



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

CREACIÓN DE UN BLOG PARA UNA EMPRESA DE ALQUILER DE CASAS RURALES

Alumno: Amador Anguita Cámara

Junio, 2015

RESUMEN

Internet juega un papel cada vez más determinante en la manera en que las empresas se comunican con los clientes y venden sus servicios. El sector del turismo no es ajeno a este fenómeno y prueba de ello son las nuevas formas de comercializar los productos a través de la web. En este trabajo, se analiza una herramienta concreta: el blog, enfocado en el caso de una empresa que gestiona casas rurales. Primeramente se estudiará el concepto de este fenómeno web, para seguir con un repaso de su historia, concluyendo con la aplicación del mismo a las necesidades específicas para este tipo de empresa. Se realizará un blog, siguiendo las conclusiones alcanzadas en dicho proceso.

Palabras claves: internet, turismo, blog, casas rurales, comunicación

ABSTRACT

Internet has a more determinant role in the way that the companies communicate with customers and how they sell their services. The sector of the tourism is not an exception of this phenomenon and the new ways of marketing through the internet prove it. In this essay, we analyze a concrete tool: the blog, focused on the case of a company that manages rural houses. Firstly we will study the concept of this web phenomenon, for then making a revision of its history. Afterwards, we will conclude applying this concept to the specific needs for this kind of company. A blog will be created following the conclusions reached in this process.

Key words: internet, tourism, blog, rural houses, marketing

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1 ¿QUÉ ES UN BLOG?	1
1.1 Concepto de blog.....	1
1.2 Partes y características de un blog.....	2
1.3 Tipos de blogs y clasificaciones	4
1.3.1 De acuerdo con el tipo de alojamiento	5
1.3.2 De acuerdo con el tipo de tecnología o formato	6
1.3.3 De acuerdo con la temática sobre la que tratan.....	8
2 HISTORIA.....	9
2.1 Los inicios: la segunda mitad de la década de los noventa	9
2.2 La primera década del siglo XXI: la primera revolución	10
2.3 Etapa actual: la segunda revolución con la llegada de las redes sociales	11
3 ALTERNATIVAS PARA LA CREACIÓN DE UN BLOG	11
4 COMO DEBERÍA SER UN BLOG PARA UNA CASA RURAL.....	19
4.1 Las necesidades de una casa rural	19
4.2 Resumen de las necesidades que cubre cada blog	24
4.3 Otras herramientas de utilidad para un blog	26
4.3.1 Agregadores.....	26
4.3.2 Backlinks	27
4.3.3 Directorios	27
5 CREACIÓN DEL BLOG	27
5.1 Inicio: creación del blog	27
5.2 Modificación de la apariencia y diseño del blog	28
6 RESUMEN Y CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39

INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar con la redacción de mi Trabajo Fin de Grado, a modo de introducción me gustaría indicar cuales han sido los motivos de mi elección, y mis consideraciones previas sobre el mismo.

Considero que el uso de internet tanto a través del modo “clásico”, es decir, navegando desde un ordenador, como a través de las más modernas aplicaciones para dispositivos móviles, tiene cada vez un peso más importante en el negocio del turismo, y según mi modesta opinión, este peso seguirá en aumento.

A menudo se nos ha comentado que “la informática está quitando puesto de trabajos en el sector”, principalmente en puestos relacionados con la comercialización del producto (agencias de viajes, puntos de venta de billetes de transportes etc.), pero por otro lado, considero que esto se puede tomar en favor del turismo y aprovechar el increíble potencial que ofrecen estas herramientas para ofrecer mayor variedad de servicios, de más calidad, y que lleguen a la mayor cantidad de gente posible.

Aún más atractivo me pareció este TFG, cuando vi que se enfocaba a una pequeña empresa que alquila casas rurales, ya que siempre he considerado que no solos grandes multinacionales como cadenas hoteleras o aerolíneas pueden explotar esta nueva forma de comercializar el turismo, pues como intentaré explicar posteriormente, internet está al alcance de todos, ofreciéndonos un potencial infinito del que puede aprovecharse todo el mundo. De este modo, veremos con un pequeño empresario, puede utilizar una herramienta tan popular como un blog, de modo que le sirva como una página web sobre su empresa, que informe y comercialice su producto, todo ello, intentando que sea sin inversión económica alguna.

1 ¿QUÉ ES UN BLOG?

1.1 Concepto de blog

Un blog¹ (o web log) es una forma específica de página web, cuya peculiaridad principal, reside en la naturaleza y estilo de sus contenidos y publicaciones.

La primera característica² que identificamos con un blog, es la de su carácter periódico. En estos sitios webs, un autor (o varios) publica entradas periódicamente. Estos contenidos publicados por los autores del blog, generalmente aparecen ordenados cronológicamente, por lo que la publicación más reciente, aparecerá en primer lugar, apareciendo sucesivamente las anteriormente publicadas.

Otra de las características principales de un blog, es la comunicación bilateral que se produce en ellos. Son un claro ejemplo de lo que se llamó web 2.0, que se trata de páginas webs que facilitan el compartir la información. En un blog, a diferencia de en otros tipos de webs, existe una interacción entre la persona que gestiona el blog (autor), y los visitantes del mismo (lectores), pues éstos pueden comentar y participar activamente en el blog, lo cual es una de las

¹ Pcmag (2015). *Encyclopedia*. Consultado 15 abril 2015, en:
<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/38771/blog>

² López B. (2013). *¿Qué es un blog? La guía completa*. Consultado 15 abril 2015, en:
<http://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/>

particularidades más interesantes de estos sitios webs, pues fomentan relaciones bilaterales y la creación de comunidades, a diferencia de la clásica comunicación unilateral dada en las webs tradicionales donde el lector queda limitado a recibir la información que emite el medio de comunicación, en un blog se pueden compartir, discutir y comentar opiniones y puntos de vista, y gran cantidad de contenidos; razón por la cual a menudo los blogs se utilizan para publicar ideas y opiniones sobre diversos temas, buscando el diálogo con los lectores sobre los temas expuestos.

La tercera característica principal de un blog, está relacionada con lo anteriormente comentado. Se trata del toque personal con el cual se puede dotar al sitio y a sus contenidos. Al ser nosotros los gestores del blog, decidimos totalmente que se quiere publicar en él, de qué manera y en qué formato, lo que es de gran importancia en el sector empresarial, pues si una empresa gestiona su blog, puede transmitir a través del mismo aquello que desea con total libertad: por ejemplo, podrá mostrar su contenido de forma sencilla si quiere dar una imagen informal y de cercanía con el cliente, decidir apostar por herramientas audiovisuales si quiere transmitir una imagen de profesionalidad etc. Las posibilidades, gracias a la enorme capacidad de opciones y formas, son infinitas, por lo que un blog puede dotar a cualquier persona o empresa, de una poderosa herramienta para dar a conocer sus impresiones o productos, de una manera totalmente libre, independiente y personalizada, siendo esto de gran importancia en el ámbito empresarial, pues se podrá decidir de qué forma se quieren transmitir la imagen y valores de la empresa, para posicionar el posicionamiento (valga la redundancia) de la misma.

Por lo que a modo de síntesis, se puede concretar diciendo que un blog: es un sitio web que recoge entradas tanto de texto como de otros elementos (vídeos, audios, aplicaciones webs etc.) ordenadas en orden cronológico inverso, escrito por una persona o grupo de colaboradores, donde se recogen comentarios, informaciones, opiniones y cualquier tipo de contenido que se quiera compartir con los lectores, los cuales gracias a la característica de retroalimentación de los blogs, pueden enviar comentarios y sumarse al proceso de intercambio de información.

1.2 Partes y características de un blog

Un blog está conformado por dos partes principales denominadas FrontEnd (escaparate en castellano) y BackEnd (que generalmente suele denominarse “taller” o “zona de trabajo”)³.

La primera de estas partes, el escaparate, es la zona donde los usuarios pueden observar e interactuar, las publicaciones del autor o gestor del blog, por lo que es una zona abierta y pública donde el usuario tiene acceso a los contenidos de la página. Los elementos que la conforman a menudo son:

- La cabecera: donde aparece el título del blog, que sirve de enlace a la portada o página principal del blog.
- La barra lateral: contiene los gadgets o módulos que incorporan prestaciones adicionales al blog: búsqueda, artículos por meses, artículos por etiquetas, lista de enlaces, suscripción RSS, etc.
- Las entradas: también conocidas como *posts* en inglés. Son los artículos publicados por el autor y aparecen ordenadas cronológicamente de la más actual a la más antigua. Generalmente aparece un número reducido de ellas en la página principal y para acceder

³ Intef (2013). *Multimedia y web 2.0*. Consultado 15 abril 2015, en:
http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/anatoma_de_un_blog.html

a las más antiguas es necesario buscar el enlace a “Entradas anteriores”. Los elementos principales que conforman una entrada son:

- Título del artículo, que si se hace clic en él se accederá de forma individual a esta entrada concreta del blog.
- Contenido del artículo.
- Fecha y hora de publicación del post.
- Autor que ha realizado la entrada.
- Zona de comentarios donde se los lectores pueden ver los comentarios realizados sobre esta entrada, y de igual manera escribir los suyos.
- Gadgets de redes sociales: herramientas que sirven para enlazar o publicar esta entradas en nuestras redes sociales.
- Suscripción: es un enlace que permite suscribirse a la publicación de entradas del blog, usando el navegador web o un programa de lectura de feeds.

En la siguiente imagen (ver imagen 1) pueden verse señaladas estas partes en un ejemplo de un blog real:

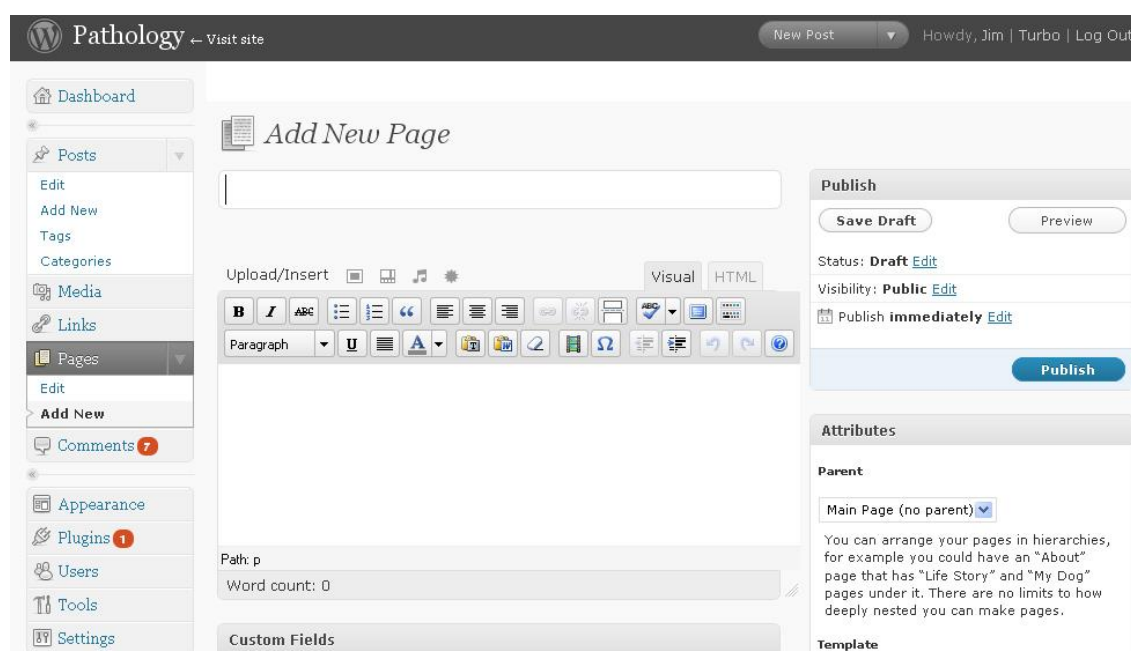
Imagen 1: partes más comunes del FrontEnd en un blog.



Fuente: Instituto de Tecnologías Educativas

Por su parte el BackEnd, muestra todas las opciones y herramientas disponibles que tiene el autor a la hora de redactar las entradas, y de mantener la configuración y apariencia del blog. Como hemos señalado anteriormente, solo el gestor del blog tiene acceso a él, y en el caso de que los hubiera, aquellos usuarios que tienen permisos como editores o autores dentro del blog. A continuación podemos ver la apariencia típica del BackEnd de un blog (ver imagen 2). En este caso, sería la apariencia del área de trabajo de un blog realizado con WordPress:

Imagen 2: BackEnd de un blog de WordPress



Fuente: John Hopkins Pathology

1.3 Tipos de blog y clasificaciones

Como hemos visto anteriormente, los blogs están íntimamente relacionados con las personas que interactúan en él, lo que lo convierte en una herramienta muy subjetiva, pues las personas que lo configuran e interactúan en él, podrán dotarlo de la forma y le darán los matices que crean oportunos, por lo que habrá tantos estilos de blogs como pensamientos haya. Además, debido a la velocidad con la que todo evoluciona en la web, la aparición continua de nuevas herramientas y tecnologías, y los diferentes fenómenos web o modas sociales, por otro lado hace que sea aún más complicado realizar clasificaciones de blogs, pues estos fenómenos facilitan las cosas para que cada persona enfoque su blog como estime oportuno. Es por ello necesario señalar que es verdaderamente complicado ofrecer una clasificación de blogs estándar que, que coloque de manera precisa y exacta cada blog que existe en la web, ya que como hemos señalado: por un lado, cada persona transfiere un toque personal a su blog que hace difícil que pueda catalogarse dentro de una característica concreta, y por otro, la mayor cantidad de aplicaciones informáticas hace que cada vez sea más complicado determinar que si un sitio web es un blog, una red social que funciona como tal, una herramienta de comunicación etc.

No obstante a continuación se intentará hacer una clasificación, que a grandes rasgos, enumere los diferentes tipos de blogs que podemos encontrarnos navegando por la web. Para ello abordaremos esta clasificación desde tres puntos de vista: en primer lugar haremos una distinción de los tipos de blogs según el tipo de alojamiento, en segundo, en base al tipo de tecnología o formato que incorpora, y por último en tercer lugar, de acuerdo con la temática sobre la que tratan.

1.3.1 De acuerdo con el tipo de alojamiento

Podemos decidir alojar nuestro blog en un servidor propio, descargando un software para instalar ese servidor en nuestro ordenador. El ejemplo más famoso de este tipo es WordPress (ver imagen 3):

Imagen 3: WordPress es sin duda el ejemplo más famoso de un blog con servidor instalado en nuestro PC



Fuente: Instituto de Tecnologías Educativas

Por otro lado estaría la opción de utilizar un servidor ofrecido en internet, creando y configurando nuestro blog directamente desde la red, sin la necesidad de instalar nada en nuestro PC. Ejemplo de esto sería por ejemplo el caso de Blogger (ver imagen 4):

Imagen 4: Blogger, una opción a tener en cuenta si se quiere hacer un blog desde un servidor en la red



Fuente: Instituto de Tecnologías Educativas

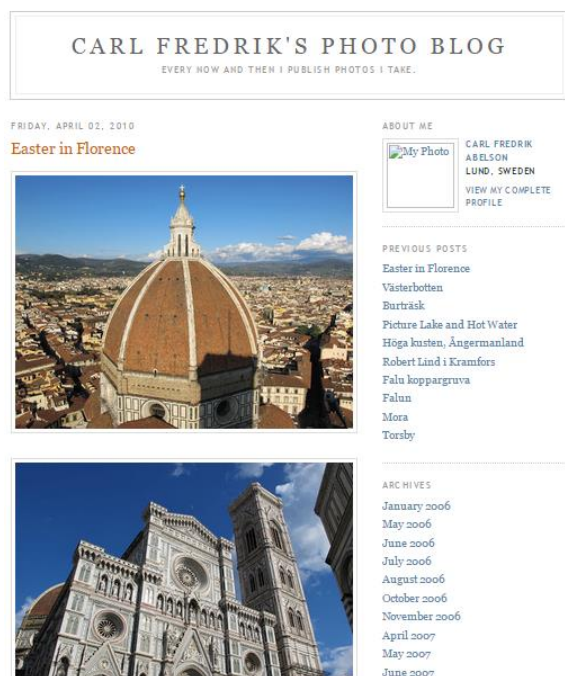
En capítulos posteriores, se ampliará información sobre este tema, la opción de descargar un servidor propio, así como las diferentes opciones que tenemos para realizarlo a través de internet.

1.3.2 De acuerdo con el tipo de tecnología o formato

Con la aparición y evolución de nuevas herramientas en la web 2.0, se han ido incorporando progresivamente estas nuevas tecnologías a los blogs, lo que ha producido que haya blogs de diferente formato basados principalmente en el tipo de tecnología que utilizan. Y es que como todos sabemos, es cada vez más común oír hablar de videoblogs, fotoblogs etc. Además, en la actualidad, esto se ha potenciado principalmente gracias a la incorporación de estas herramientas a los teléfonos móviles, por lo que estos blogs están más de moda que nunca, ya que a través de nuestros smartphones o tablets podemos publicar directamente estos contenidos en nuestros blogs. A continuación enumeraremos las clases de blogs más conocidas en base a esta clasificación:

- **Fotoblog:** donde las imágenes son el elemento principal de las publicaciones, siendo contenido obligatorio de la entrada (en algunos casos junto a la fecha de publicación). No hay que confundirlos con herramientas que permiten integrar álbumes de fotos en un blog, en este caso se trata de un blog, configurado por entradas donde se publica una o dos fotos acompañadas de un pequeño comentario. Además, como un blog normal, permite comentario de visitantes y enlaces a otros fotoblogs de amigos o seguidores. Vemos un ejemplo en la imagen 5:

Imagen 5: Aspecto de un fotoblog real



Fuente: Carl Fredrik's Photo Blog

- **Videoblog:** Muy similar al caso anterior. En este caso las entradas serían clips de video, generalmente en formatos ligeros como MOV o FLV. En esta clase de blogs, el administrador puede autorizar a los demás usuarios tanto poder publicar comentarios, como otros videos.
- **Audioblog:** menos comunes que los anteriores. Como su nombre indica la entrada al blog está en un formato audio (generalmente MP3) que se reproduce en línea. Si el administrador lo autoriza, estos audios pueden ser descargados también.
- **Tumbleblog:** es un blog poco estructurado que no sigue un patrón concreto, de gran popularidad en la actualidad. A diferencia de los anteriores no sigue ninguna temática concreta, y en ellos el autor simplemente publicará entradas que pueden contener tanto imágenes, audios, videos, texto o simplemente un enlace, es decir: a través de estos se comparte cualquier pensamiento o cualquier contenido visto en la web que se desee, independientemente de su formato. El más conocido es Tumblr, que da el nombre a esta clase de blogs, (ver imagen 6).

Imagen 6: aspecto de Tumblr, el Tumbleblog más popular de la red



Fuente: tumblr

En la anterior imagen de un blog de Tumblr podemos ver que la entrada en concreto muestra un video, y un poco más arriba, en la barra de crear una nueva entrada, se observa cómo se puede añadir textos, imágenes, citas, enlaces, chats, etc.

- **Microblog:** en estos el autor publica mensajes breves, pues el número de caracteres no puede exceder de 140. También pueden incluirse enlaces en las entradas, imágenes y hasta pequeños clips de videos, que se mostraran en la página del perfil del usuario y que además se enviarán a todo aquel que haya solicitado recibir las publicaciones de esa persona. El caso por excelencia de microblog sería la red social Twitter.

1.3.3 De acuerdo con la temática sobre la que tratan

Por último, el tercer criterio para organizar los tipos de blogs que nos podemos encontrar en la web, sería organizarlos en base al tema sobre el que trata su contenido. Desde luego, es la que más tipos de blog incluye, ya que al tratarse de una herramienta tan subjetiva, que puede tratar de cualquier tema, las posibilidades son infinitas.

Por ejemplo, encontraremos blogs educativos, otros que hablen de cocina, viajes, deportes, moda, una persona famosa...y así podríamos enumerar miles de temas.

Debido a esta realidad, existen páginas webs, llamadas directorios de blogs que lo que hacen es ordenar todos los blogs registrados en ese directorio en base a unos criterios, siendo uno de los criterios (y generalmente el más utilizado) la temática de la que hablan. Sirva de ejemplo la siguiente imagen (ver imagen 7), de la web www.directorioblogs.es en la que vemos cómo podemos seleccionar que blogs queremos visualizar en base a su temática:

Imagen 7: aspecto de un directorio blog que muestra los blogs ordenados por temáticas



Fuente: directorioblogs.es

En conclusión, como hemos podido ver no es fácil realizar una clasificación exacta que incluya a todos los tipos de blogs de manera precisa, ya que es una herramienta muy transversal que engloba diferentes tecnologías, formatos y temas a tratar. Si bien es cierto, es posible hacer una clasificación en base a unos criterios, que nos permitan de forma aproximada descubrir qué clases de blogs nos podemos encontrar atendiendo a estos criterios. Todo lo comentado anteriormente queda plasmado en la siguiente tabla resumen (ver tabla 1), donde vemos esta clasificación:

Tabla 1: formas de clasificar un blog

Criterio	Tipos
Respecto a su alojamiento	Que utiliza un servidor propio
	Utiliza un servidor gratuito en la web
Respecto a la tecnología o formato	Fotoblog
	Videoblog
	Audioblog
	Tumbleblog
	Microblog
Respecto a la temática	Educativos
	Artísticos
	Deportivos
	Informativos
	De opinión
	De turismo
	Musicales
	...infinitos temas

Fuente: Elaboración propia

2 HISTORIA

2.1 Los inicios: la segunda mitad de la década de los noventa

Sería difícil comenzar diciendo cuál es el primer blog de la historia, pues es muy debido a la difusión del concepto de blog, por lo que comenzaremos el recorrido de la historia⁴⁵⁶ de estas páginas webs con los antecedentes que hicieron surgir lo que posteriormente se conocería como blogs.

La historia de los blogs comienza a principio de los años 90. Pero dos décadas antes de la llegada de estos, la proliferación de comunidades digitales como BBS (un tablón de anuncios), listas de correos o USENET (acrónimo de Users Network, donde los usuarios enviaban mensajes a grupos de noticias ordenadas de formas jerárquicas) asentaría las bases de lo que hoy conocemos como blog. Ya en la década de los noventa, los programas de creación de foros de internet (principalmente WebEx), posibilitaron y facilitaron las conversaciones en *hilos*, que contenían los mensajes relacionados con los temas tratados en el foro. Esto propiciaría que cuatro años más tarde, apareciera el primer blog moderno, en forma de diario en línea.

En 1994, el estudiante de la Universidad de Swarthmore, Justin Hall, empezó a escribir su blog personal. El concepto de blog como lo conocemos hoy en día no existía como tal, y su

⁴ Wikipedia (2015). *Blog*. Consultado 12 abril 2015, en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog#Historia>

⁵ E2e4media (2010). *Breve historia de los blogs*. Consultado 12 abril 2015, en: <http://www.e2e4media.es/noticias/143-breve-historia-de-los-blogs.html>

⁶ Blogspopuli (2011). *La historia de los blogs desde su inicio hasta la actualidad*. Consultado 12 abril 2015, en: <http://blogspopuli.com/2011/08/la-historia-de-los-blogs-desde-s-inicios-hasta-la-actualidad/>

diario en línea Links.net difiere mucho de un blog como lo conocemos hoy en día, pero se consideran a Hall y su sitio, el primer *bloguero* y *web log* respectivamente.

Tras esto, la vida de los blogs comercializaría a desarrollarse lentamente. En la siguiente tabla (ver tabla 2), recogemos los sucesos más importantes que sucederían en los años posteriores, que conducirían a la implosión de los blogs con la llegada del siglo XXI.

Tabla 2: principales hitos en la historia de los blogs a finales de los 90

Año	Suceso
1994	En enero, J. Hall crea Links.net, un diario en línea considerado como el primer blog.
1995	Carolyn Burke crea en enero su diario, Carolyn's Diary.
1997	A finales de año, Jorn Barger utiliza por primera vez el término weblog.
1999	Para enero de este año, existen ya 23 blogs en internet.
	En abril, Peter Merholz, acortaría el término weblog, apareciendo la palabra "blog".
	En el mes de Julio, aparece la primera herramienta online para crear blogs, Pita.
	Agosto: Pyra Labs crea Blogger

Fuente: Elaboración propia

2.2 Primera década del siglo XXI: la primera revolución.

Pero es con la llegada del nuevo milenio, que los blogs sufren un desarrollo y crecimiento exponencial, debido a dos razones. La primera que ella tiene que ver con la propia mentalidad de los usuarios, pues hay un cambio de filosofía y se pasa a ser un usuario mucho más activo que deja de ser anónimo, pues proliferan blogs donde se expresan opiniones, pensamientos y con los que se comparten contenidos como imágenes o vídeos. La segunda razón de este incipiente cambio es la aparición de sistemas para crear blogs de forma rápida y sencilla, por lo que cualquier persona, sin que tenga grandes nociones de la informática ni conozca el diseño web o HTML, puede crear un buen blog de manera fácil.

A continuación, y de manera análoga a lo comentado con la última parte de la década de los noventa, en la siguiente tabla (ver tabla 3) se citarán los principales sucesos de relevancia en relación con el desarrollo de esta herramienta de comunicación.

Tabla 3: principales hitos en la historia de los blogs a comienzos del siglo XXI

Año	Suceso
2001	Comienza a desarrollarse WordPress
2002	Aparece Technorati en febrero, el primer gran motor de búsqueda de blogs.
	En agosto aparece Gizmodo, el primer gran blog mundial.
2003	En febrero Google adquiere Blogger, que ya tiene un millón de usuarios.
	En mayo aparece la primera versión de WordPress.
	Google crea AdSense en junio, para anunciar en los blogs.
2004	Aparece el primer videoblog.
2005	En tan solo un año, se alcanzan los 100 millones de \$ con los anuncios en blogs.
2006	Hay ya 50 millones de blogs en la red.
2007	Aparece Tumblr, la primera plataforma de microblogging con importancia.
	La cifra de blogs supera ya los 116 millones.
2010	Al acabar el año, existen 160.000.000 de blogs en el mundo.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Etapa actual: la segunda revolución con la llegada de las redes sociales.

Por lo que tras la gran implosión del blog en la web nos encontramos en un escenario, en el que se han convertido en una de las herramientas más numerosas y solicitadas de la web, que en los años recientes, han continuado con su evolución gracias a la aparición y desarrollo de un nuevo fenómeno: las redes sociales. La llegada de éstas ha revolucionado la red y nuestro día a día, tal y como los conocíamos. Para algunos, la gran expansión de las mismas, conllevará una reducción en los usos del blogs, e incluso para los más atrevidos la desaparición de los mismos, pero nada más lejos de la realidad.

Herramientas tan extendidas como Facebook o Twitter, no son excluyentes de utilizar los blogs, todo lo contrario, son herramientas compatibles. Hoy en día muchísimos usuarios, leen los artículos de blogs y páginas webs en general, gracias a los enlaces que se comparten en las redes sociales. De igual modo, en los blogs, cada vez es más común encontrar herramientas que compartan esta entrada en las distintas redes sociales, por lo que vemos que las redes sociales, son un buen puente o forma de conexión entre los lectores y los blogs.

Parece harto improbable que los blogs llegaran a desaparecer por la aparición de las redes sociales pues como hemos visto, son herramientas complementarias. Lo que si es cierto es que estas están jugando un papel importante en la nueva forma de concebir los weblogs, ya que debido a esta nueva tecnología, está surgiendo un nuevo cambio de filosofía en lo referente a los blogs.

La utilización de redes sociales, hace que los blogs digamos de corte más personal, donde el usuario comparte sus experiencias y opiniones entre sus allegados más cercanos, sean cada vez menos comunes, pues es más cómodo realizar esta labor con herramientas como Facebook. En cambio, para blogs más “abiertos” como puedan ser blogs de elementos periodísticos o de empresas, el uso de las redes sociales potenciará la difusión de sus contenidos. Otro cambio importante que conlleva, es la mayor importancia de los contenidos audiovisuales, ya que este nuevo cambio tecnológico ha traído numerosas herramientas capaces de compartir de manera más sencilla contenidos en formas de videos, audios etc. Por lo que como vemos, a corto plazo se hace difícil prever una desaparición o disminución del uso de los blogs, sino más bien una cambio de mentalidad en su uso y gestión, que conllevará la compenetración de estos con las nuevas tecnologías, lo que dará como resultado una nueva evolución en la forma de compartir la información con los blogs, y en la manera de visualizarlo.

3 ALTERNATIVAS PARA LA CREACIÓN DE UN BLOG

A la hora de mirar las diferentes alternativas que se pueden presentar cuando se ha decidido realizar un blog, la primera duda que se plantea suele ser que procedimiento seguir a la hora de elaborar nuestro sitio web. Para ello tenemos dos opciones posibles: La primera, es la consistente en crearse una cuenta en unos de los numerosos servidores de blogs existentes (siendo los más conocidos Blogger, WordPress o Live Journal). Una vez que se ha realizado el registro y se dispone de una cuenta, tendremos acceso a una dirección web que nos dará acceso individual y exclusivo a nuestro blog, el cual podemos modificar y generar sin necesidad de instalar nada, y pasará a estar totalmente operativo automáticamente. Es esta comodidad y facilidad de puesta en marcha el punto fuerte de esta opción, siendo la dependencia de los superadministradores del servicio blog, la debilidad de esta opción, pues en todo

momentos sus decisiones nos condicionarán y limitarán qué podemos hacer y qué no con nuestro blog.

La segunda opción es optar por un CMS instalado en un servidor web. Un CMS es un sistema de gestión de contenidos, su nombre deriva de sus siglas en inglés (*Content Management System*) y no es más que un programa informático que nos permite crear una estructura para crear y administrar contenidos (en este caso en una página web). Teniendo instalado el CMS en un servidor web se dispone de una interfaz que controla una o varias bases de datos (que alojan el contenido del sitio web). Luego con esta alternativa podríamos instalar en un servidor web (como Apache, PHP o MySQL) algún CMS (los más populares para blogs son el de WordPress y el de Movable Type). La ventaja de este método es la oportunidad de disponer de este potente sistema, que es totalmente controlado por nosotros (incluso admite modificar su código abierto), por lo que podríamos adaptarnos totalmente a nuestras necesidades. La parte menos atractiva de esto, es que todo ello exige unos ciertos conocimientos informáticos, sobre todo a la hora del mantenimiento y actualización (que son realizadas por los usuarios), por lo que en nuestro caso, el de un pequeño empresario que gestiona una casa rural, lo más común es que no sea ese el caso.

Luego, una vez resuelta esta primera duda a la hora de iniciar el proceso de creación de nuestro blog, el siguiente paso sería elegir qué servicio de blog elegir de entre las numerosas opciones que hay. En nuestro caso, mirando la realidad de las mayorías de los empresarios que se dedican al negocio del alquiler de las casas rurales, sería más recomendable optar por crearse una cuenta en alguno de los servidores que ofrecen la posibilidad de crear un blog. Las razones para optar por esta opción en detrimento de instalar el CMS, han sido ya comentadas con anterioridad, y a modo de resumen serían:

- en la mayor parte de los casos, se trata de pequeñas empresas, llevadas por pequeños empresarios individuales, cuyo manejo de la informática es básico, de un usuario estándar, por lo que el manejo del CMS, su mantenimiento y actualización podría resultar difícil, y podría requerir de contratar a alguien para ello, incurriendo en un gasto que podría evitarse. Por el lado contrario, si se opta por crearse simplemente la cuenta dentro de un servidor, su uso es elemental y sencillo, y en poco tiempo podría dominarse sin ningún tipo de problema.
- aunque bien es cierto, que de optarse por la instalación del CMS, las posibilidades de uso y todo lo que ofrecería para la creación y desarrollo de nuestro blog son infinitas, optando por la creación de una cuenta en uno de los diferentes servidores de blogs, tampoco se tendría limitaciones a la hora de realizar o diseñar el blog. Servidores como Blogger o WordPress ofrecen potentes herramientas con la que se pueden implementar blogs que se adaptan totalmente a las necesidades que pueda tener una persona de este ámbito a la hora de realizar un blog, sin caer en ningún tipo de limitación.

Luego una vez considerado, que lo mejor para nuestro caso sería realizarse una cuenta en algún servidor (ver imagen 8) que ofrece la posibilidad de creación de blogs, lo que haremos será comentar las opciones más comunes y a la vez más adecuadas en estos casos:

Imagen 8: hay numerosas opciones a la hora de escoger un servidor en la web



Fuente: Instituto de Tecnologías Educativas

Blogia: es uno de los sistemas de administración de contenidos pioneros en español. Blogia nació como proveedor de alojamiento de bitácoras en agosto de 2003, y se constituyó como empresa en el año 2005 con sede en Zaragoza, ofrece un sistema de alojamiento gratuito⁷. Algunas de las virtudes de los blogs Blogia son⁸:

- Control anti spam sencillo y efectivo
- La posibilidad de deshacer la acción anterior
- Redimensionado automático de fotos
- Diseño adaptado para móviles
- Permitir varios autores
- Está integrado con herramientas como Flickr o Twitter
- Anti spam
- Poder responder a comentarios a través de e-mails
- Numerosas opciones a la hora de personalizar el blog

MyBlog.es^{9,10}: se trata de la mayor comunidad europea de blogueros. Destaca por tener más de 3.500 plantillas para crear blogs, lo que ofrece gran versatilidad a la hora de personalizarlo. Además es una herramienta muy intuitiva y fácil de manejar, que entre otras

⁷Wikipedia (2013). *Blogia*. Consultado 20 abril 2015, en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blogia>

⁸Blogia SL (2015). *Blogia*. Consultado 20 abril 2015, en: <https://www.blogia.com/>

⁹ MyBlog Media (2012). *MyBlog*. Consultado 19 abril 2015, en: <http://www.myblog.es/ap/infos.php>

¹⁰ MyBlog Media (2012). *MyBlog*. Consultado 19 abril 2015, en: <http://www.myblog.es/ap/index.php>

opciones ofrece la posibilidad de bloquear desde dispositivos móviles y tener lista de correos entre amigos. Ofrecen las siguientes características:

- Dirección: <http://myblog.es/tunombre> y <http://tunombre.myblog.es>
- Diseños personalizados (tipo y tamaño de letra, esquema de color, imagen de encabezado, etc.)
- Diseños listos para usar
- Diseños completamente gratis
- Posibilidad de usar HTML
- Posibilidad de proteger mediante contraseña
- Almacenaje de imágenes
- Bloqueo desde teléfono móvil y correo electrónico
- Múltiples emoticonos
- Blogs en equipo con varios usuarios
- Sistema de notificación de comentarios y contacto (tus visitantes te pueden mandar correo desde el propio blog)
- Archivo con los artículos anteriores
- Libro de visitas
- Contador
- Estadísticas de número de visitas y visitantes reales
- Suscripción mediante feeds RSS
- TrackBack
- XML-RPC-API
- Además no se requieren conocimientos informáticos y tu blog puede estar listo en dos minutos.

Google Sites: según la propia empresa, Google¹¹: “*Google Sites es una aplicación en línea que permite crear sitios webs de colaboración*”. Una de sus principales virtudes es la facilidad, pues presumen que editar esta web es tan fácil como editar un documento. Permite recopilar rápidamente información de diferente tipo: vídeos, calendarios, archivos adjuntos etc. que puede ser compartida con el grupo de personas que queramos, nuestra empresa, o abrirla a cualquier usuario de internet.

Las funcionalidades que ofrece Google, al realizar el sitio web con este servicio son las siguientes:

- Personalizar la interfaz del con libertad.
- Crear una nueva subpágina solo haciendo *clic* en un botón.
- Elegir distintos tipos de página, como página web, anuncios, panel de control y lista.
- Centralizar la información compartida: incrusta contenido enriquecido (vídeo, documentos, hojas de cálculo, presentaciones, presentaciones de diapositivas de fotos de Picasa, gadgets de iGoogle) en cualquier página y sube archivos adjuntos.
- Administrar la configuración de permisos para mantener el grado de privacidad, de libertad de edición o de visualización que quieras. Solo los usuarios que invites a tu dominio como colaboradores podrán crear sitios para tu dominio.

¹¹ Google (2015). *Visión general de Google Sites*. Consultado 25 abril 2015, en: https://support.google.com/a/answer/90915?hl=es&ref_topic=25684

- Realiza búsquedas en tu contenido de Google Sites mediante la tecnología de búsqueda de Google.

Weebly^{12 13}: Similar a Google Sites, con muchas herramientas para el diseño de páginas empresariales pero también con funciones para crear blogs y gestionarlos sin problema. Crear un blog con Weebly es sencillo. La interfaz flexible basada en las funciones de arrastrar y soltar lo ayuda a construir el contenido del blog de manera rápida y fácil. El diseño y los elementos de publicación potentes le permiten centrarse en el contenido mientras que los servicios de Weebly se encargan del resto. Las funciones de RSS e intercambio social están incorporadas en todos los blogs para ayudar a difundir su mensaje en los canales relevantes. Además integra perfectamente contenidos audiovisuales. Las plantillas de blog gratuitas de Weebly pueden servir como sitios independientes o como parte de un sitio web más grande y pueden personalizarse totalmente y modificarse para adaptarse a sus objetivos.

Tumblr: es una plataforma de microblogging de gran popularidad, de hecho a principios de mayo de 2015, dispone hay casi 235 millones de blogs realizados en Tumblr. Permite al usuario publicar textos, fotografías, vídeos, citas, audios... cualquier contenido que desee. Si bien es cierto que debido a su carácter menos estructurado, es considerada por muchos como una herramienta social, puede ser interesante para el caso que nos ocupa, ya que como veremos posteriormente, un blog para una casa rural tiene unas necesidades muy concretas, y esta funcionalidad de compartir principalmente contenido audiovisual con los usuarios, puede ser muy útil para un negocio de estas características, por lo que puede ser interesante optar por esta opción o emplearla como herramienta complementaria.

WordPress: este CMS, enfocado a cualquier tipo de web, ha alcanzado especial relevancia en cuanto a la creación de blogs. De hecho, en febrero de 2015, era usado en el 23,5% de los casos¹⁴. Su gran popularidad y cantidad de usuarios son entre algunas otras, su facilidad de uso, su licencia, y sus buenas características como gestor de contenidos. Si bien, posiblemente el mayor motivo de su éxito sea la enorme cantidad de diseñadores y desarrolladores que se encargan de reprogramarlo, y de crear complementos como nuevos plugins o plantillas a partir de las cuales fabricar los blogs.

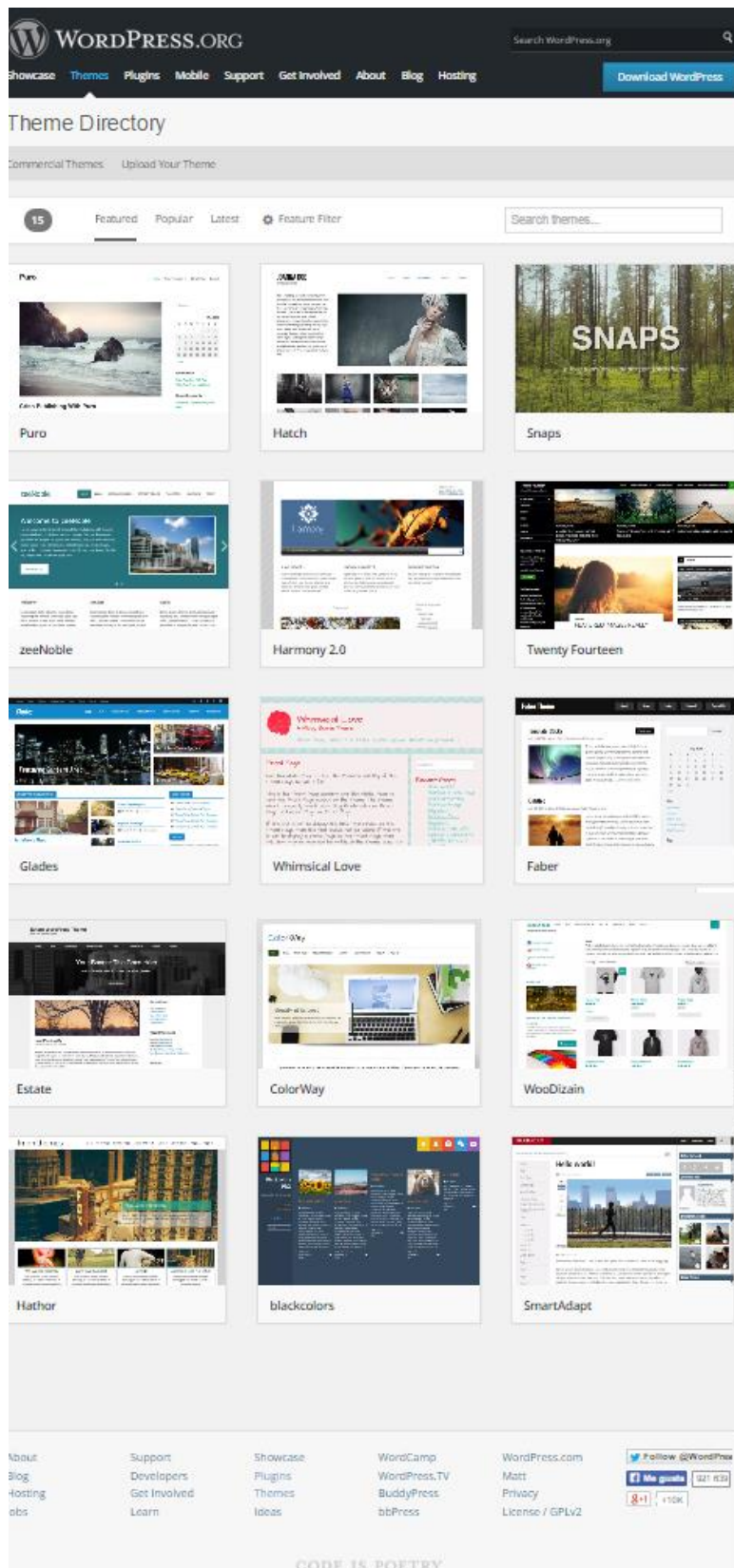
Estas plantillas sirven como base, y en ellas se establecen la apariencia y la estructura del blog. Hay toda una comunidad oficial, formada tanto por profesionales de la informática como por simples usuarios, que se encarga de diseñar plantillas, que una vez que sean aprobadas oficialmente por WordPress tras su comprobación, serán incluidas en el listado de plantillas, listas para ser utilizadas por los usuarios (ver imagen 9). Además WordPress dispone de un sistema de útiles widgets (o herramientas) que desde la versión 2.2 ofrece numerosas posibilidades y flexibilizan tanto el diseño como la estructura de los blogs. Cada widget será utilizable dependiendo de nuestra plantilla. Aquí puede verse un ejemplo de la web de WordPress donde pueden visualizarse las plantillas para su elección:

¹² Weebly Inc (2015). *Bloguear*. Consultado 26 abril 2015 en: <http://www.weebly.com/features/index.php?lang=es#!/blogging>

¹³ Quiñónez .J.D (2012). *Las 10 mejores plataformas online para crear tu propio blog gratis*. Consultado 26 abril 2015 en: <http://www.whatsnew.com/2012/03/24/las-10-mejores-plataformas-online-para-crear-tu-propio-blog-gratis/>

¹⁴W3techs (2015). *Usage statistics and market share of WordPress for websites*. Consultado 26 abril 2015, en: <http://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress/all/all>

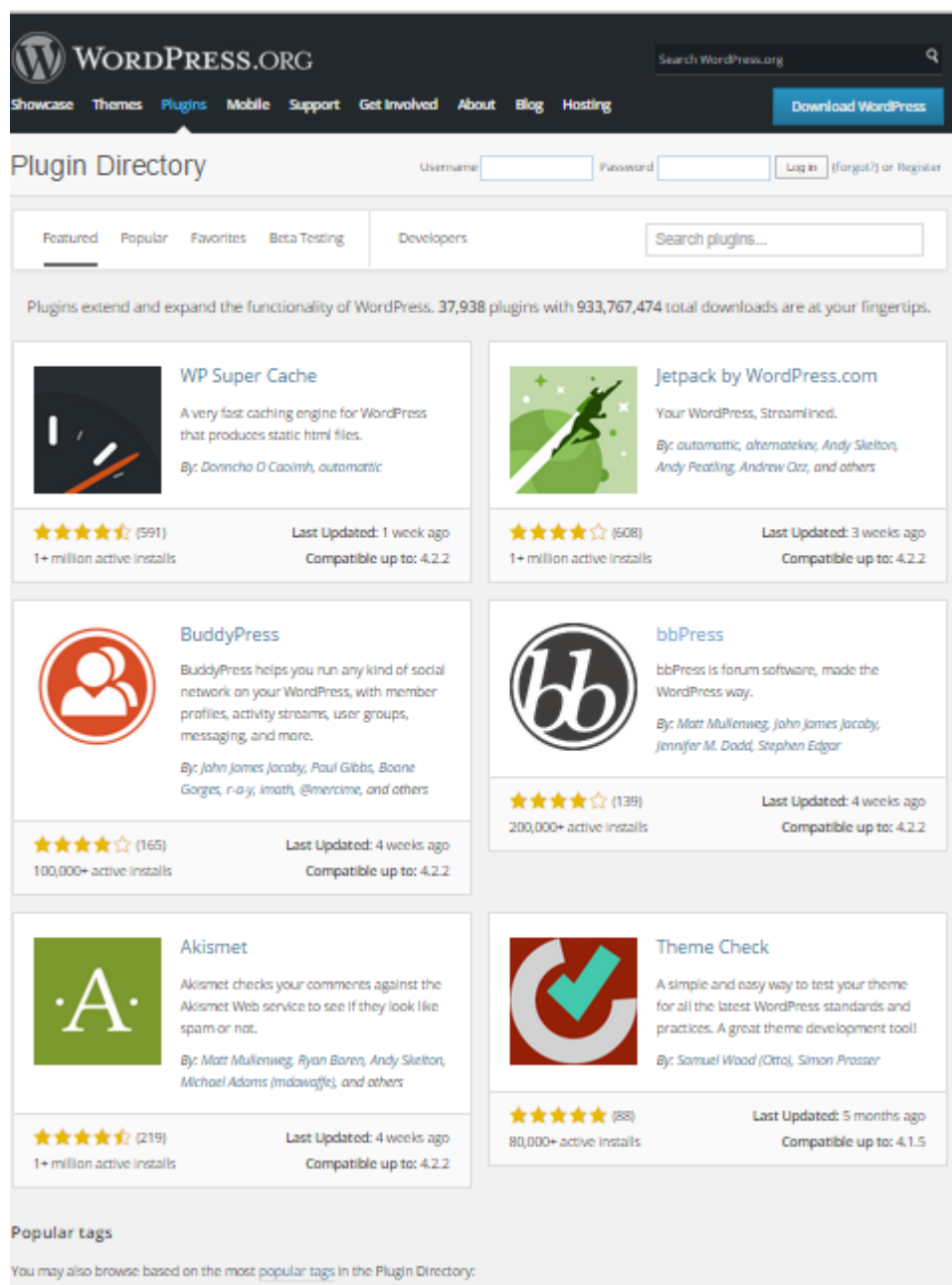
Imagen 9: algunas de las plantillas ofrecidas por WordPress



Fuente: WordPress

Otro de los elementos a comentar, son los plugins. Estos son complementos utilizados para potenciar el uso de nuestro blog. Están disponibles desde la versión 1.6 y hay una gran cantidad de ellos, tanto gratuitos, como de pago. En mayo de 2015 el número de plugins disponibles era de 37,938, tal y como podemos ver en la página oficial del catálogo de plugins de WordPress (ver imagen 10).

Imagen 10: directorio de plugins en la web de WordPress



Fuente: WordPress

A continuación pasaremos a comentar algunas de las virtudes que han hecho de WordPress la referencia en cuanto a blogging:

- Su facilidad de uso, ya que es muy intuitivo y visual, especialmente útil cuando la persona que gestiona el blog no es un profesional informático.
- El tema comentado de las plantillas, hace que diseñar gráficamente la web sea muy sencillo y rápido, teniendo más de 100 plantillas disponibles, las cuales además podemos modificar.
- Su código está muy bien optimizado para los buscadores, por lo que mejorará nuestro posicionamiento dentro de los mismos y hará más accesible nuestra página.
- Gran integración con las redes sociales. De manera sencilla se integra con redes como Facebook, Twitter o LinkedIn para que en éstas se publique el contenido de nuestros blogs.
- Como hemos comentado también con anterioridad, existen miles de plugins (la mayoría gratuitos) de gran utilidad.
- Su estilo es muy parecido al del procesador de textos Word de Microsoft, por lo que todo el mundo está familiarizado con él.
- Sus actualizaciones pueden configurarse para que se realicen de forma automática si no queremos realizarlas de forma manual, lo mismo sucede con todos los plugins que hayamos añadido.
- Ofrece de forma gratuita hasta 3 GB de espacio para tu blog
- Buen sistema de estadísticas, con el que podemos ver cuanta gente nos visita, desde donde, qué utilizan en los motores de búsqueda...
- Posibilidad de subir vídeos
- Multilenguaje: está disponible en más de 50 idiomas.
- Existe todo un fenómeno comunitario tras WordPress, que hace que miles de desarrolladores y aficionados trabajen colaborando en la mejora y el desarrollo de la plataforma, mejorando el producto y aportando siempre nuevas cosas a él.

Blogger: Es el modelo de blog más utilizado y más popular tras WordPress.

Este servicio de blog distribuido de forma gratuita, es proporcionado por Google, que apoya a Blogger a través de numerosas actualizaciones e incorpora continuamente nuevas mejoras que continuamente van apareciendo en el mundo web. Una de las ventajas de este apoyo de google, es que con tan solo una cuenta de Google, se pueden gestionar prácticamente cuantos blogs se quiera (hasta un máximo de 100), por lo que con una sola cuenta de correo podemos llevar el mantenimiento de varios blogs, si así fuese necesario. Entre sus principales virtudes destacamos:

- Gran libertad de diseño
- Dispone de un gran número de widgets
- Buen gestor de estadísticas, actualizadas al minuto
- Permite varios autores en el blog, con distintos privilegios
- Permite AdSense, lo que puede permitirnos obtener ingresos gracias a la publicidad de este servicio de Google
- Facilidad para integrar imágenes y vídeos desde plataformas como Youtube

Como veremos posteriormente, el blog de nuestra empresa se realizará con este servidor, por lo que posteriormente se ampliará la información sobre el mismo, principalmente la relacionada con el proceso de creación de un blog.

Blogdiario.com: este servicio está avalado por el importante portal español Hispavista, y ofrece un servicio bastante completo, en el que destacamos:

- Es totalmente gratuito
- Creación del blog en apenas unos segundos
- Espacio ilimitado para subir y publicar imágenes
- Control anti-spam en los comentarios, y posibilidad de protegerlos con contraseña
- Disponible en cualquier dispositivo
- Suscripción RSS y Atom
- Escribir directamente mensajes al autor
- Cuenta con un perfil del bloguero
- Organizar las entradas por categorías
- Permite listas de enlaces

4 COMO DEBERÍA SER UN BLOG PARA UNA CASA RURAL

4.1 Las necesidades de una casa rural

A la hora de utilizar la web como un recurso para la promoción y posterior gestión de la actividad de una casa rural, las necesidades que esta tiene no variarán mucho respecto al de otros tipos de empresas, especialmente de aquellas relacionadas con el fenómeno turístico.

Lo primero que se quiere conseguir es promocionar y publicitar los servicios (en este caso el alquiler de una casa en el medio rural para su disfrute). Internet hoy en día es el medio más eficaz para ello por diferentes motivos. Por un lado, su bajo coste: como hemos visto en el epígrafe anterior hay varias opciones gratuitas o de muy reducido coste para diseñar un sitio web, así como infinidad de herramientas gratuitas (subida de vídeos, foros, redes sociales etc.) de las que disponemos para completar y potenciar todo aquello que una página web nos ofrece. Por lo que por muy bajo coste, se puede promocionar y difundir gran cantidad de contenidos, que si se quisiera hacer a través de otros medios (tv, prensa o radio), los costes serían muchísimo mayores. Por lo que como vemos, la web es el medio más interesante para difundir nuestra empresa, pues ofrece mucho, a cambio de muy poco.

El segundo punto se relaciona con lo comentado anteriormente, y es en las opciones que otorga un sitio web como un blog para mostrar nuestra empresa. A parte de dotar al interesado de toda la información y datos de interés básicos, podemos informar de otros muchos más factores como servicios de apoyo ofrecidos, política de precios, mostrarle fotos o vídeos del sitio, abrir canales de comunicación donde puedan verse referencias y comentarios de personas que han visitado el lugar, o utilizar las herramientas o widgets de las que disponen los blogs para informar a los potenciales clientes de cosas tan importantes para ellos como la disponibilidad en tiempo real, o la previsión climática para un determinado día etc., todas ellas informaciones que difícilmente se pueden proporcionar a través de otros medios, con tanta eficacia.

El tercer factor que hace interesante el uso de una página para dar a conocer o publicitar nuestra empresa, es el amplio número de potenciales visualizadores de la información. Con el uso de un blog (especialmente si se combina con la inclusión del mismo en las redes sociales o portales webs) estamos poniendo nuestra empresa al alcance de una población inmensa, tan inmensa que con ningún otro medio de comunicación se le puede siquiera acercar, pues internet

es hoy por hoy el medio de comunicación más importante del mundo, por delante ya de la televisión.

Tras haber analizado, la importancia y las ventajas que ofrecen estos medios a la hora de promocionar la empresa, pasamos a comentar el contenido que requieren estos sitios webs para que esa función de promoción sea lo más eficaz posible. Y del mismo modo, ver qué tipos de contenidos son los más empleados por los profesionales del sector a fin de transmitir la imagen deseada de sus casas rurales. Para ilustrar esto de una mejor manera, veremos ejemplos reales de sitios webs para así comprender con mayor claridad que contenidos ofrecen en cada una de sus secciones:

Descripción general del negocio

Siempre hay presente una pequeña descripción de la empresa, con las cualidades generales de la casa rural, así como su localización geográfica, elementos del entorno, instalaciones etc. Es característico también, que en lugar de dar esta información en modo texto (ver imagen 11), se realice visualizando vínculo a secciones dentro del sitio, por lo que al hacer clic en alguna de ellas, nos redirija a una página donde la información sea ampliada (ver imagen 12).

Imagen 11: descripción general de un negocio en un blog

The screenshot shows a blog post with a light orange background. On the left, there's a section titled 'Tómate un respiro y olvídate del tiempo...' with a small image of a house. To its right is a green badge that says 'ALOJAMIENTO RECOMENDADO por viajeros de Booking.com' and 'LOS 10 MEJORES DE JAÉN'. Further right is a section titled 'Nuestros servicios' with a small image of a patio and a list of services: 'Prestamos un amplio abanico de servicios para que tenga una estancia agradable e inolvidable.', 'Servicio de Alojamiento en modalidad de Alojamiento Rural por habitaciones con Desayuno, Almuerzo y cena incluido', 'Servicio de Alojamiento en Casa rural con servicios de restauración incluidos', and 'Servicio de Alquiler de Casa Rural. Tenemos una gran variedad de alojamientos dependiendo de las necesidades de nuestros clientes.' Below this is a list of bullet points: 'Flexibilidad en la hora de entrada/salida al alojamiento adaptada a las necesidades de la actividad por la cual se alojan nuestros clientes.', and 'Organización de celebraciones especiales: Bautizos, Aniversarios, Cumpleaños, Comidas Camperas, Comidas de Empresa, etc.' At the bottom, it says '¡Póngase en contacto si desea ampliar información!'.

Fuente: La Caracola Alojamiento Rural

Imagen 12: ejemplos de blogs de casas rurales donde vemos secciones que proporcionan información sobre el negocio

The screenshot shows a website with a dark green sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar has a menu with items: 'Inicio', 'Nuestra casa rural', 'El tiempo entre montañas', 'Nuestro entorno', 'Videos', 'Rutas guiadas por Picos', 'Corao', and 'Galería de fotos'. The main content area has a title 'Casa rural en Corao (Cangas de Onís)' and a sub-header 'Album de fotos de "Cortijo el Agüelo"'. Below this is a vertical list of menu items: 'Inicio', 'Instalaciones', 'Entorno', 'Situación', 'Ver Video', 'Precios', and 'Contacta'. To the right of this list is a small image of a house.

Fuente: Casa Rural Canas de Onís; Cortijo "el Agüelo"

Esta primera parte del blog, es esencial, pues es la carta de presentación de la empresa, la primera toma de contacto con el cliente, donde además se ofrece la información más general del negocio.

Acceso a las redes sociales

Debido a la importancia que tienen las redes sociales no solo a la hora de comunicar, si no en nuestro día a día, el conectar el blog con estas herramientas es algo que todos los gestores buscan. De ahí a que haya siempre un acceso desde nuestro sitio web, a nuestras cuentas en las diferentes redes sociales en las que estamos presente (siendo Facebook y Twitter las que generalmente suelen estar más presentes, junto a otras centradas en compartir imágenes). En la imagen 13 puede verse ejemplos de estos accesos.

Imagen 13: ejemplos de enlaces a las redes sociales en blogs reales sobre casas rurales



les

Fuente: Casa de Aldea los Campos

Gracias a esta función de los blogs, se consigue en primer lugar una mayor presencia en la red, pues el contenido del blog se irá expandiendo por las diferentes redes sociales, atrayendo nuevos visitantes a nuestro web log. Con esto, además de promocionar y dar a conocer nuestra empresa, se consigue estar en mayor contacto con los clientes y su día a día, permitiéndonos tener más información sobre él y dándonos la oportunidad de conocer mejor cuales pueden ser sus gustos o expectativas.

Contacto

Para facilitar la comunicación con el cliente, es siempre recomendable que haya una sección donde se posibilite la comunicación privada entre ambas partes. Se suele ofrecer la dirección física del negocio (o del empresario), así como otros datos de contacto como correo electrónico, teléfono o fax (ver imagen 14).

Imagen 14: área de contacto en diferentes blogs del sector

The image displays three distinct contact form layouts. The top-left form, titled 'CONTACTO', includes fields for name, surname, address, city, email, phone, number of people, and dates of stay, along with a message box and an 'Enviar' button. Below it, contact details for 'CASA DE ALDEA LOS CAMPOS' are provided, including an address in Cangas de Onís, Asturias, and phone/fax numbers. The top-right form, 'Información y Reservas', is for reservations and includes fields for name, surname, email, phone, and a message, with an 'Enviar' button. The bottom form, titled 'Contacto', is for general inquiries and includes fields for name, email, subject, and message, with a 'He leído y acepto la Política de Privacidad' checkbox. It also lists contact information for Esteban and Virtudes, and an email address: info@cortijoelaguelo.com.

Fuente: Casa de Aldea los Campos; La Caracola Roja; Cortijo "el Agüelo"

Además de ser utilizada como primera toma de contacto para efectuar una reserva, esta parte del blog puede tener otras importantes funciones como aclarar diferentes dudas que el cliente pudiera tener, funcionar como un buzón de sugerencias que permita la mejora continua de nuestro establecimiento, o simplemente como una forma de comunicación directa entre nosotros y nuestros clientes.

Galería multimedia

Algo común en todo blog, sobre todo de este tipo, enfocado al turismo. Normalmente suele estar dentro de una sección específica para ello, donde se muestran varias imágenes de lo que se quiere mostrar (ver imagen 15).

Igualmente se pueden compartir vídeos, especialmente si nos encontramos con un video blog.

Juegan un papel fundamental, ya que ayudan de forma clara a vender de mejor manera el producto, acercando al cliente lo ofrecido por la empresa suscitándolo de querer visitar el lugar.

Imagen 15: galería fotográfica en un blog de casas rurales



Fuente: Casa de Aldea los Campos

Servicios de apoyo y actividades suplementarias

Es también recomendable que nuestro blog tenga una parte del mismo dedicada a comunicar al cliente aquello que puede encontrar a su disposición, además del servicio principal del alquiler de la casa (ver imagen 16). Aquí suele aparecer información de lo más variada, desde servicios de apoyo que ofrece el propietario (alquiler de equipamiento deportivo, organización de actividades etc.) a otras actividades secundarias que el cliente puede optar por realizar en el lugar o sus alrededores (por ejemplo información sobre el entorno, actividades practicables o lugares que se pueden visitar). Es importante informar sobre estos temas, pues en caso de duda del cliente entre una casa u otra, puede condicionar su elección si ve que un sitio le ofrece más posibilidades, además toda esta información ayuda a vender el destino como un producto turístico completo.

Imagen 16: enlaces de blogs donde amplían información sobre servicios o actividades secundarias

Enlaces de interés: <i>¿Que hacer?</i> • Senderismo • Rutas en BTT • Rutas en vehículo • Que visitar <i>¿Quieres saber?</i> <i>Opiniones de clientes</i>	
	Inicio
	Alojamiento
	Parque Natural Sierra de Andújar y su Santuario
	Mapa de Localización
	Costumbres y tradiciones

Fuente: Cortijo "el Agüelo"; La Caracola Roja

Una forma eficaz de ofrecer toda esta información es por medio de secciones en el blog, en forma de barras (laterales o en columnas) que destaquen todas las informaciones disponibles, de lo que es el contenido principal del blog (las entradas) y sus partes principales (como por ejemplo las galerías o los datos de contacto).

Imagen 17: la misma información organizada en secciones individuales dentro del blog



Fuente: Casa Rural Los Campos

En la anterior imagen (ver imagen 17) se muestra un ejemplo de ello. Donde de forma cómoda el visitante puede ampliar la información sobre aquello que le interese, de forma cómoda desde la página principal del blog.

Idiomas

En un sector tan globalizado como el turismo, y además, hablando de una herramienta de internet a la cual tienen acceso personas de cualquier parte del globo, se hace necesaria la posibilidad de ofrecer la información en varios idiomas (o al menos en inglés), con el fin de atraer a potenciales clientes. Por ello, sería interesante que nuestro blog contara con toda la información en otros idiomas además del castellano.

4.2 Resumen de necesidades que cubre cada blog

Antes de proceder a analizar que necesidades cubre de manera más eficaz y eficiente cada uno de los diferentes servidores de blogs, pasaremos en un primer lugar a resumir cuales son estas necesidades, partiendo de lo que como hemos visto en el apartado anterior, los profesionales del sector prefieren y solicitan a la hora de elaborar sus sitios webs.

Como hemos visto anteriormente, y de forma muy resumida, las pretensiones de los gestores de blogs para casas rurales son las de que el sitio blog al visitante:

- Descripción muy general del negocio e información básica
- Integración del blog dentro de las redes sociales
- Poner a disposición formas de contacto
- Posibilidad de compartir contenido multimedia
- Ofrecer información secundaria sobre cualquier temática relacionada con el producto ofrecido
- Adaptarlo a varios idiomas

Por lo tanto, se hace evidente que las necesidades a cubrir a la hora de hacer un blog para una casa rural son numerosas, aunque fácilmente agrupables.

En primer lugar, hace falta que el sitio esté bien articulado y se fácil de organizar, para que el visitante tenga acceso de la manera más cómoda y eficaz a los diferentes contenidos que se muestran en el blog. Por ello, el servidor con el que montemos el blog, ha de ofrecernos la posibilidad de crearlo por un lado de manera atractiva (aquí parten con ventaja Blogger y sobretodo WordPress con su gran cantidad de plantillas a partir de las cuales comenzar) y por el otro de manera bien integrada, pues deberemos dar todas las informaciones anteriormente comentadas (información del sitio, servicios ofrecidos, atracciones turísticas, contacto etc.) de manera que sean visibles o accesibles, sin hacer del blog una web muy recargada o difícil de manejar.

Del mismo modo, los elementos multimedia (principalmente imágenes) deben estar presente. Esto es una herramienta que en mayor o menor medida como hemos visto, todos los servidores blog cumplen soberanamente, por lo tanto no es una razón que nos haga decantarnos por uno u otro servidor, si bien es cierto que gracias a la cantidad de herramientas de las que disponen, Blogger y WordPress vuelven a tener ventaja. Al igual que en lo relativo a las redes sociales, ambos sitios cuidan muy bien esta importante característica por lo que ofrecen una perfecta sincronización con estas herramientas, de manera más acentuada en las principales: Facebook y Twitter.

En cuanto a los idiomas, una solución rápida y cómoda sería utilizar alguna herramienta, ya que hacer la web en varios idiomas por uno mismo podría tener algunos inconvenientes. Por un lado, la persona que realice el blog tiene que tener dominio suficiente del idioma, y además, la realización y mantenimiento de la web sería más difícil. Por lo tanto, considero que una herramienta como la de Google Translator, que automáticamente traduce todo el contenido de la web en prácticamente cualquier idioma del mundo (ya es una ventaja, porque una persona por sí sola no conoce tantos idiomas) podría cubrir esta necesidad totalmente. Si bien es cierto que estos traductores no siempre son fiables, hay que decir que han mejorado mucho, además los textos que se ofrecen en este tipo de sitios webs son básicos y no son nada elaborado, por lo que las traducciones son prácticamente perfecta. Del mismo modo es una manera cómoda para la persona que navega en nuestra web, pues puede cambiar de idioma con tan solo un *click*.

Esta es la gran ventaja de Blogger y WordPress frente al resto, y es la cantidad de herramientas o widgets que ofrecen, que potencian de manera increíble las capacidades de sus blogs y hacen que sean más útiles y atractivos que los de sus competidores.

Por todo ello, el blog de este Trabajo Fin de Grado he decidido realizarlo en Blogger, y son varios los motivos que me han llevado a tomar esta decisión, y que a continuación paso a enumerar:

- 1º. No es ninguna sorpresa que entre Blogger y WordPress se repartan casi la totalidad de blogs de la red, pues ofrecen todo lo que ofrecen los demás, funcionando mejor, y además ofreciendo más cosas (más widgets, plugins, plantillas etc.)
- 2º. Son fáciles de utilizar, más aún Blogger, y esta es la razón que ha hecho decantarme finalmente por este servidor y no por WordPress. Mientras investigaba para la realización de este TFG, he visto que es más fácil de trabajar con Blogger (teniendo prácticamente las mismas funciones) y como considero que los profesionales del turismo que puedan necesitar un blog para publicitar su casa rural, en la mayoría de los casos tendrán conocimientos informáticos limitados, si acaso reducidos a conocimientos ofimáticos, creo que es muy importante la sencillez y la facilidad a la hora de decantarse

por uno u otro sitio, y como veremos en el siguiente epígrafe, trabajar con Blogger es bastante fácil, incluso para un persona sin experiencia como ha sido mi caso personal.

- 3º. Tan solo se necesita una cuenta de correo de Google para comenzar a hacer nuestro blog. Hoy en día prácticamente todo el mundo dispone de alguna cuenta en Gmail, en el caso de que no fuese así, registrar una es un paso que requiere no más de 5 minutos.
- 4º. Creo que depender de Google hace de Blogger una opción más atractiva que el resto, pues se presupone que será un producto de calidad. Google es una empresa con muy buena reputación, sobretodo sus productos y servicios, como por ejemplo: Google Earth, Google Maps, Youtube, Chrome, AdSense, Android etc. Además al depender de Google, sabemos que estará perfectamente sincronizado con este tipo de herramientas, las cuales prácticamente todo el mundo utilizamos en nuestro día a día y sin duda son de utilidad en un blog.
- 5º. Google ofrece una gran cantidad de widgets. Con estos, se pueden cubrir totalmente las necesidades que hemos visto.

Por tanto y en resumidas cuentas, he realizado mi blog en Blogger por:

- **Totalmente gratuito y cómodo**
- **Solo requiere de una cuenta en Gmail**
- **Facilidad de uso: tanto editar el blog, como las entradas (prácticamente igual que Microsoft Word)**
- **Dispone de herramientas que cumplen necesidades básicas (idiomas, multimedia...)**

4.3 Otras herramientas de utilidad para un blog

Como conclusión a este punto, haremos un breve repaso de tres herramientas de la web, que si bien es cierto que no forman parte de nuestro blog como tal, utilizándola podemos conseguir un mejor funcionamiento del mismo, ampliando la difusión de los contenidos, algo que en el caso concreto de un blog que publicite casas rurales disponibles para alquilar, es sin duda de gran importancia.

4.3.1 Agregadores

Un agregador, también denominado lector (o recopilador) de contenidos es una forma de tener las últimas noticias de diferentes páginas webs en una sola ventana, apareciendo todas estas en forma de lista, visualizando toda esta información sin la necesidad de ir visitando página por página para ver si hay nueva información disponible.¹⁵

Podemos distinguir dos tipos¹⁶: horizontales (que admiten cualquier temática) y verticales (los cuales están especializados temáticamente).

Por lo tanto sería una opción de gran utilidad, ya que es difícil que una persona esté continuamente visitando nuestro blog para ver si hay información extra o novedades en él. En cambio si fomentamos trabajar con agregadores, sabremos que las personas que sigan nuestra

¹⁵ Fundéu (2013). *Lector o recopilador de contenidos*. Consultado 30 abril 2015, en: <http://www.fundeu.es/escribireninternet/lector-de-contenidos/>

¹⁶ Rubín. R (2014). *Los mejores agregadores de noticias y blogs en español*. Consultado 2 mayo 2015, en: <http://www.ciudadano2cero.com/mejores-agregadores/>

página serán informadas de todo cambio que haya en ella, por lo que sabremos que como mínimo, recibirán la notificación de que hay entradas en nuestra web.

4.3.2 Backlinks

Muestran otras páginas web que están enlazadas a nuestras entradas.

Un backlink permite hacer un seguimiento de distintas páginas webs que contienen enlaces a entradas del blog. Es decir: Si escribimos en nuestro blog una entrada, sobre otra que hemos visto en algún otro sitio y la enlazamos, la entrada a la que hacemos referencia mostrarán automáticamente un enlace a la nuestra, además de que se visualizará un pequeño fragmento de la misma. Como resultado de esta herramienta conseguimos ampliar la función de comentarios de forma que los debates con diferentes web estén incluidos dentro de los comentarios “normales” de las entradas.

Esta herramienta es muy fácil de emplear en Blogger.

4.3.3 Directorio

Ya hemos hablado brevemente de ellos. Son una buena manera de promocionar y dar a conocer nuestro blog, haciendo que nuestras entradas lleguen a una cantidad mucho mayor de personas ya que las publicaciones tienen un alcance potencial mucho mayor. Además al ser el blog más accesible, mejora su posicionamiento en la web, haciéndolo más visible en los buscadores y lectores.

Hay numerosísimos directorios donde alojar nuestro blog. En España es bastante conocido La Blogoteca, un directorio perteneciente a 20minutos.es, en el cuál puedes incluir tu blog en diferentes categorías temáticas.

Este directorio es particularmente conocido en el mundillo bloguer nacional debido a los premios anuales 20Blogs, donde participan todos los blogs que están incluidos en este directorio.

5 CREACION DEL BLOG

En este último capítulo comentaremos aquellos pasos que hay que seguir para realizar un blog que promueva una empresa que alquile casas rurales. Seguiremos paso a paso cada una de estas etapas a seguir, comentándolas brevemente e indicando aquellos aspectos más importantes, y ampliando al mismo tiempo, sobre las partes del blog que durante este trabajo, se han señalado como de gran importancia.

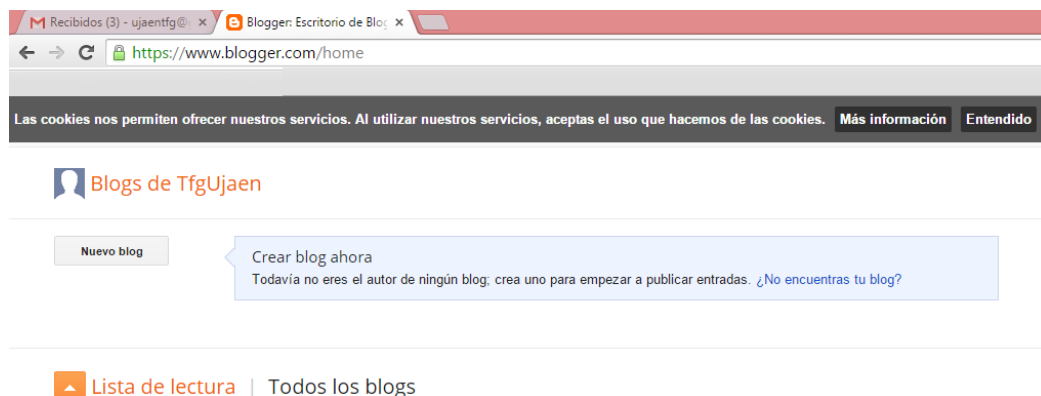
5.1 Inicio: creación del blog

El proceso de creación es bien sencillo, tan solo se requiere de una cuenta de correo de Google para iniciar nuestro blog en Blogger.

Entramos en <https://www.blogger.com/> e introducimos nuestra cuenta Google y contraseña y accederemos a la página para crear nuestro blog. Tan solo tenemos que hacer clic en “Nuevo blog” (ver imagen 18) y nos aparecerá un cuadro en el que tenemos que poner el nombre (Título) que queremos darle a nuestro blog, así como la dirección que tendrá, que será de la forma NombreDeseado.blogspot.com y que deberá estar disponible, es decir, que otro

usuario no haya registrado un blog en una dirección con el mismo nombre. En este menú también se puede elegir la plantilla que dará forma al blog, pero como bien se informa en el mismo, esta se podrá cambiar más adelante, e incluso modificarla a nuestro gusto. Todo ello puede verse en la imagen 19.

Imagen 18: pantalla para crear un blog en Blogger



Fuente: Blogger

Imagen 19: cuadro de creación de un blog Blogger

Lista de blogs > **Crear un nuevo blog**

Título

Dirección ☒

Esta dirección de blog está disponible.

Plantilla





Sencillo Vistas dinámicas Picture Window





Fantástico, S.A. Filigrana Etéreo

[Puedes ver muchas más plantillas y personalizar tu blog más tarde.](#)

Fuente: Blogger

Tras esto nuestro blog estará creado y podemos comenzar a configurarlo.

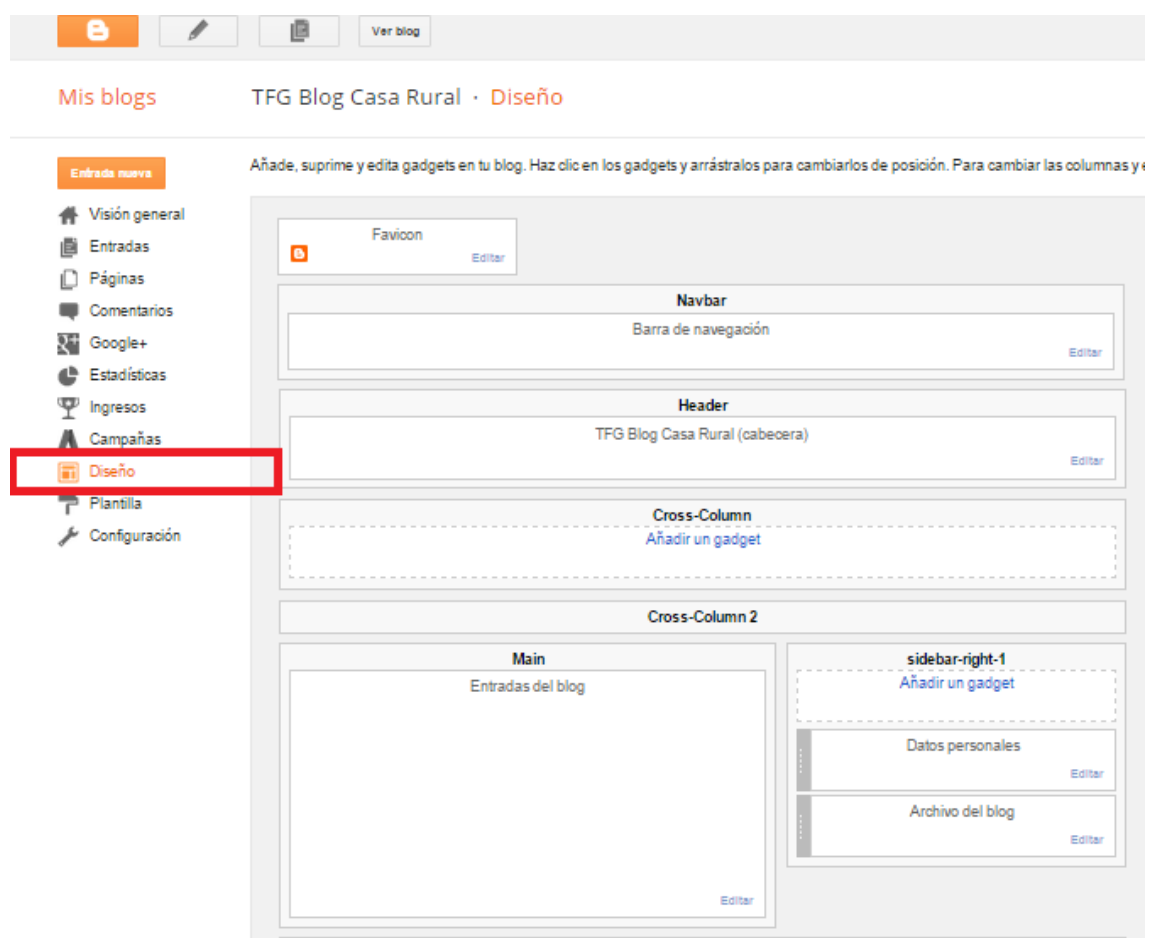
5.2 Modificación de la apariencia y diseño del blog

Tras tener nuestro blog, y antes de comenzar a publicar contenido en él, sería más adecuado modificarlo a nuestro gusto para que llame la atención de los visitantes y del mismo modo la navegación en él sea cómoda y práctica.

Para ello podemos modificar la apariencia de nuestra plantilla de forma sencilla por un lado cambiando el fondo de la misma, donde podemos poner una imagen o un tono de un color que sea atractivo y del mismo modo encaje con la imagen que queremos transmitir. Por otro lado, tendremos que cambiar también el diseño del blog.

Por diseño del blog entendemos la organización de los elementos que lo conforman, por ejemplo el estilo de blog que queremos (a dos columnas, centrado, una parte más grande para las entradas y otra en forma de columna o de fila para enlaces etc.), qué herramientas (gadgets) queremos utilizar y en qué lugar deben aparecer del blog. Para ello vamos a la opción de Diseño, y este es el aspecto que por defecto tiene el blog (ver imagen 20):

Imagen 20: pantalla donde se ve el menú de configuración del diseño de un blog en Blogger



Fuente: Blogger

Ahí podemos cambiar la predisposición de todos los elementos, simplemente arrastrándolos con el ratón y colocándolos en el lugar deseado.

Además, haciendo clic en Editar en cada parte del blog, podemos configurarla para que encaje mejor en nuestra plantilla y estilo, o simplemente eliminarla.

