



# Estudio de **Buenas Prácticas.**

# Estudio de buenas Prácticas.

---

El estudio de buenas prácticas tiene el objetivo de presentar un caso de éxito de una empresa que emprendió su camino de digitalización, convirtiéndose en un referente del sector, con el fin de servir de inspiración para otras pymes.

Para el desarrollo de este análisis se ha tomado como punto de partida la identificación de las inquietudes de pymes de diversos sectores, que manifestaron su interés por conocer buenas prácticas en los ámbitos de relación con el cliente, marketing digital y crecimiento en RRSS, entre otras.

A lo largo del documento analizamos aquellas iniciativas que pueden servir de referencia a otras empresas en su proceso de transformación digital y cómo han impactado en el negocio de la empresa.



# El Refugio de Cristal



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

*"Una manera de hacer Europa"*



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

# Información de la Compañía.

---

## **DIRECCIÓN WEB >**

<https://elrefugiodecristal.com/>

## **AÑO DE FUNDACIÓN >**

2018

## **LOCALIZACIÓN >**

Camino de Robledo 54  
45159 Hontanar (Toledo)

## **NÚMERO DE EMPLEADOS >**

2

## **TIPO DE SOCIEDAD >**

Sociedad Limitada

## **ACTIVIDADES PRINCIPALES >**

Alojamiento rural ecosostenible

## **SECTOR >**

Turismo

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

# Sobre El Refugio de Cristal.



Desde ese momento, por medio del uso de herramientas como Google Analytics y Google Ads, empezaron a identificar qué motivaba a los potenciales clientes y de dónde provenía el interés por hospedarse en su alojamiento. Gracias a ello, han podido reenfoquear su estrategia de marketing y publicidad, adaptándola al público objetivo identificado.

No obstante, la principal transformación que mayor impacto ha supuesto en su negocio ha sido aumentar su presencia online.

**Durante el confinamiento derivado de la pandemia del Covid-19, El Refugio de Cristal se vio obligado a cerrar.**

A raíz de esto, detectaron la necesidad de identificar fórmulas para reorientar su estrategia digital, con el objetivo de fomentar una relación más cercana y, a la vez eficaz, con el cliente..

“

Como dice Carlos, **“En los tiempos que corremos, que todos buscamos cualquier tipo de información a través de Internet, si no se aparece en Internet, realmente es como si la persona o la empresa no existiese.”**

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

# Procesos implicados en la transformación digital y resultados.



**“Hemos utilizado una mezcla entre la estrategia SEO y SEM. La estrategia SEO al fin y al cabo es una estrategia más a largo plazo.”**

## Implementación de una estrategia SEO y SEM

Con el fin de aumentar su presencia online, El Refugio de Cristal ha utilizado una mezcla de estrategia SEO y estrategia SEM, sirviéndose de la ayuda de un profesional externo en la materia.

Con la estrategia SEO, han llevado a cabo una modificación de la estructura y contenidos de la página web, desarrollando así contenido interno para mejorar su posicionamiento web. La estrategia SEO requiere de implicación continua y siguen atentos a su evolución para implementar mejoras. De esta manera, buscan poder situarse entre los resultados iniciales en la búsqueda en Google de forma orgánica.

Por otro lado, a la vez invierten en palabras clave, también cuentan con anuncios y todo tipo de estrategias que les ayuden a colocarse en un sitio visible en las primeras páginas de Google.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

*“Una manera de hacer Europa”*



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

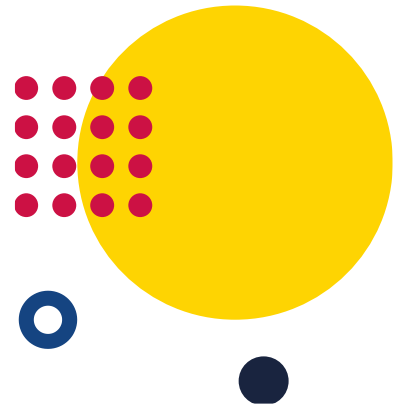
red.es



UNIÓN EUROPEA

## Presencia en RRSS

El Refugio de Cristal ha intentado aumentar su posicionamiento online a través de distintas fases. El inicio de su estrategia de transformación fue a través de las redes sociales, con el objetivo de obtener un retorno de la forma más económica. El objetivo era crear una comunidad, para lo que contaron con algunos colaboradores que les facilitaron los inicios. Tras eso, dependió de ellos mantener esa comunidad.



“

*“A las redes sociales hay que dedicarles mucho tiempo, mucho trabajo y, sobre todo, mucha atención. Las redes sociales son bastante exigentes en la creación de contenido nuevo.”*

## Inversión en palabras clave y anuncios

Llevan a cabo un repaso mensual de las palabras clave y del funcionamiento de la web, con el fin de identificar patrones que varían, para incidir en ello y adaptar su estrategia. A largo plazo, esta acción les permite identificar las posiciones clave para continuar reduciendo el coste de su estrategia y acciones.

## Mantenimiento de la estrategia SEM

El Refugio de Cristal, con la ayuda de un profesional, ha observado y analizado cómo el posicionamiento de las palabras clave y los anuncios van en función del número de clicks, de las fechas o de la competencia. Todo ello supone un impacto directo en el coste de su propio posicionamiento.

“

*“Toda la estrategia está basada en aumentar la presencia online. El cambio que estamos y seguiremos haciendo está enfocado a reducir costes. .”*

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

## Medición del impacto de las acciones gracias a Google Ads y Google Analytics

El Refugio de Cristal ha podido ver cómo aumenta el interés por hospedarse en su alojamiento, incrementándose el número de llamadas, correos electrónicos y reservas que reciben.

Adicionalmente, sirviéndose de herramientas como Google Ads y Google Analytics, han podido identificar los tipos de clientes que están interesados en alojarse en sus instalaciones. Además, estas herramientas han permitido llevar a cabo un análisis ligado a otro tipo de funcionalidades de su web, identificando así qué conduce al proceso de reserva. Esto ha permitido medir el impacto de su inversión y las acciones llevadas a cabo, obteniendo como output la reducción de costes y un mayor alcance de público objetivo.



*“Lo más importante es tener muy claro quién es nuestro cliente objetivo y lo que busca y necesita.”*

## Estrategia de digitalización óptima

Toda la estrategia está basada en una estrategia a largo plazo, aumentando la presencia online de la mejor manera de forma económica. En vez de centrarse en la estrategia SEM, que conlleva un mayor coste, se han centrado en la estrategia SEO para invertir lo menos posible en anuncios. De esta forma, su objetivo es que, en un futuro, únicamente gracias al uso de palabras clave, aparezcan entre los primeros resultados de Google.

## El caso de El Refugio de Cristal demuestra que, implementando estrategias de posicionamiento SEO y SEM, un negocio puede aumentar de manera significativa su notoriedad y presencia en la web.

El Refugio de Cristal es un ejemplo de cómo se puede aumentar la visibilidad y hacer crecer un negocio con una inversión económica limitada, sirviéndose de la analítica para estudiar la evolución y reducir continuamente los costes de la inversión.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Una manera de hacer Europa”



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

*"Una manera de hacer Europa"*



VICEPRESIDENCIA  
PRIMERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA