitant pot descobrir els restaurants i bars que hi ha al poble, amb les seves propostes culinàries i les particularitats identitàries; pot estar al dia de les activitats culturals, artístiques i musicals que se



celebren a Cadaqués; pot seguir en directe l'estat meteorològic del municipi a través de webcams, entre d'altres serveis.

**Neix el primer portal de compra de serveis gironins, giroval** (Diari El Punt Avui, 30 d'abril de 2012)

Giroval ofereix serveis de prop de 200 establiments i negocis de les comarques gironines amb descomptes diaris.

**“La confiança és un factor important”**  
Arroyo, socia de Giroval

**Un motor de reserva fa augmentar el nombre de vendes directes als hotels** (Diari El Punt Avui, 10 de maig de 2012)

L'empresa Efimàtica de Girona crea un nou servei anomenat Obehotel. Aquest permet vendre paquets turístics i l'hotel pot gestionar directament les reserves per Internet automàticament.

**Quatre altempordanesos creen Womity, una xarxa social per decidir en grup** (Diari Hora Nova, 19 de juny de 2012)

A part de permetre prendre decisions en grup d'una manera còmode també permet *xatejar* mentre s'està prenent una decisió. També permet afegir fotografies i enllaços a cadascuna de les decisions.

**Conèixer Navata jugant** (Diari Hora Nova, 22 de juny de 2012)

L'Ajuntament de Navata ha desenvolupat una aplicació per als dispositius mòbils que permetrà als usuaris descobrir el patrimoni del poble a través d'un joc d'enigmes georeferencat. Els punts obtinguts es podran canviar per descomptes i promocions en establiments locals.

**Social e-commerce** (Revista Emprendedores, 25 de juliol de 2012)

Són unes comunitats virtuals i xarxes socials amb fans que opinen, valoren, voten, puntuen, recomanen i en alguns casos escullen fins i tot els productes que es fabriquen i/o comercialitzen.





**Nou operadors turístics de qualitat d'arreu del món estan interessats en la comarca** (Diari Hora Nova, 31 de juliol de 2012)

En concret es tracta de:

TravelLodge: necessita activitats d'oci i lleure.

Innturismo: interessat en rebre ofertes d'allotjament i paquets per al públic portuguès.

AcrossSpain: interessats en ofertes de sol i platja.

Edyfar Vaijes: interessats en propostes de turisme de costa i actiu.

American Express-Barceló: interessats en turisme vacacional, costa i platja.

Lexitours: interessats en paquets amb visites guiades i excursions.

Kuoni: busquen noves destinacions que puguin satisfer les expectatives dels seus clients amb hotels de 5-4 estrelles, restaurants de cuina elaborada, cellers, museus, vaixells,...

Valesa Cultural Services: busca allotjaments i productes de qualitat.

Smile-Condor Orizonia: interessats en passejos pels canals, rutes gastronòmiques i visites guiades.

**[www.visitafigueres.cat](http://www.visitafigueres.cat)** (Diari de Girona, 7 d'agost de 2012)

Es tracta d'un portal dedicat únicament a continguts turístics, des dels allotjaments a les activitats que es poden portar a terme.

**[Social-Buy.com](http://Social-Buy.com)** (El Punt Avui, 29 d'agost de 2012)

És una empresa que té l'objectiu de rendibilitzar la presència digital de les empreses i organitzacions perquè venguin més i perquè els seus negocis evolucionin en i amb les xarxes socials. Es tracta de connectar les xarxes socials i el comerç electrònic i convertir el procés de compra per Internet en una nova manera de comprar més emocionant i personal.

**[Caçadors d'experiències 2.0](#)** (Diari l'Empordà, 25 de setembre de 2012)

Consisteix en l'activitat d'amagar i trobar "tresors" en qualsevol lloc, amb l'ajuda d'un GPS normalment integrat en un smartphone. Abans, però es fa un registre en un lloc web que facilita



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

unes coordenades als usuaris que hi vulguin participar. Un cop aconseguides, s'ha d'anar a desplaçar-se fins al lloc, topar-se amb el geoamagatall i descobrir la satisfacció i màgia de l'esforç havent aconseguit l'objecte.

Aquesta activitat es desenvolupa en plena natura i és un nexa perfecte entre les noves tecnologies i la pràctica ancestral de buscar tresors amagats.

**“Hi ha gent que planifica les seves vacances pensant ja en trobar el màxim nombre de catxés possibles i hi ha gent que en fa de tant en tant i ni tan sols els registra a la web.”**  
Aranu Duran, expert en geocerca.

**Àtica Empordà** (Diari l'Empordà, 25 de setembre de 2012)

Iniciativa que vol contribuir en la difusió del territori a partir dels codis QR. Aporta informació sobre el territori i el paisatge, el patrimoni i la cultura, la gastronomia, les festes i tradicions, l'art i la seva gent.



### Annex 3: Llocs webs analitzats i empreses entrevistades personalment

#### Llocs webs analitzats:

[bowlingempuriabrava.com](http://bowlingempuriabrava.com)

[rostisseriaole.com](http://rostisseriaole.com)

[www.almadrabapark.com](http://www.almadrabapark.com)

[www.almata.com](http://www.almata.com)

[www.ampuriacar.com](http://www.ampuriacar.com)

[www.apartamentsmasjulia.com](http://www.apartamentsmasjulia.com)

[www.ballena-alegre.com](http://www.ballena-alegre.com)

[www.bassegodapark.com](http://www.bassegodapark.com)

[www.boatsmediterrani.com](http://www.boatsmediterrani.com)

[www.bocatafeliz.com](http://www.bocatafeliz.com)

[www.bonretorn.com](http://www.bonretorn.com)

[www.buffetelmirador.com](http://www.buffetelmirador.com)

[www.buggy-rent.com](http://www.buggy-rent.com)

[www.calalaura.com](http://www.calalaura.com)

[www.calferrer.com](http://www.calferrer.com)

[www.calferrer.es](http://www.calferrer.es)

[www.calmonarca.com](http://www.calmonarca.com)

[www.campingamfora.com](http://www.campingamfora.com)

[www.campingillamateua.com](http://www.campingillamateua.com)

[www.campinglaguna.com](http://www.campinglaguna.com)

[www.campinglasdunas.com](http://www.campinglasdunas.com)

[www.campinglespedres.net](http://www.campinglespedres.net)

[www.campingmassanet.com](http://www.campingmassanet.com)

[www.campingportdelavall.com](http://www.campingportdelavall.com)

[www.campingriu.com](http://www.campingriu.com)

[www.campingsalata.com](http://www.campingsalata.com)

[www.campingsantmiquel.com](http://www.campingsantmiquel.com)

[www.can-genis.com](http://www.can-genis.com)

[www.can-selleretas.com](http://www.can-selleretas.com)

[www.canbernat.com](http://www.canbernat.com)

[www.hostaldonpepe.com](http://www.hostaldonpepe.com)

[www.hostalempuries.com](http://www.hostalempuries.com)

[www.hostaljuventus.com](http://www.hostaljuventus.com)

[www.hostallara.com](http://www.hostallara.com)

[www.hostalmontmerce.com](http://www.hostalmontmerce.com)

[www.hostalrom.es](http://www.hostalrom.es)

[www.hostalsanmar.com](http://www.hostalsanmar.com)

[www.hostalvehi.com](http://www.hostalvehi.com)

[www.hotel-misty.com](http://www.hotel-misty.com)

[www.hotelcancatala.com](http://www.hotelcancatala.com)

[www.hotelcanpepin.com](http://www.hotelcanpepin.com)

[www.hotelciutadella.com](http://www.hotelciutadella.com)

[www.hotelduran.com](http://www.hotelduran.com)

[www.hotelelmoli.com](http://www.hotelelmoli.com)

[www.hotelelscassadors.com](http://www.hotelelscassadors.com)

[www.hotelemporda.com](http://www.hotelemporda.com)

[www.hotelmarina-roses.com](http://www.hotelmarina-roses.com)

[www.hotelmasrenart.com](http://www.hotelmasrenart.com)

[www.hotelmontana.com](http://www.hotelmontana.com)

[www.hotelperalada.com](http://www.hotelperalada.com)

[www.hotelspalacentral.com](http://www.hotelspalacentral.com)

[www.hotelsrisech.com](http://www.hotelsrisech.com)

[www.jandemanol.es](http://www.jandemanol.es)

[www.kartingroses.com](http://www.kartingroses.com)

[www.kartslescala.com](http://www.kartslescala.com)

[www.kiteexperience.com](http://www.kiteexperience.com)

[www.labalma.com](http://www.labalma.com)

[www.lafondadecadaques.com](http://www.lafondadecadaques.com)

[www.leshamaques.com](http://www.leshamaques.com)

[www.masdeljoncar.com](http://www.masdeljoncar.com)



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

[www.cancarles.com](http://www.cancarles.com)

[www.cancentena.com](http://www.cancentena.com)

[www.canclotas.com](http://www.canclotas.com)

[www.candalmau.com](http://www.candalmau.com)

[www.canfores.com](http://www.canfores.com)

[www.canfurtia.com](http://www.canfurtia.com)

[www.cangarriga.net](http://www.cangarriga.net)

[www.canguso.com](http://www.canguso.com)

[www.canjantoni.cat](http://www.canjantoni.cat)

[www.canllobet.com](http://www.canllobet.com)

[www.canlluis.es](http://www.canlluis.es)

[www.canmach.com](http://www.canmach.com)

[www.canmarisch.com](http://www.canmarisch.com)

[www.canmartinot.com](http://www.canmartinot.com)

[www.canmas.net](http://www.canmas.net)

[www.canmasalbanya.com](http://www.canmasalbanya.com)

[www.canmorset.com](http://www.canmorset.com)

[www.canpalau.com](http://www.canpalau.com)

[www.canpunyetes.com](http://www.canpunyetes.com)

[www.canromani.com](http://www.canromani.com)

[www.canxiquet.com](http://www.canxiquet.com)

[www.caputxeta.com](http://www.caputxeta.com)

[www.castellopitchandputt.com](http://www.castellopitchandputt.com)

[www.cnllanca.cat](http://www.cnllanca.cat)

[www.creuerscadaques.cat](http://www.creuerscadaques.cat)

[www.elbarroco.net](http://www.elbarroco.net)

[www.elcasalot.cat](http://www.elcasalot.cat)

[www.elcaudepalau.com](http://www.elcaudepalau.com)

[www.elmolidesiurana.com](http://www.elmolidesiurana.com)

[www.elsblausderoses.com](http://www.elsblausderoses.com)

[www.eltorn.cat](http://www.eltorn.cat)

[www.ermitadesantallucia.com](http://www.ermitadesantallucia.com)

[www.funtastic-emporda.com](http://www.funtastic-emporda.com)

[www.garimall.com](http://www.garimall.com)

[www.masfalgarona.com](http://www.masfalgarona.com)

[www.masfresi.com](http://www.masfresi.com)

[www.mashortus.com](http://www.mashortus.com)

[www.masiacanros.cat](http://www.masiacanros.cat)

[www.masjonquer.com](http://www.masjonquer.com)

[www.maspau.com](http://www.maspau.com)

[www.masperaquintana.com](http://www.masperaquintana.com)

[www.masroquet.com](http://www.masroquet.com)

[www.massequilla.com](http://www.massequilla.com)

[www.mastarasco.com](http://www.mastarasco.com)

[www.mateuadive.com](http://www.mateuadive.com)

[www.nou-fusion.com](http://www.nou-fusion.com)

[www.paintballfarwest.com](http://www.paintballfarwest.com)

[www.paskos.com](http://www.paskos.com)

[www.pensionmarfil.com](http://www.pensionmarfil.com)

[www.prestigehotels.com](http://www.prestigehotels.com)

[www.restaurantcalamaria.net](http://www.restaurantcalamaria.net)

[www.restaurantcancoll.com](http://www.restaurantcancoll.com)

[www.restauranteljouvell.cat](http://www.restauranteljouvell.cat)

[www.restaurantlabrasa.com](http://www.restaurantlabrasa.com)

[www.restaurantlafontdavall.com](http://www.restaurantlafontdavall.com)

[www.restaurantmiramar.com](http://www.restaurantmiramar.com)

[www.restaurantmiryam.com](http://www.restaurantmiryam.com)

[www.restaurantsotamuralla.com](http://www.restaurantsotamuralla.com)

[www.roc-fort.cat](http://www.roc-fort.cat)

[www.rubinaresort.com](http://www.rubinaresort.com)

[www.ruralcanbosch.net](http://www.ruralcanbosch.net)

[www.ruralgatvell.com](http://www.ruralgatvell.com)

[www.santallucia.com](http://www.santallucia.com)

[www.santuarisdegirona.cat](http://www.santuarisdegirona.cat)

[www.sappysport.com](http://www.sappysport.com)

[www.sidreriatsots.com](http://www.sidreriatsots.com)

[www.sushiwok.cat](http://www.sushiwok.cat)

[www.thalassasport.com](http://www.thalassasport.com)



Consell Comarcal de l'Alt Empordà

## Impacte noves tecnologies en el sector turístic

[www.gelama.cat](http://www.gelama.cat)

[www.gelama.cat](http://www.gelama.cat)

[www.genroses.cat](http://www.genroses.cat)

[www.golfperalada.com](http://www.golfperalada.com)

[www.golftorremirona.com](http://www.golftorremirona.com)

[www.gransolhostal.com](http://www.gransolhostal.com)

[www.hipicacanmixeu.com](http://www.hipicacanmixeu.com)

[www.hostalbartis.com](http://www.hostalbartis.com)

[www.thalassasport.com](http://www.thalassasport.com)

[www.torremironaspa.com](http://www.torremironaspa.com)

[www.trull-boadella.com](http://www.trull-boadella.com)

[www.turismoruralcalenric.com](http://www.turismoruralcalenric.com)

[www.vellemporda.com](http://www.vellemporda.com)

[www.vi-cool.com](http://www.vi-cool.com)

[www.windiscovery.com](http://www.windiscovery.com)





Empreses entrevistades personalment:

Casa de Turisme Rural "La Balma"

Encarregada

Hotel Figueres Parc

Encarregada i propietària

Hotels Risech

Propietari

Thalassa sport

Gerent

Hotel Terraza

Cap de recepció

Xons Hotels

Propietari

Sappy Sport

Propietari

Kite Experience

Propietari

Windiscovery Llança

Propietari

El Trull d'en Francesc

Propietari

Restaurant Garimall

Propietari

Càmping la Ballena Alegre

Director

Restaurants Lladó

Propietària

Càmping Àmfora

Cap de recepció

Restaurant Onix

Co-Propietari

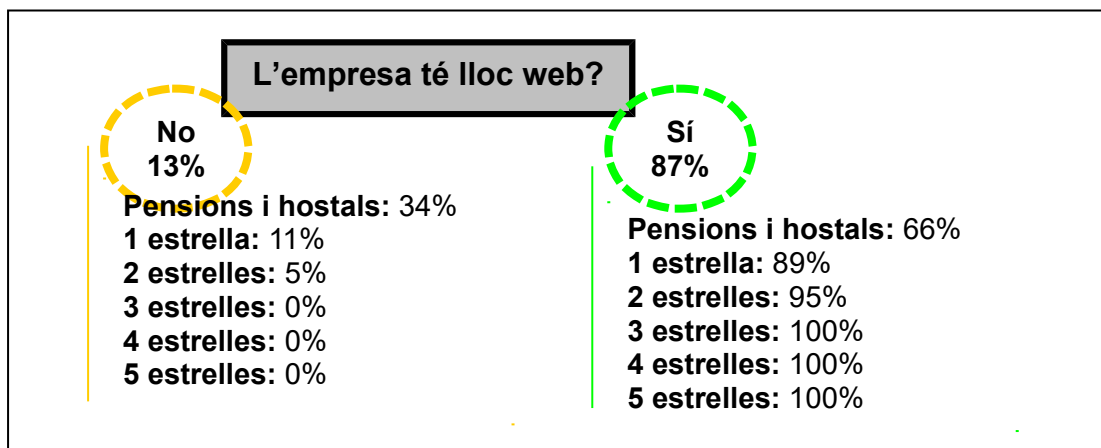
Restaurant Miramar

Encarregat i community manager

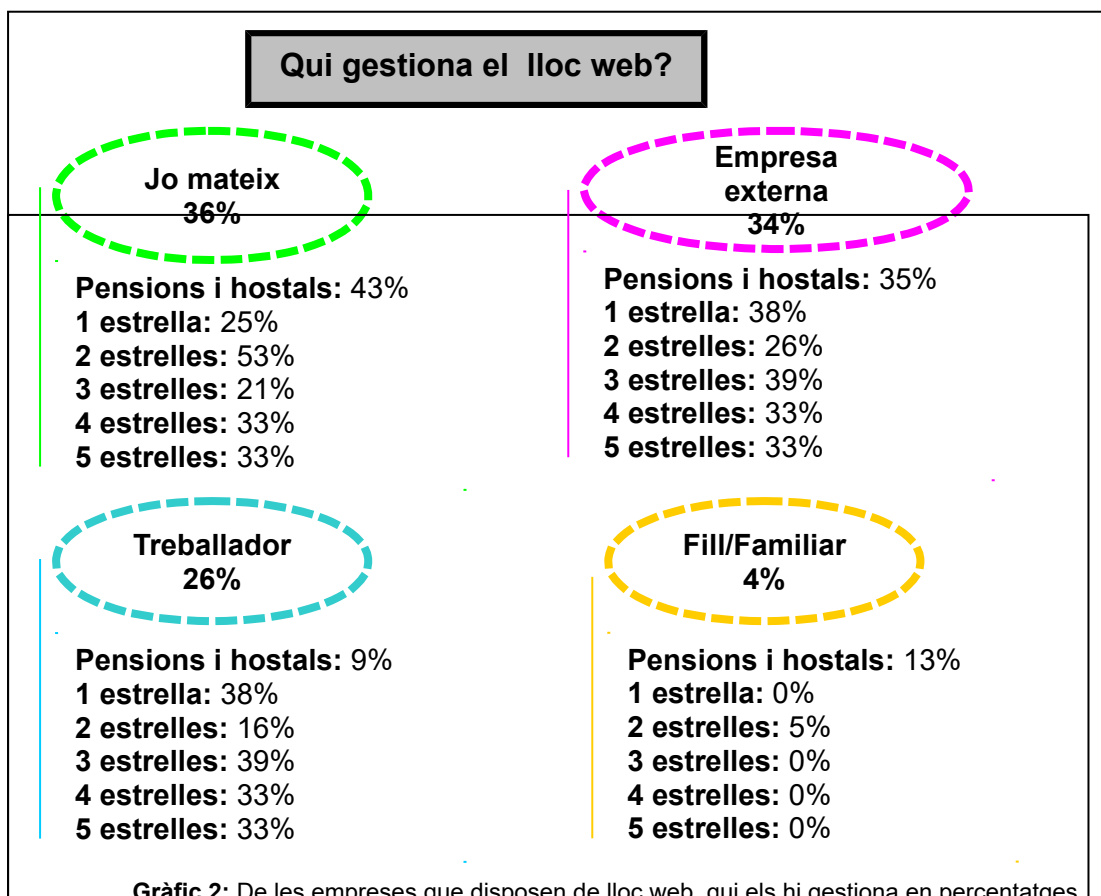


## Annex 4: El sector hotelier segons la categoria de l'hotel

### 1. Implantació de les noves tecnologies a les empreses turístiques de la comarca de l'Alt Empordà

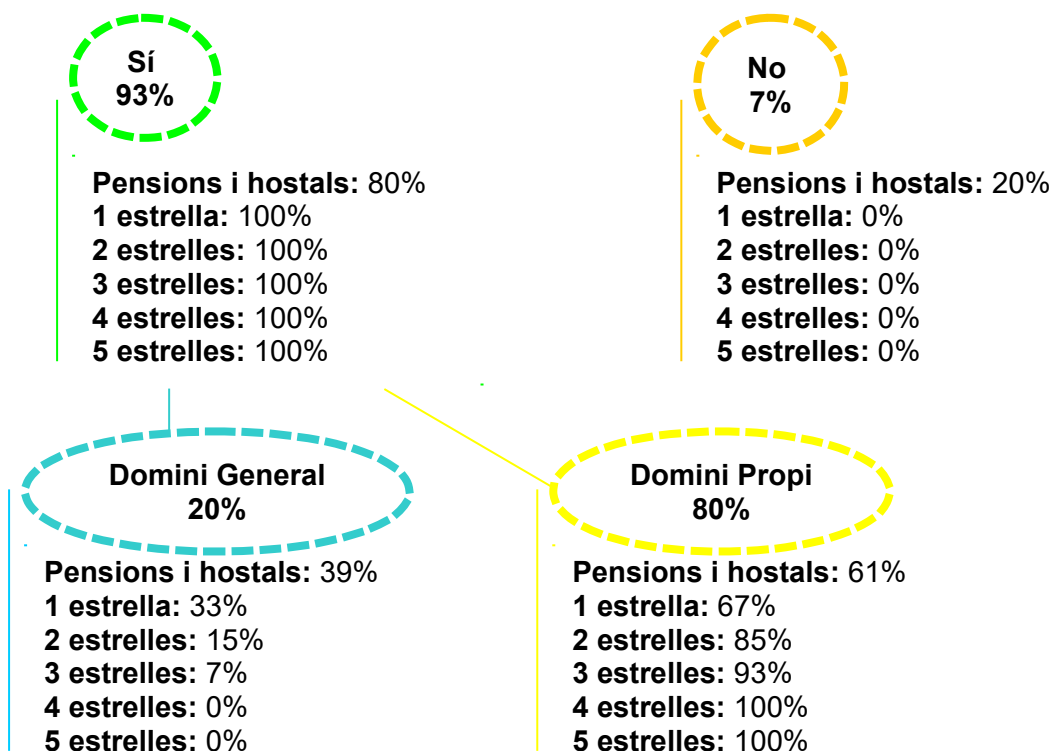


Gràfic 1. Percentatge d'empreses que disposen de lloc web del seu negoci.

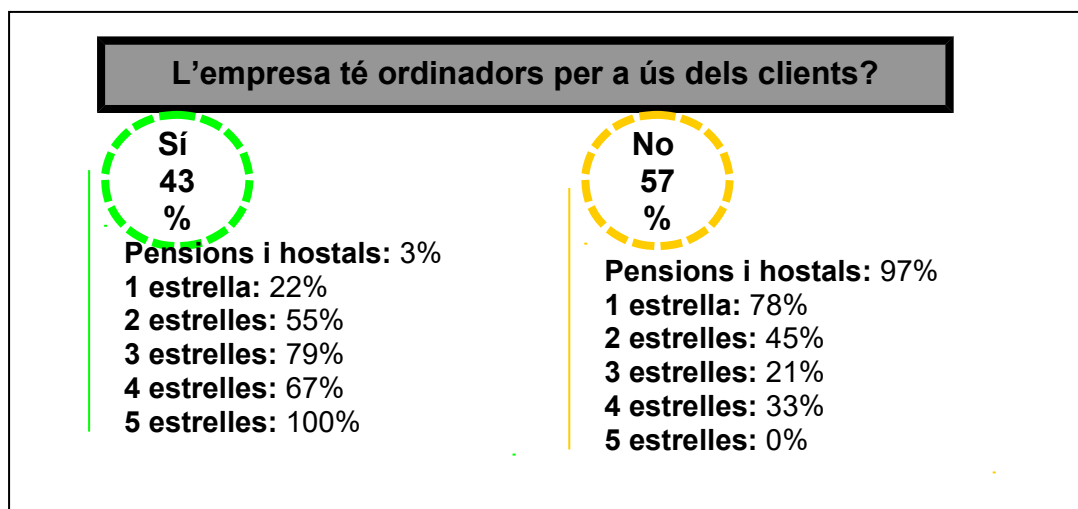


Gràfic 2: De les empreses que disposen de lloc web, qui els hi gestiona en percentatges.

### L'empresa té correu electrònic?

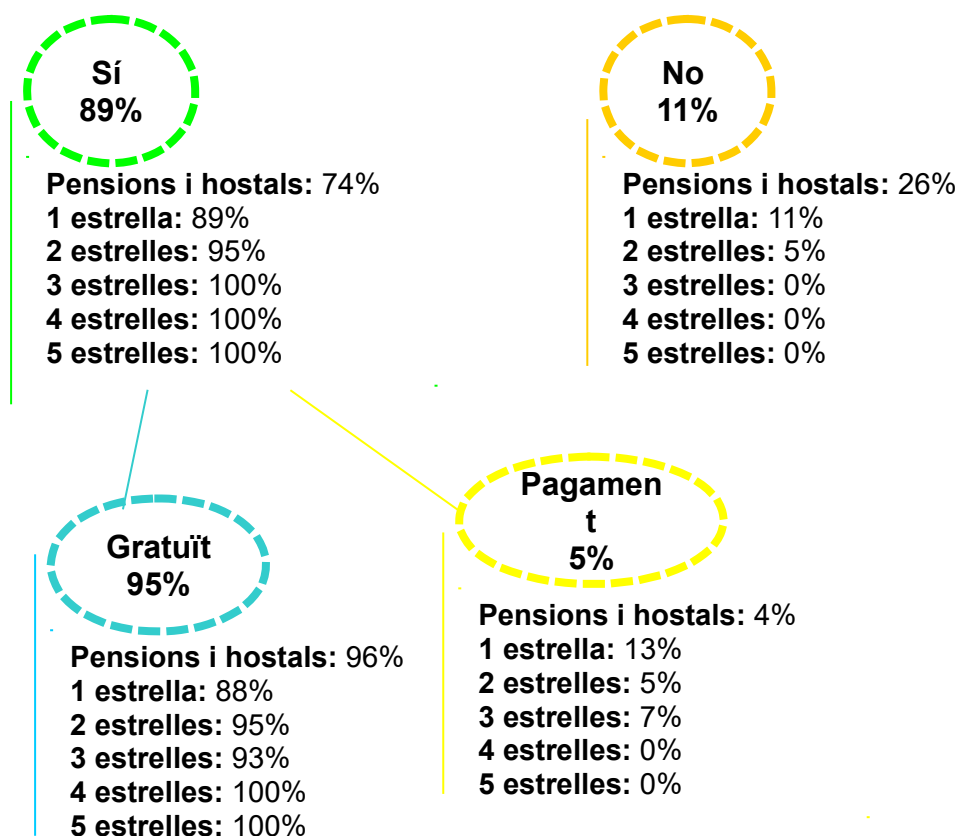


Gràfic 3: Percentatge d'empreses que disposen de correu electrònic en el seu negoci i percentatge d'empreses que han contractat un domini propi per al seu correu electrònic.

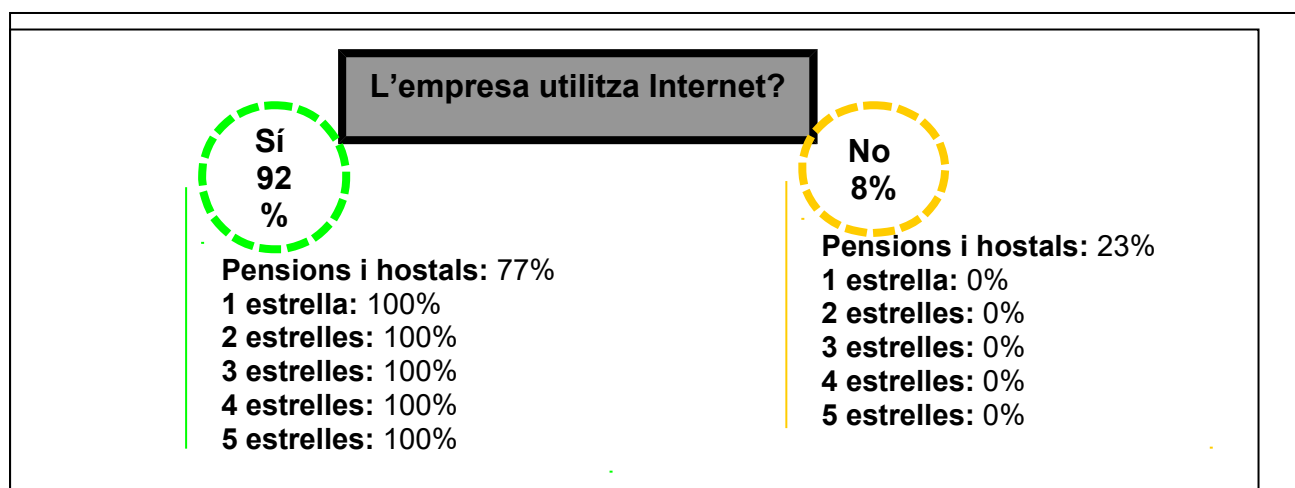


Gràfic 4: Percentatge d'empreses que disposen d'ordinadors per a ús dels seus clients.

**L'empresa té WIFI per a ús dels clients?**



Gràfic 5: Percentatge d'empreses que disposen WIFI per a ús dels seus clients.



Gràfic 6: Percentatge d'empreses que utilitzen Internet per a gestionar el seu negoci.

## 2. Utilització de les noves tecnologies en la comercialització per part de les empreses del sector turístic a la comarca de l'Alt Empordà.

**S'anuncia a portals específics?**



**Sí**  
**74**  
**%**

**Pensions i hostals: 43%**  
**1 estrella: 89%**  
**2 estrelles: 80%**  
**3 estrelles: 100%**  
**4 estrelles: 78%**  
**5 estrelles: 100%**

**No**  
**26**  
**%**

**Pensions i hostals: 57%**  
**1 estrella: 11%**  
**2 estrelles: 20%**  
**3 estrelles: 0%**  
**4 estrelles: 22%**  
**5 estrelles: 0%**

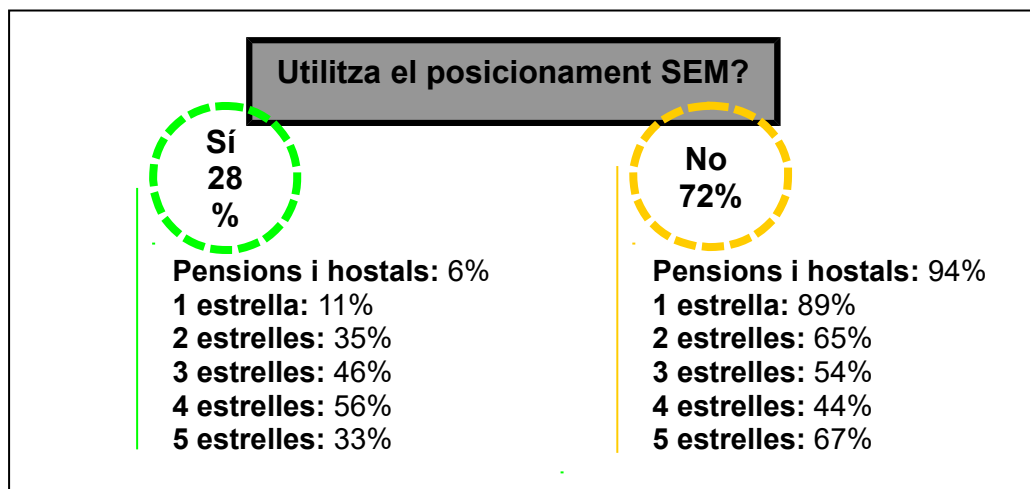
**1 pàgina**  
**64%**

**Pensions i hostals: 80%**  
**1 estrella: 63%**  
**2 estrelles: 69%**  
**3 estrelles: 61%**  
**4 estrelles: 29%**  
**5 estrelles: 67%**

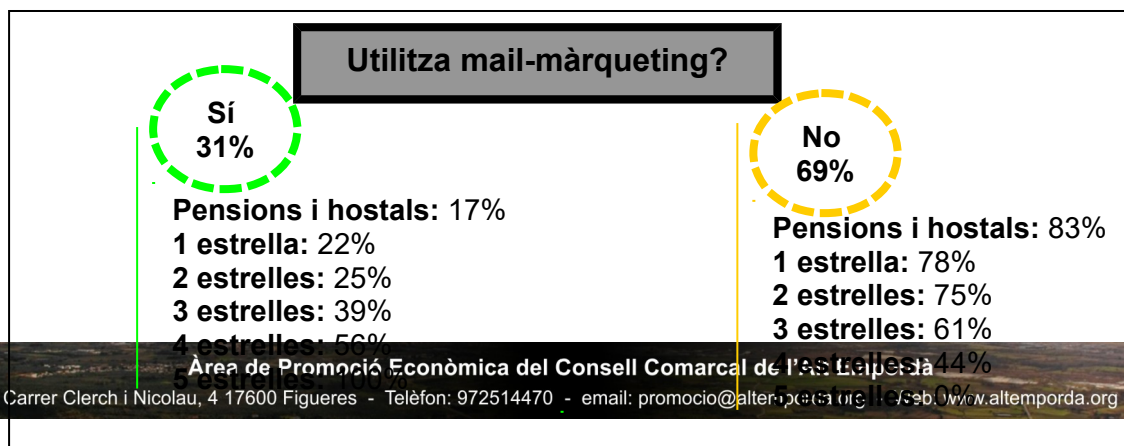
**+ 1 pàgina**  
**36%**

**Pensions i hostals: 20%**  
**1 estrella: 38%**  
**2 estrelles: 31%**  
**3 estrelles: 39%**  
**4 estrelles: 71%**  
**5 estrelles: 33%**

Gràfic 7: Percentatge d'empreses que s'anuncien en algun portal especialitzat a Internet per a promocionar el seu negoci



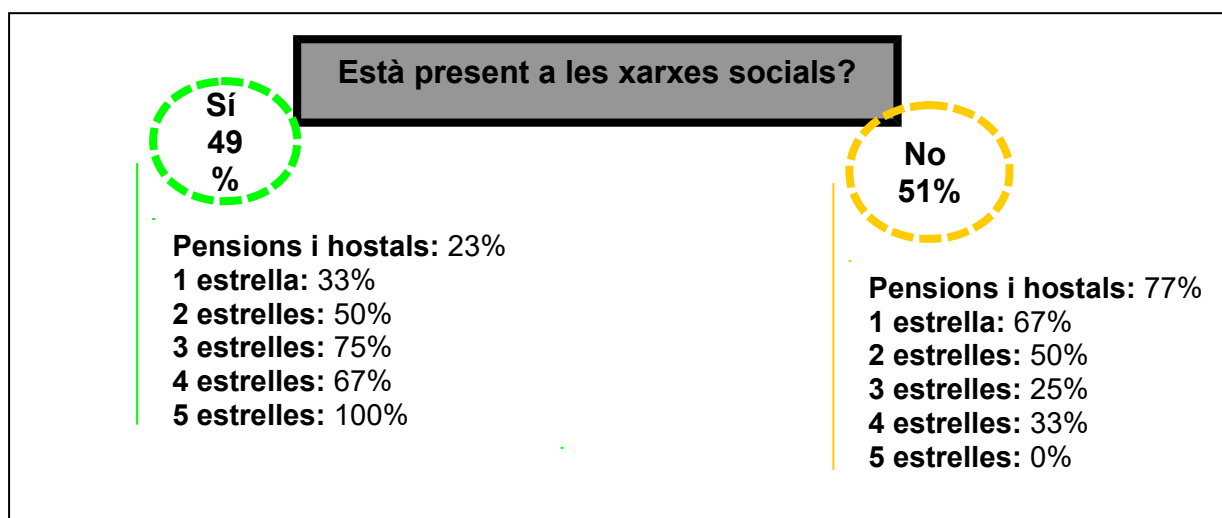
Gràfic 8: Percentatge d'empreses utilitzen el sistema de posicionament SEM per a posicionar-se en els cercadors.



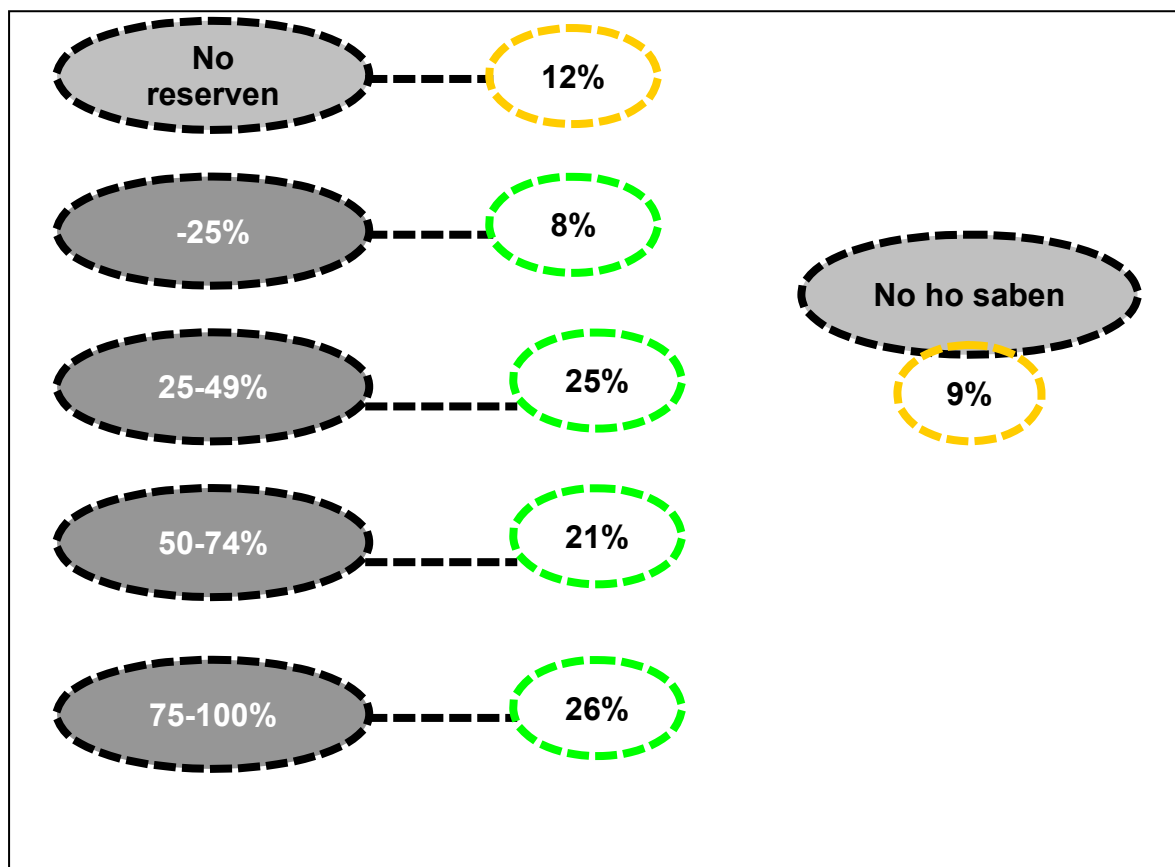




**Gràfic 9:** Percentatge d'empreses que utilitzen o han utilitzar el mail-màrqueting.



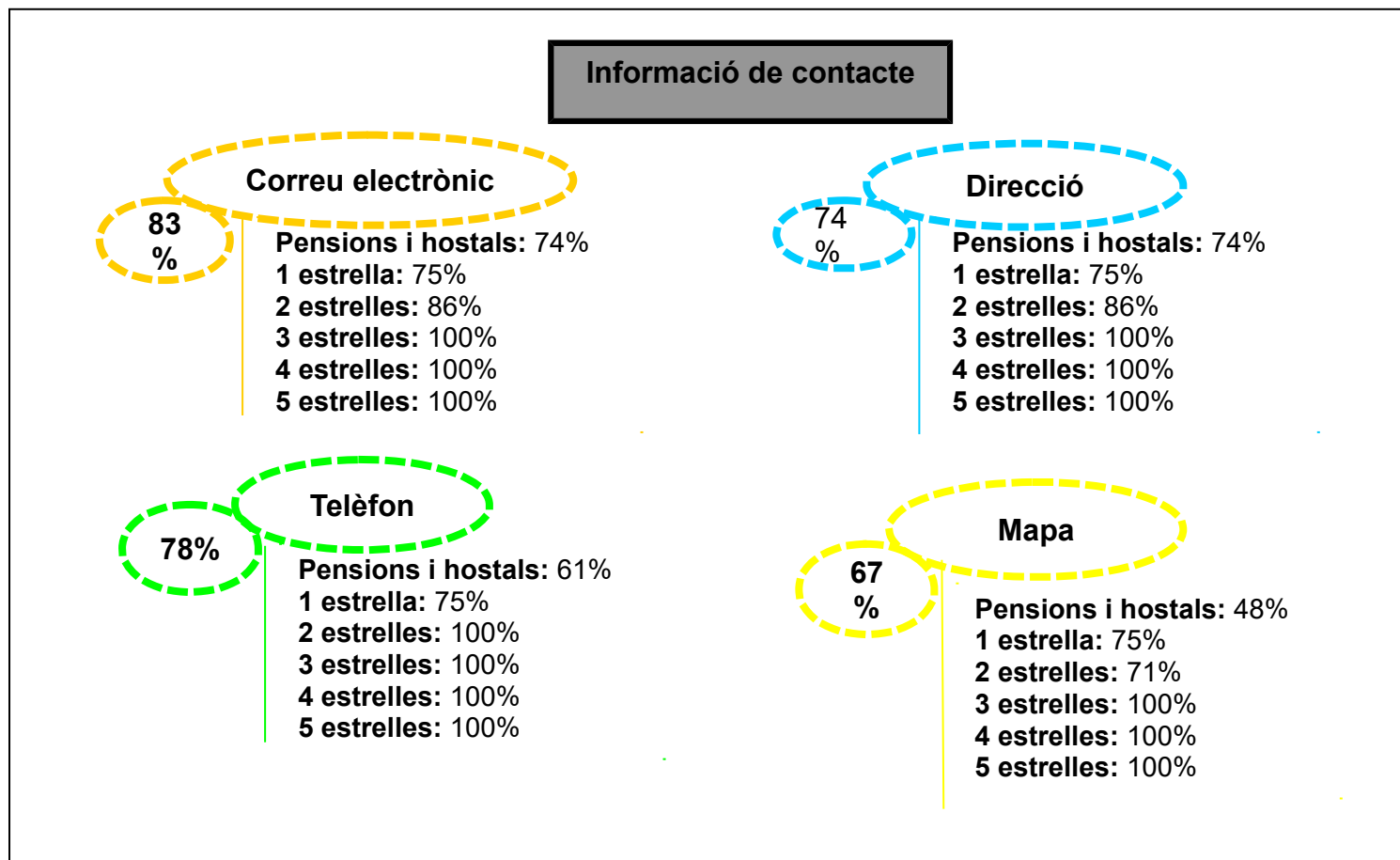
**Gràfic 10:** Percentatge d'empreses que estan presents a les xarxes socials.



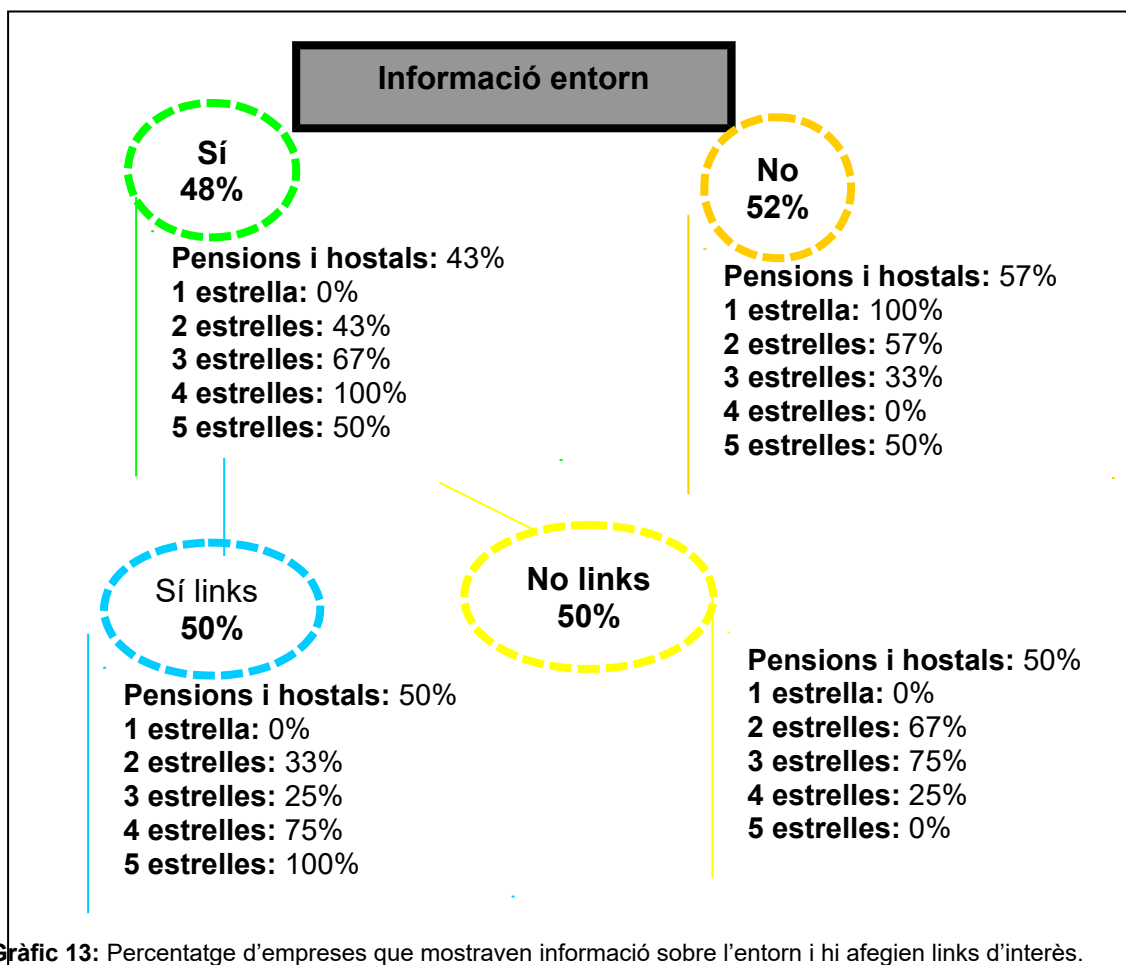
Gràfic 11: Percentatge de venda que realitzen les empreses a través d'Internet.



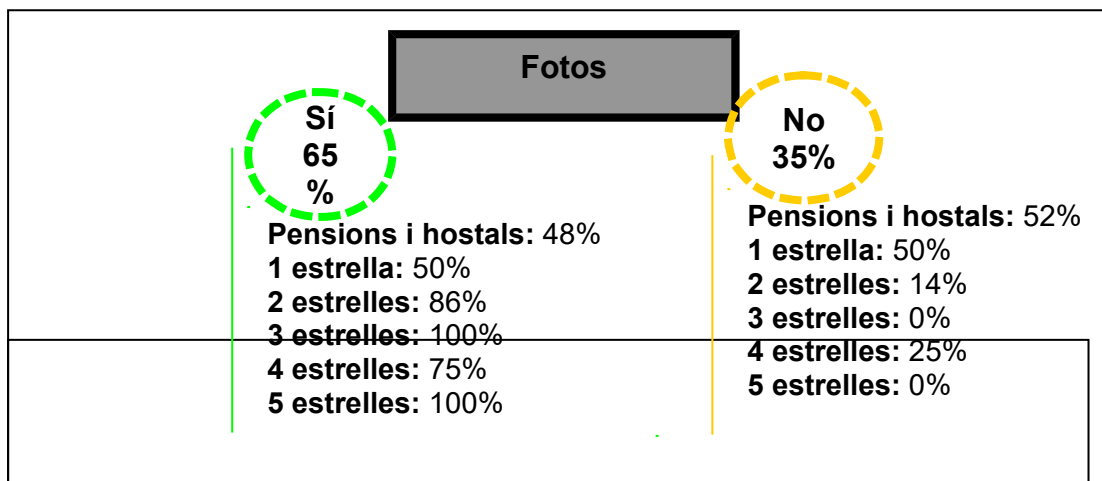
## 2. Funcionalitats del lloc web.



Gràfic 12: Percentatge d'empreses que mostraven la informació de contacte en el seu lloc web.



Gràfic 13: Percentatge d'empreses que mostraven informació sobre l'entorn i hi afegien links d'interès.

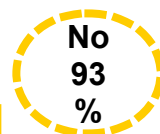


Gràfic 14: Percentatge d'empreses que mostren fotografies del seu establiment.

## Videos

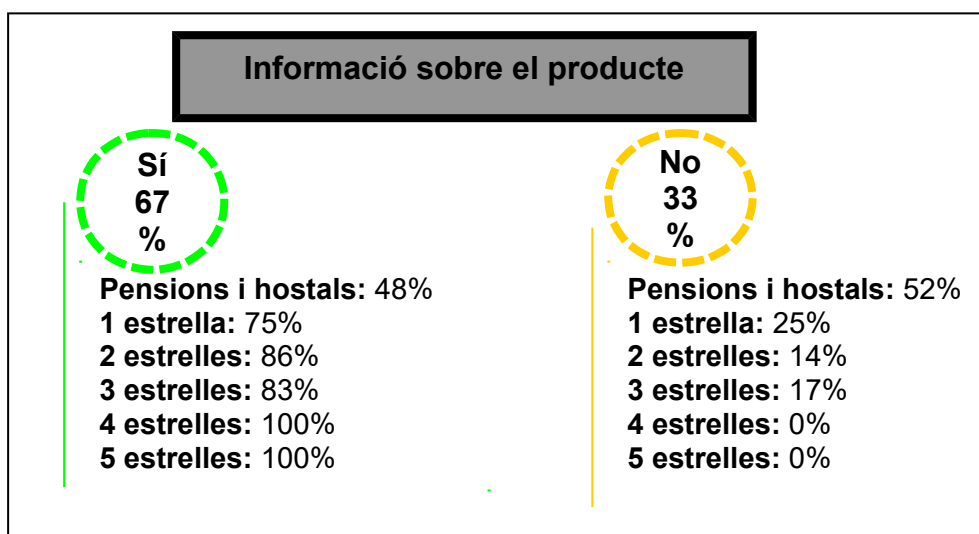


**Pensions i hostals: 4%**  
**1 estrella: 0%**  
**2 estrelles: 14%**  
**3 estrelles: 0%**  
**4 estrelles: 25%**  
**5 estrelles: 0%**