La configuración que yo he elegido para mi blog sería la siguiente:

- Una cabecera con el título del blog, que informa sobre que se ofrece

- Tras esta, enlaces a páginas que dan información importante
- A la izquierda, estaría la sección para las entradas del blog.
- En la parte de la derecha vendrían de arriba abajo las siguientes partes: una herramienta para traducir la web en diferentes idiomas, un link para visualizar información sobre las casas ofrecidas por la empresa, un álbum multimedia, y enlaces a las redes sociales.
- Por último y de forma centrada, la sección de contacto con la empresa.

A continuación comentaremos brevemente cada una de las partes:

Cabecera

En esta se incluye una imagen atractiva así como el título de nuestro blog y un eslogan, por lo que sirve como carta de presentación. Al editarla aparece un cuadro donde decimos que título queremos darle a nuestro blog, una pequeña descripción (que es voluntaria), así como la posibilidad de añadir una imagen (tanto desde la web copiando su URL como una alojada en nuestro disco duro) y elegir su ubicación dentro de la cabecera.

Sección de información

Aquí se muestran enlaces a páginas estáticas creadas por nosotros. Estas páginas se diferencian de las entradas normales del blog en que no se publica la fecha en la que se ha creado o publicado, por lo que son ideales para informar y describir sobre cosas tales como información sobre el autor del blog, contacto etc. En nuestro blog concretamente se han creado “Acerca de nosotros” (donde se habla de la supuesta empresa que gestiona el blog y las casas), “El entorno” (que pone en valor el lugar donde están las casas rurales), “Qué ver” (donde se informa sobre posibles visitas turísticas) y “Otros servicios a contratar” (para informar al turista de todas las opciones disponibles). Haciendo clic en cada una de ellas, se abrirá una página donde se detalla la opción pertinente a cada temática. Además, se ha añadido un enlace en esta barra de información a la página principal del blog (Inicio), para que la navegación por el mismo sea más cómoda.

Para crear este tipo de páginas es muy sencillo: basta con ir a la sección “Páginas” y el menú es idéntico al de redactar una entrada, el cual comentaremos después.

Por tanto una vez que tenemos creadas las páginas estáticas, para tener nuestra sección de información sobre las mismas tan solo tenemos que agregar el “gadget” de páginas y ahí aparecerá el siguiente cuadro (ver imagen 21):

Configurar Lista de páginas

Título (opcional)

Páginas que mostrar

[+ Añadir enlace externo](#)

[Seleccionar todas](#)

- ☒ Inicio
- ☒ Acerca de nosotros
- ☐ Casa El Cortijo
- ☐ Casa del Golfo
- ☐ Casa Los Álamos
- ☒ Otros servicios a contratar
- ☒ Qué ver
- ☒ El entorno

Orden de la lista

Para cambiar el orden de los iconos, arrástralos y colócalos donde quieras

...

 Inicio

...

 Acerca de nosotros

...

 El entorno

...

 Qué ver

...

 Otros servicios a contratar

 Pestañas: desplazar el gadget debajo de la cabecera Lista de enlaces: desplazar el gadget a la barra lateral

Guardar

Cancelar

Eliminar

Fuente: Blogger

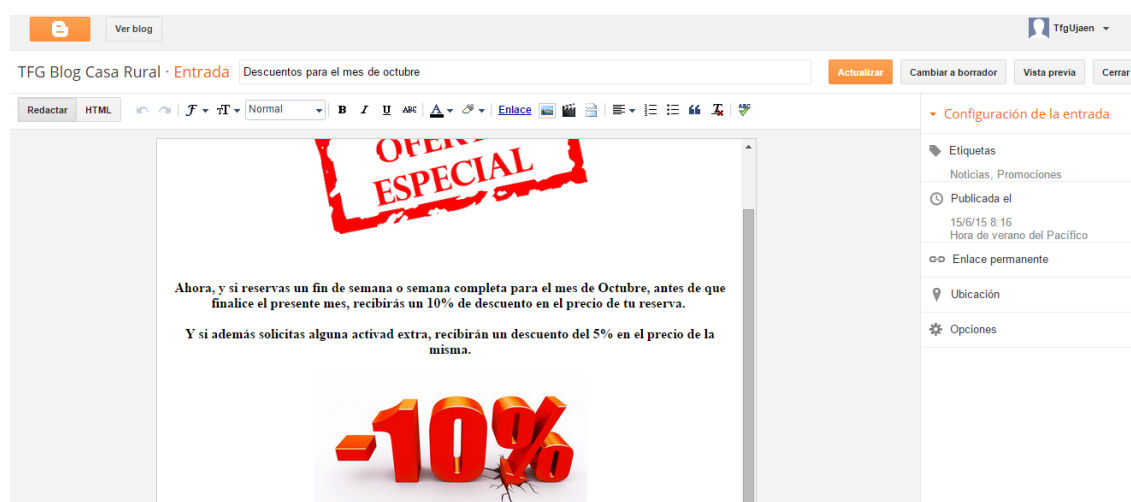
En ese cuadro podemos indicar si queremos poner algún título a este listado, en mi caso, en esta ocasión he decidido no poner ninguno pues no lo veía conveniente ni estéticamente adecuado, sin embargo veremos cómo posteriormente he vuelto a utilizar esta herramienta y si he optado por incluir un título. Tras esto hay que seleccionar que páginas queremos añadir al gadget y en qué orden han de aparecer. Para finalizar, podemos indicar si queremos que aparezcan con diseño de pestaña (sucesivamente en una barra horizontal, como es este caso) o de lista de enlaces (enumeradas en una lista vertical).

Zona de entradas del blog

Es el área más amplia del blog y la mejor posicionada, pues es la que contiene la información más importante y la que queremos que visualice el navegante.

Para escribir entradas es necesario ir al menú “Entradas”, y una vez allí le damos a “Publicar”. En Blogger prácticamente es como utilizar el procesador de texto de Office, lo cual hace que sea muy fácil pues prácticamente todo el mundo está familiarizado con él, además es bien sencillo añadir elementos multimedia a las entradas y darle formato, pues el menú es muy intuitivo y cómodo:

Imagen 22: redactando una entrada en Blogger



Fuente: Blogger

De especial relevancia será el título que demos a las entradas, así como si queremos añadirle “Etiquetas”, una manera de organizar las entradas atribuyéndoles una categoría creada por nosotros, por lo que las entradas quedarán agrupadas dentro de cada temática creada. Como veremos posteriormente, en este blog se utilizan para organizar mejor su contenido.

También en el menú de entradas es relevante en “Opciones” la configuración de los comentarios, ya que podemos decidir si esa entrada será comentable por los visitantes o si por el contrario no.

Todo lo anteriormente descrito, se puede observar en la anterior imagen (ver imagen 22).

Columna derecha del blog

En esta estrecha columna he decidido añadir herramientas que faciliten la navegación del blog y que le aporten aquellas necesidades que una web de este tipo ha de tener y que durante este texto hemos ido señalando:

- Widget de GoogleTranslator: creo que es muy útil pues con un clic facilita mucho la navegación a visitantes extranjeros. Además es pequeño y no hay que configurar nada, tan solo al añadirlo te pide añadir un título (si lo deseas, yo he puesto “This site in your language”) y elegir entre tres opciones de diseño.
- Nuestras casas: al igual que en la barra de información de la parte superior del blog, he añadido la herramienta de una lista de páginas. En esta ocasión he añadido las tres páginas que hablan e informan sobre cada una de las casas rurales que dispone la empresa. Las he posicionado en forma de lista vertical, pues queda mejor en esta zona del blog, y como título he puesto “Nuestras casas:” para que el navegante sepa que haciendo clic en cada una de ellas, se le ofrecerá información concreta sobre las mismas.
- Etiquetas: He puesto el gadget de “Etiquetas”, ya que considero que es una buena forma de organizar el blog. La apariencia la he configurado de forma análoga a la herramienta anterior. Creo que es muy interesante este gadget pues facilita mucho la navegación de

la gente, por ejemplo: si alguien solo le interesa ver ofertas, hará clic en “Promociones”, o si quiere informarse sobre noticias, hará clic en “Noticias” etc.

- Álbum fotográfico: para añadir una galería fotográfica en nuestro blog hay varias posibilidades. Se puede crear una página estática, y utilizar un código HTML (en el siguiente punto lo utilizaremos) que hace que añadiendo URLs de imágenes en ese código, esas imágenes se muestren en la página en miniatura, y al hacer clic en ellas, se abran en la ventana con su tamaño original. Otra opción, más fácil, ya que no requiere buscar el código HTML y adaptarlo, es utilizar el gadget Presentación (ver imagen 23):

Imagen 23: el gadget Presentación es ideal para añadir un álbum de imágenes



Fuente: Blogger

Este gadget permite incrustar un slideshow de un álbum o las fotos que hayamos seleccionado en el mismo. Por ello es necesario disponer de un álbum en algunas de las plataforma con las que trabaja (Picasa, Flickr, Photobucket), algo que por otro lado es recomendable independientemente de utilizar esta gadget, pues son unas buenas herramientas para dar a conocer y mostrar lo que se ofrece. Además, al ser Picasa una herramienta Google, todas aquellas imágenes que subamos en nuestro blog Blogger, se añadirán automáticamente a un álbum con el nombre de nuestro blog, por lo que siquiera es necesario crear algún tipo de cuenta o hacer ningún registro, tendremos a nuestra disposición el álbum que necesitamos de manera automática. A continuación, explicaré como utilizar este gadget beneficiándonos de esto que acabo de comentar, que es lo que yo he hecho en mi blog. Para ello veremos el menú de configuración del gadget (ver imagen 24):

Imagen 24: configuración del gadget Presentación

Configurar presentación

Título	Galería fotográfica
Fuente	Otros ▼ Álbumes web de Picasa Flickr Photobucket Otros
URL del feed	https://picasaweb.google.com
Velocidad	Mediano
Opciones	☒ Abrir enlaces en una ventana nueva. ☐ Mostrar imágenes aleatoriamente
Vista previa	

Fuente: Blogger

Como siempre, escribimos el título que queremos que aparezca en la cabecera de nuestro gadget. Tras esto, para incrustar las imágenes de nuestro blog, en la pestaña descendiente escogemos la opción “Otros”, para posteriormente copiar la URL del álbum que deseamos visualizar en el blog. Después podemos configurar algunas cosas sobre el modo de visualización de las fotos del blog, como la velocidad de transición entre foto y foto, el orden de las mismas etc.

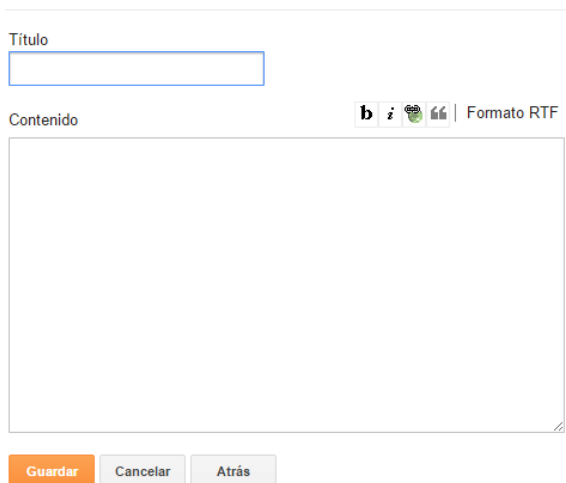
- **Redes Sociales:** para elaborar esta parte del blog he vuelto a añadir otro gadget más en esta sección. En esta ocasión he utilizado el gadget “HTML/Javascript”, el cual se utiliza cuando queremos añadir una característica de una tercera persona, u otro código a nuestro blog. Podría haber puesto directamente los enlaces a las cuentas Facebook, Twitter etc. en forma de lista, pero me he decantado por esta opción, aunque sea más complicada para un usuario sin experiencia previa como yo, ya que es más intuitiva para la persona que visita la página, además de que es mucho más atractiva visualmente hablando, ya que con el código HTML que he utilizado, aparecen los iconos de cada red social, y haciendo clic en ellos, enlaza a su respectiva página. El código HTML que yo he utilizado en concreto, lo he conseguido gracias a un manual de la página 2ndfunniestthing¹⁷ en el que explica cómo hacer precisamente lo que yo buscaba y acabo de comentar en las líneas anteriores. Este es el código:

```
<a href="URL AL QUE QUEREMOS QUE DIRIJA" target="_blank"></a>
```

Una vez que se tiene el código, estamos listos para configurar nuestro gadget (ver imagen 25):

Imagen 25: cuadro de configuración del gadget para introducir HTML/JavaScript

Configurar HTML/JavaScript



Fuente: Blogger

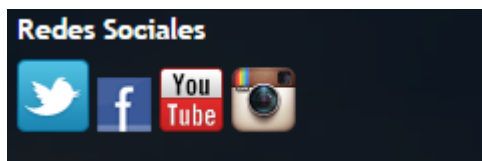
Indicamos qué título queremos que aparezca y en contenido copiamos el código. Si vamos a utilizar varios como es nuestro caso, podemos copiarlos seguidamente separado

¹⁷Marta (2012). *Cómo insertar iconos sociales en tu blog*. Consultado 5 de junio 2015, en: <http://diy.2ndfunniestthing.com/2012/10/como-insertar-iconos-sociales-en-tu-blog.html>

con un espacio, si queremos que aparezcan en fila, o pulsando la tecla *Intro* entre uno y otro para que salgan alineados verticalmente. Todos los códigos han de ser iguales, con la excepción de las partes que he señalado de color:

En la parte de roja, tenemos que poner el enlace de nuestra cuenta de Twitter, Facebook etc. a la cual queremos que nos dirija, y en la zona de azul, tenemos que poner el enlace de la imagen que queremos que aparezca como icono de esa red social, y que sirva como enlace al hacerle clic. En nuestro caso, concreto, esta sería la apariencia final (ver imagen 26):

Imagen 26: apariencia final tras añadir el código HTML



Fuente: Elaboración propia

Sección de contacte con nosotros

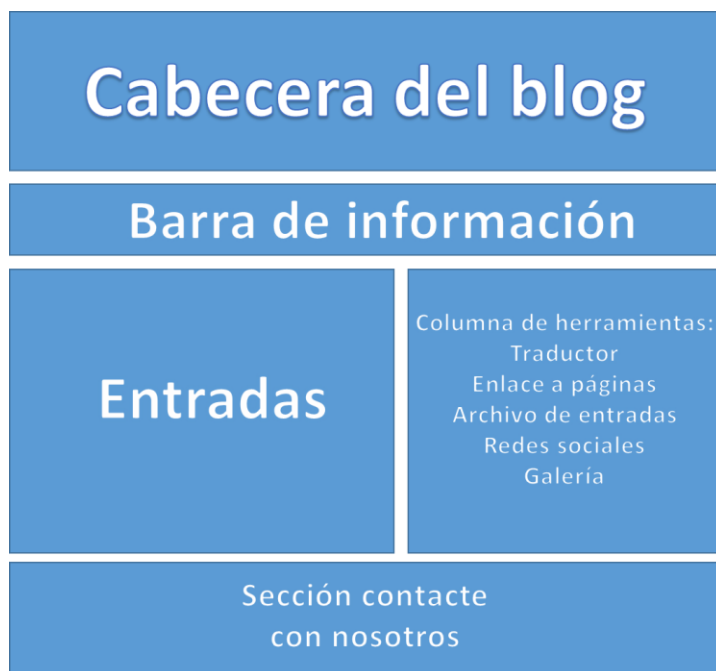
Para realizarla he añadido el gadget de texto y he escrito los datos ficticios de la empresa. He configurado el texto en tamaño, forma y color, para que resalte y sea visible. Esta herramienta es sencilla y muy concisa, pues solo te permite añadir un título y un pequeño texto (ver imagen 27):

Imagen 27: apariencia de la configuración del gadget para introducir textos en el blog

Fuente: Blogger

Por lo que una vez finalizado este paso, habremos completado la configuración de todas las secciones de nuestro blog, que como hemos comentado, sigue el siguiente esquema (ver imagen 28):

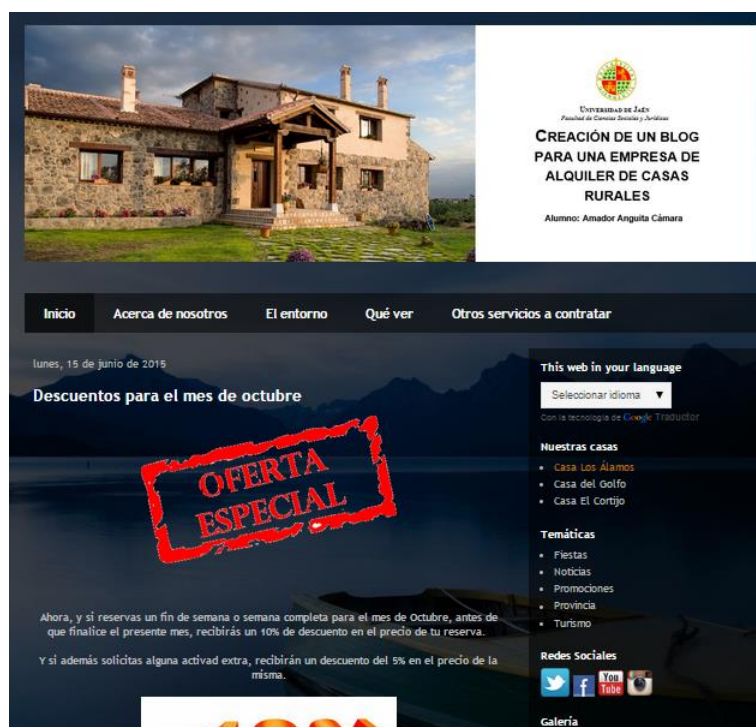
Imagen 28: esquema de las partes de nuestro blog



Fuente: Elaboración propia

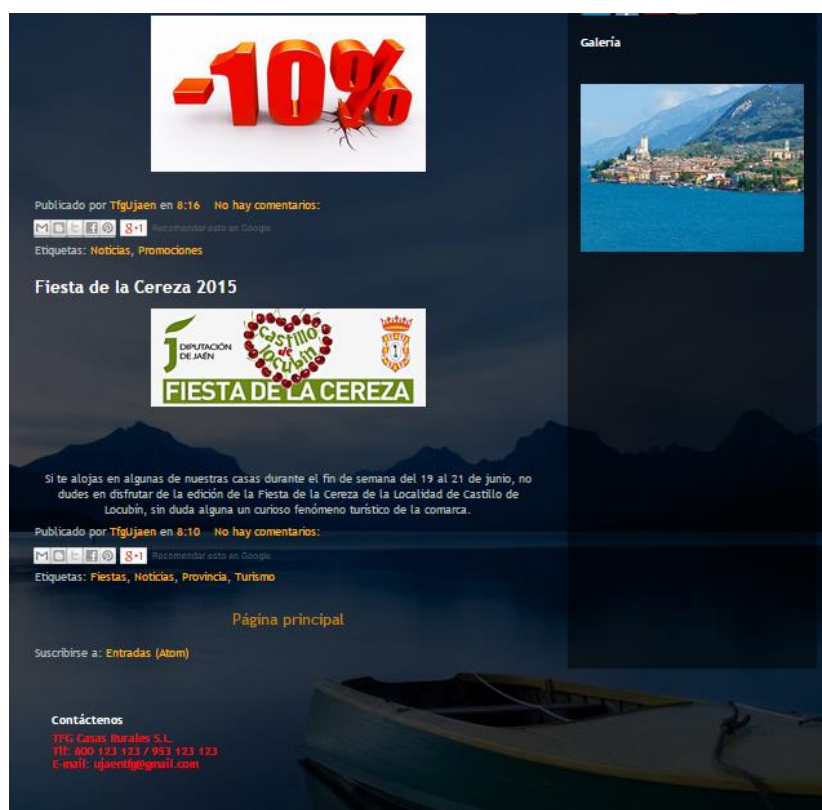
Siendo esta la apariencia real del mismo, cuando se accede a él desde internet (ver imagen 28 e imagen 29):

Imagen 28: apariencia final del blog (1)



Fuente: Elaboración propia

Imagen 29: apariencia final del blog (2)



Fuente: Elaboración propia

Para visitar el blog: <http://tfgturismo.blogspot.com.es/>

6 RESUMEN Y CONCLUSIONES

A modo de conclusión podemos remarcar que el blog puede ser una importante herramienta de la que empresas pequeñas de este sector se pueden beneficiar. Esto se debe a que como hemos visto es un fenómeno que ha tenido un crecimiento exponencial en la red, siendo algo que se encuentra muy difundido, por lo que todo el mundo los conoce. Además no solo ha crecido en número de usuarios, sino que se ha desarrollado muchísimo tanto en contenido como en tecnología, llegando a un punto en el que de manera sencilla podemos crear sitios webs realmente espectaculares, de apariencia claramente profesional, todo ello aprovechando un importante despliegue de herramientas que nos permite utilizar además prácticamente cualquier tipo de material audiovisual y trabajar al mismo tiempo con las redes sociales, algo que en el marketing actual, es de vital importancia.

Como hemos visto hay numerosísimas opciones con la que conseguir esto, siendo tres las ventajas principales.

La primera es la facilidad de uso, son fáciles de crear, administrar y configurar incluso para alguien sin demasiados conocimientos informáticos. La segunda ventaja es su reducido coste, ya que hemos visto que hay varias opciones que funcionan muy bien y te permiten crear una página web de calidad de manera totalmente gratuita, algo que en los tiempos actuales, y más en pequeñas empresas, es aún más importante. Y por último la tercera ventaja es radica es

que la informática (esencialmente internet) tiene cada vez más peso en el sector del turismo, a la hora de buscar información, promocionar y contratar servicios turísticos, por lo que un blog nos acercará a ese segmento de mercado, cada vez más amplio.

En cuanto a blogs para gestionar casas rurales concretamente, hemos visto que es una herramienta muy eficaz, pues tras analizar las necesidades que tendrían este tipo de empresas, se ha visto que se pueden satisfacer gracias a la versatilidad de las herramientas de las que disponen los blogs, así hemos visto, como de manera sencilla hemos ido resolviendo cada punto que habíamos determinado de importancia, consiguiendo de manera sencilla (y además eficazmente) ofrecer a la persona que navega todo aquello que es importante.

En definitiva, se ha visto que en un entorno empresarial cada vez más competitivo como es el turismo, especialmente en la web, un pequeño empresario puede conseguir importantes resultados por medio de esta herramienta, la cual es capaz de ofrecer todo lo necesario a potenciales clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Blogia SL (2015). *Blogia*. Consultado 20 abril 2015, en: <https://www.blogia.com/>
- Blogspopuli (2011). *La historia de los blogs desde su inicio hasta la actualidad*. Consultado 12 abril 2015, en: <http://blogspopuli.com/2011/08/la-historia-de-los-blogs-desde-s-inicios-hasta-la-actualidad/>
- Blog Casas Rurales de Vicorto (2015). *Casas Rurales de Vicorto*. Consultado 17 marzo 2015, en: <http://www.casasruralesdevicorto.com/blog/>
- Casa Los Campos (2015). *Casa de Aldea Los Campos*. Consultado 17 marzo 2015, en: <http://www.casaloscampos.com/>
- Cortijo El Agüelo (2007). *El Agüelo*. Consultado 15 marzo 2015, en: <http://www.cortijoelaguelo.com/index.html>
- E2e4media (2010). *Breve historia de los blogs*. Consultado 12 abril 2015, en: <http://www.e2e4media.es/noticias/143-breve-historia-de-los-blogs.html>
- Escapada rural (2015). *Blog sobre turismo rural*. Consultado 17 marzo 2015, en: <http://www.escapadarural.com/blog/>
- Fundéu (2013). *Lector o recopilador de contenidos*. Consultado 30 abril 2015, en: <http://www.fundeu.es/escribireninternet/lector-de-contenidos/>
- Google (2015). *¿En qué consisten los backlinks y cómo puedo utilizarlos?* Consultado 10 junio 2015, en: <https://support.google.com/blogger/answer/42533?hl=es>
- Google (2015). *Visión general de Google Sites*. Consultado 25 abril 2015, en: https://support.google.com/a/answer/90915?hl=es&ref_topic=25684
- Ite (2013). *Módulo4. Web 2.0: Blog, wiki y canales de noticias*. Consultado 1 junio 2015, en: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m4_1_blog_bitacoras/clasificacin_de_los_blogs.html
- Itef (2013). *Multimedia y web 2.0*. Consultado 15 abril 2015, en: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/anatoma_de_un_blog.html
- La Caracola Alojamiento Rural (2009). *La Caracola Hotel Rural*. Consultado 17 marzo 2015, en: <http://www.lacaracolahotelrural.com/Inicio/>
- López B. (2013). *¿Qué es un blog? La guía completa*. Consultado 15 abril 2015, en: <http://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/>
- Marta (2012). *Cómo insertar iconos sociales en tu blog*. Consultado 5 de junio 2015, en: <http://diy.2ndfunniestthing.com/2012/10/como-insertar-iconos-sociales-en-tu-blog.html>
- MyBlog Media (2012). *MyBlog*. Consultado 19 abril 2015, en: <http://www.myblog.es/ap/infos.php>

MyBlog Media (2012). *MyBlog*. Consultado 19 abril 2015, en:
<http://www.myblog.es/ap/index.php>

Pcmag (2015). *Encyclopedia*. Consultado 15 abril 2015, en:
<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/38771/blog>

Quiñónez .J.D (2012). *Las 10 mejores plataformas online para crear tu propio blog gratis*. Consultado 26 abril 2015 en: <http://www.whatsnew.com/2012/03/24/las-10-mejores-plataformas-online-para-crear-tu-propio-blog-gratis/>

Rubín. R (2014). *Los mejores agregadores de noticias y blogs en español*. Consultado 2 mayo 2015, en: <http://www.ciudadano2cero.com/mejores-agregadores/>

Turismo rural (2015). *Blog sobre alojamientos, casas rurales y turismo rural*. Consultado 18 marzo 2015, en: <http://www.tuscasasrurales.com/blog/>

W3techs (2015). *Usage statistics and market share of WordPress for websites*. Consultado 26 abril 2015, en: <http://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress/all/all>

Weebly Inc (2015). *Bloguear*. Consultado 26 abril 2015 en:
<http://www.weebly.com/features/index.php?lang=es#!/blogging>

Wikipedia (2015). *Blog*. Consultado 12 abril 2015, en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Blog#Historia>

Wikipedia (2013). *Blogia*. Consultado 20 abril 2015, en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blogia>

Wikipedia (2015). *RSS*. Consultado 10 junio 2015, en: <https://es.wikipedia.org/wiki/RSS>