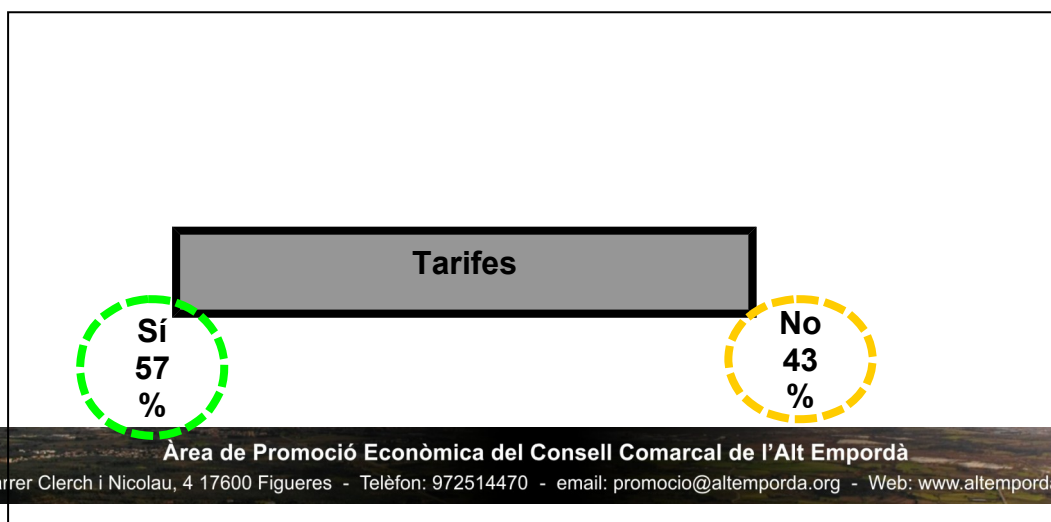


**Pensions i hostals: 96%**  
**1 estrella: 100%**  
**2 estrelles: 86%**  
**3 estrelles: 100%**  
**4 estrelles: 75%**  
**5 estrelles: 100%**

Gràfic 15: Percentatge d'empreses que mostren vídeos del seu establiment.



Gràfic 16: Percentatge d'empreses que mostren informació sobre el producte que venen.



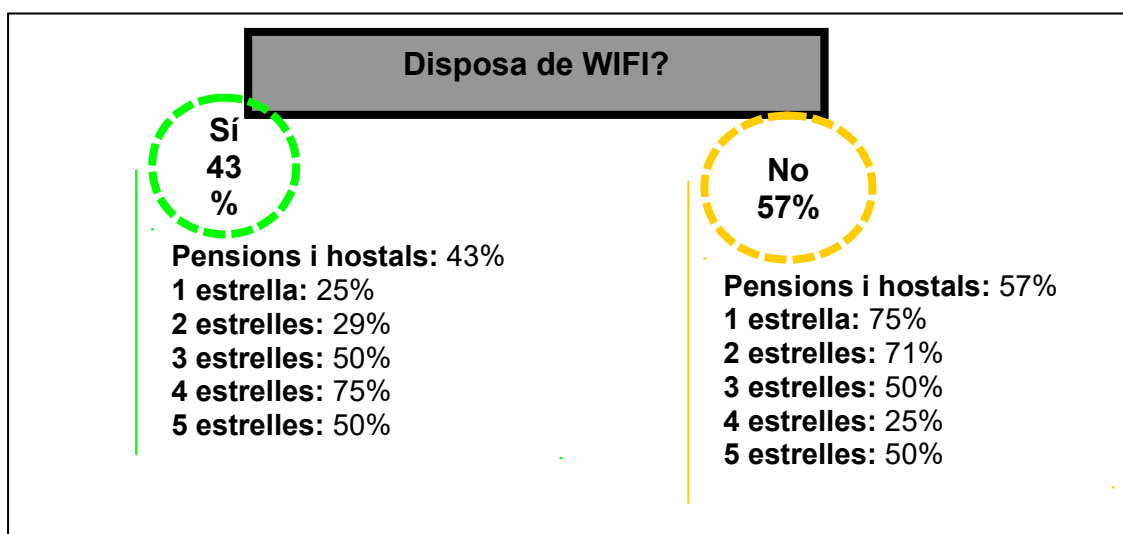




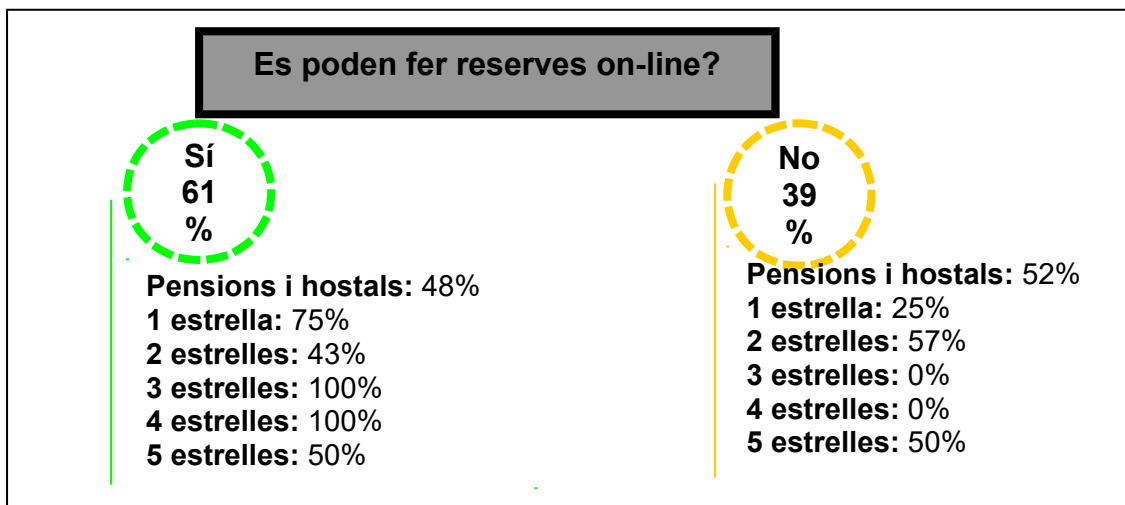
**Pensions i hostals: 48%**  
**1 estrella: 75%**  
**2 estrelles: 57%**  
**3 estrelles: 50%**  
**4 estrelles: 75%**  
**5 estrelles: 100%**

**Pensions i hostals: 52%**  
**1 estrella: 25%**  
**2 estrelles: 43%**  
**3 estrelles: 50%**  
**4 estrelles: 25%**  
**5 estrelles: 0%**

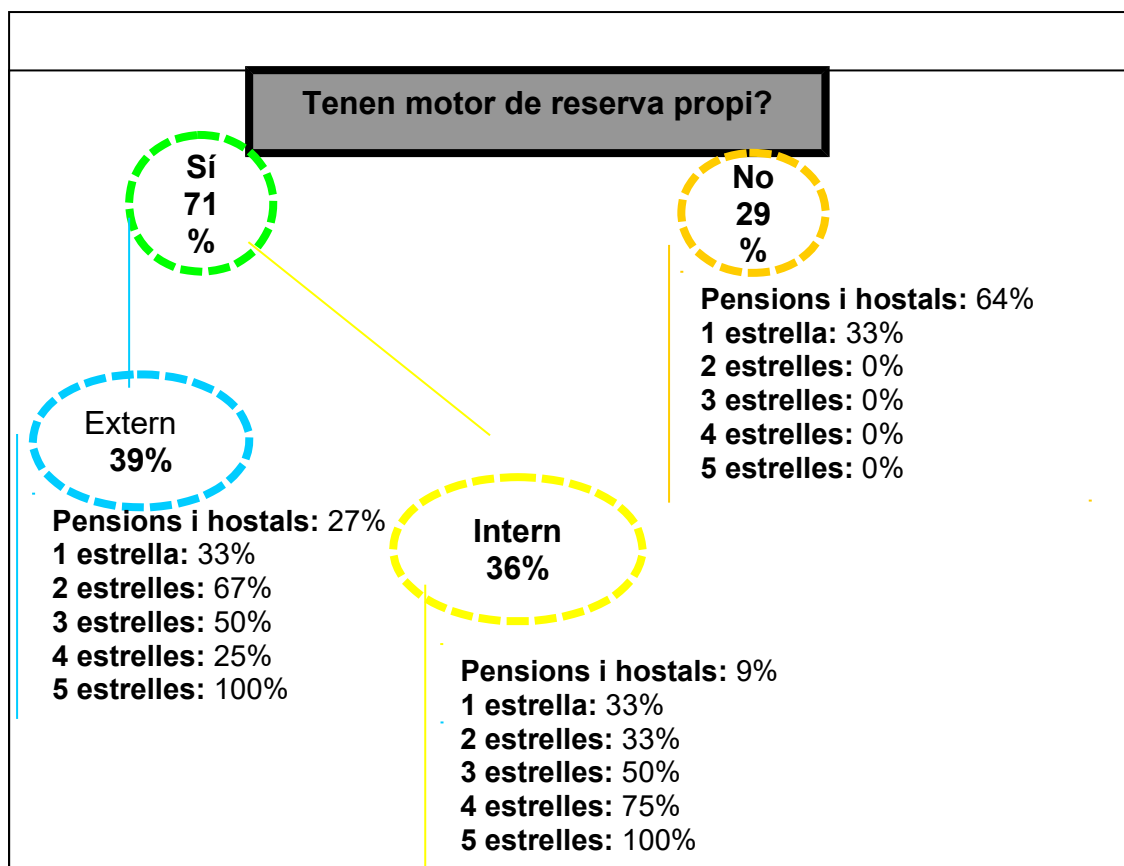
Gràfic 17: Percentatge d'empreses que mostren les tarifes del seu establiment.



Gràfic 18: Percentatge d'empreses ofereixen el servei de zona WIFI a través del seu lloc web.

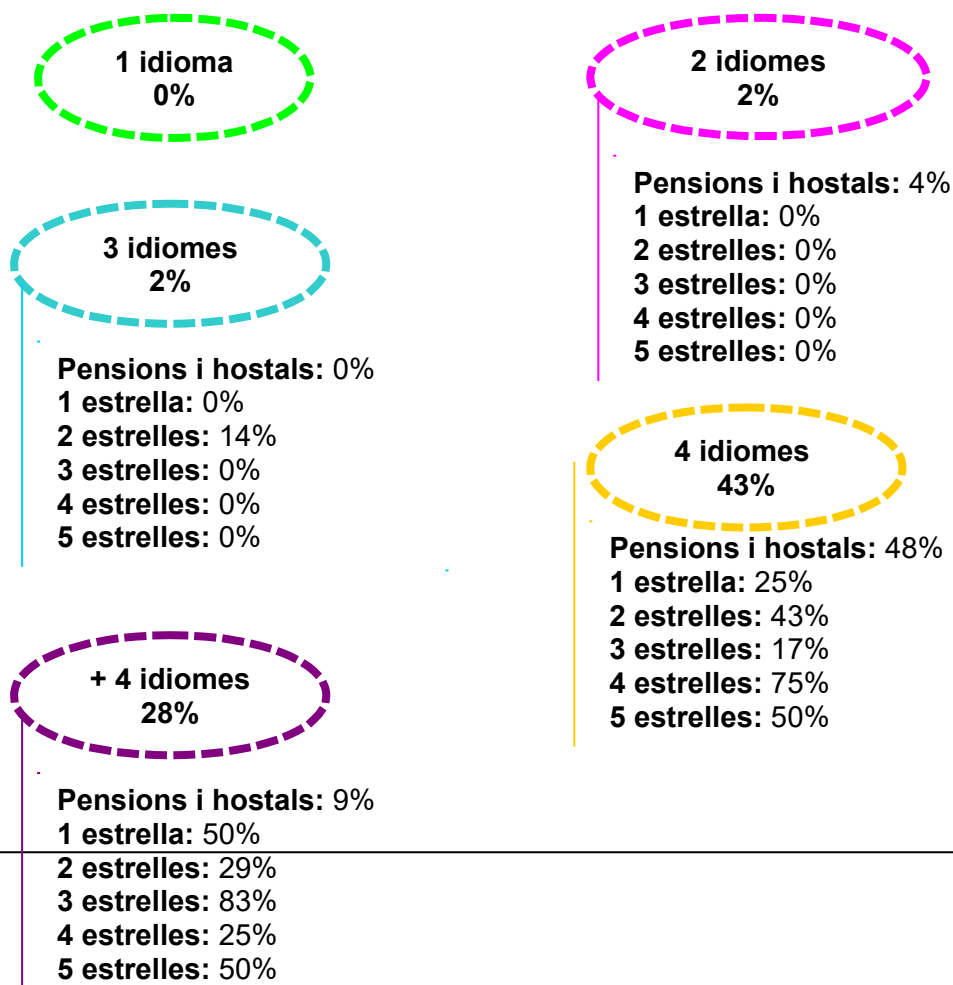


Gràfic 19: Percentatge d'empreses que permeten fer reserves en el seu establiment a través d'Internet.



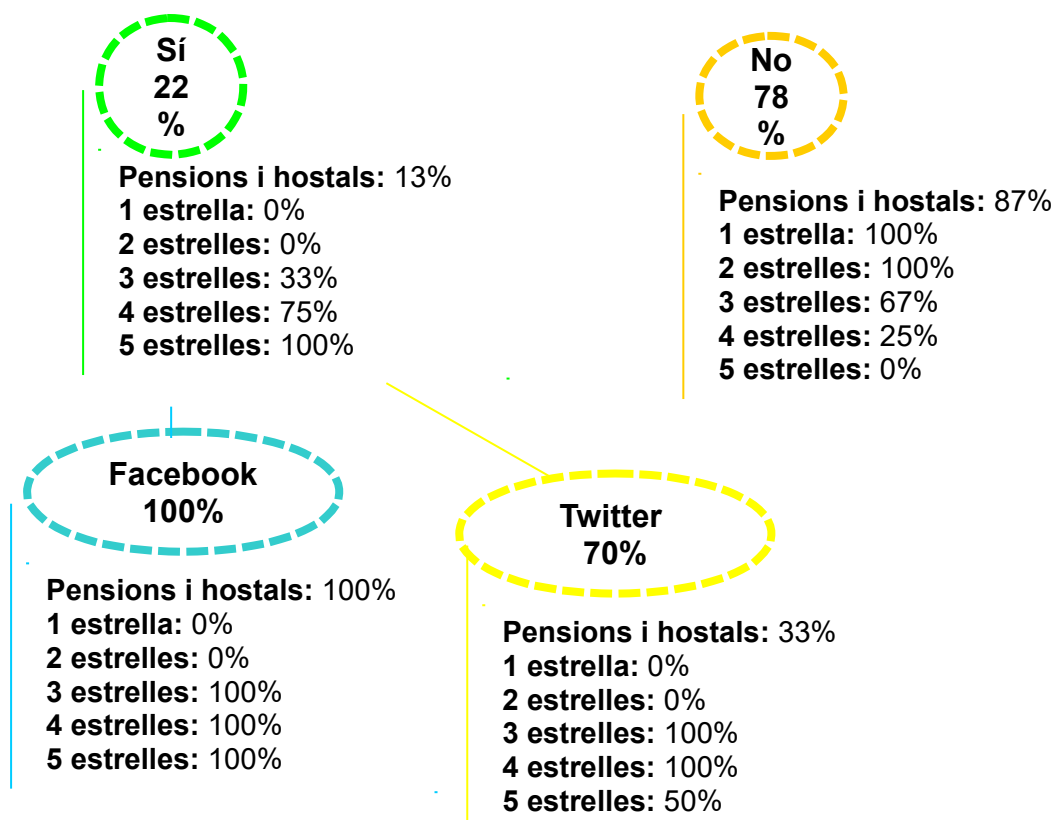
Gràfic 20: Percentatge de les empreses que permeten fer reserves a través d'Internet si disposen de motor de reserva i quin és el motor de reserva que fan servir.

### Idiomes



Gràfic 21: Percentatge d'empreses segons el nombre d'idiomes amb els que està traduït el lloc web.

Permet compartir la informació?



**Gràfic 22:** Percentatge d'empreses que permeten compartir la informació del seu lloc web a través de les xarxes socials.