



vivirenbolivia.net

KIT PARA EL SECTOR TURISTICO

FEBRERO 2015

Manual de referencia para el fomento del turismo en Bolivia
e inversión de empresas relacionadas con este rubro

INTRODUCCIÓN

Las empresas y negocios que pertenecen al rubro de turismo son particularmente privilegiadas en Bolivia: el sector está experimentando un fuerte crecimiento y gracias a las inversiones realizadas en los últimos años, las previsiones de expansión son muy halagüeñas.

Ahora bien, cualquier empresa relacionada con este rubro debe estar bien informada sobre las tendencias del mercado y soluciones correspondientes: **si no se adaptan a la realidad, pueden perder clientes y desaprovechar jugosas oportunidades de negocio a su alcance.**

Por otra parte, se observa que la mayoría de las empresas relacionadas con el turismo en Bolivia no es consciente de la situación actual del sector: se percibe muy poco interés a la hora de mejorar los servicios o promocionarlos adecuadamente para contribuir de manera significativa a un aumento del flujo de turistas.



Existen portales creados para fomentar el turismo local (como la web *Bolivia.travel* gestionada por el Ministerio de Culturas y Turismo), pero la información suele ser más genérica y orientada a informar exclusivamente sobre las posibilidades que el turista tiene en el país. No se proporcionan datos concretos sobre proveedores que puedan ofrecer servicios en el país, de manera que el portal no está ofreciendo oportunidades de negocio a los empresarios.

Aunque hay fechas concretas en el año en el que se promueven eventos específicos (como el paso del Dakar por territorio nacional) y por los cuales se registren picos de actividad, lo cierto es que Bolivia dispone de recursos para atraer al turismo internacional durante todo el año. La variedad de climas, la diversidad de la naturaleza presente en toda la geografía, la presencia de parajes únicos en el mundo y el folklore contribuyen a ello.

Por eso, este manual pretende informar a las empresas de este sector para que tomen conciencia de la situación actual del mercado turístico en Bolivia y puedan invertir con seguridad en medios que les permita obtener un mejor retorno de la inversión.

FRENOS AL DESARROLLO DEL TURISMO EN BOLIVIA

Hay ciertos factores que impiden un mayor desarrollo de este sector, algunos de ellos dependientes de las autoridades, otros relacionados únicamente con las decisiones de las empresas del rubro.

Infraestructura vial

Aunque se ha avanzado mucho en el desarrollo de la infraestructura vial durante los últimos años, el asfalto no llega a muchas zonas del país. En algunas rutas de especial interés turístico, los caminos rurales en mal estado o con poco mantenimiento dificultan el acceso a lugares atractivos, ocasionando problemas para llegar a destino y favoreciendo el alza arbitraria de precios por parte de las empresas locales de transporte.

Inseguridad en las rutas

Los conflictos sociales causan problemas constantes al flujo de tránsito. Colectivos y asociaciones acostumbran cerrar el paso a vías principales para forzar soluciones a sus reclamos: los bloqueos se prolongan en el tiempo, causando molestias a viajeros que no pueden llegar a su destino y pérdidas económicas a comerciantes que no pueden entregar su carga.

Por otra parte, manifestaciones folklóricas y culturales tienen prioridad sobre el derecho al transporte, violando la legislación vigente:

Constitución Política del Estado:

Artículo 76.I. El Estado garantiza el acceso a un sistema de transporte integral en sus diversas modalidades. La ley determinará que el sistema de transporte sea eficiente y eficaz, y que genere beneficios a los usuarios y a los proveedores.

Ley General de Transporte, 16 de agosto de 2011:

Capítulo Segundo, Artículo 6. Accesibilidad. Todas las usuarias y usuarios podrán acceder al Sistema de Transporte Integral - STI, por el medio y modalidad que escojan, los mismos que deben contar con facilidades de acceso y estar en condiciones de equidad, calidad y seguridad.

Calidad. El Sistema de Transporte Integral - STI, debe proveer un servicio en conformidad a los requisitos y estándares que garanticen un nivel de servicio adecuado de bienestar, eficiencia y eficacia, de acuerdo a la contraprestación autorizada.

Continuidad. El Sistema de Transporte Integral - STI, debe funcionar de manera permanente, regular y continua.

Eficacia. El servicio de transporte debe cumplir el propósito para el cual fue convenido.

Eficiencia. El Sistema de Transporte Integral - STI, debe prestar servicios en condiciones que garanticen el menor costo operacional y tiempo posible, contemplando un nivel de equidad, calidad y seguridad.

En ocasiones, para desfiles y bailes se cortan avenidas principales en las grandes ciudades y permanecen cerradas al tráfico durante horas sin ninguna intervención por parte de las autoridades.

Atención al cliente deficiente

No se puede decir que exista una cultura del reclamo en Bolivia como en otros países. La población está acostumbrada a ciertas carencias y éstas se proyectan a los visitantes a la hora de atender sus negocios:

- Falta de mecanismos de reclamo o puntos de atención insuficientes, especialmente en PYMES
- Falta de seguimiento de los casos iniciados
- Garantías de productos/servicios casi inexistentes
- Falta de cultura tributaria (variación de precios con y sin factura)
- Carencia de organismos supervisores para control de precios y condiciones de venta
- Falta de permisos y licencias por parte de empresas que brindan servicios

Falta de promoción o elección de canales inadecuados

Según el informe "Comportamiento del turista Frente al marketing online" publicado por el Viceministerio de Turismo[2], la mayor parte de usuarios que accede a Internet en busca de información relacionada con turismo en Bolivia se lleva una decepción. El grueso de encuestados reveló que su experiencia con algunos de los canales online de las empresas del sector fue "regular", indicando las claras deficiencias y el poco interés por parte de los empresarios para mejorar este punto. Un porcentaje muy elevado de los turistas afirmó que su experiencia con canales online de negocios relacionados con turismo fue "poco o nada satisfactoria". Al mismo tiempo, el Viceministerio de Turismo aclara en el mismo informe que la información proporcionada al turista es "poco detallada y carente en muchos aspectos". La falta de presencia online y la publicación de información en canales poco adecuados tiene un impacto negativo en el turismo nacional: los usuarios no pueden planificar su viaje y estancia de la manera correcta, teniendo que improvisar al llegar a su destino. Aunque esta modalidad favorezca un mayor gasto por parte de los visitantes, lo cierto es que la sensación que se proyecta es desagradable. Por otra parte, las empresas no saben invertir en plataformas que les permita obtener el mejor retorno económico correspondiente a su inversión: la mayoría de empresas bolivianas siguen confiando en Facebook

Información Obtenida	Satisfacción	Participación
Información Veraz	1 nada satisfecho	6,0
	2 poco satisfecho	13,9
	3 regularmente satisfecho	54,6
	4 bastante satisfecho	21,4
	5 muy satisfecho	4,1
Fue accesible	1 nada satisfecho	5,7
	2 poco satisfecho	14,7
	3 regularmente satisfecho	42,8
	4 bastante satisfecho	32,7
	5 muy satisfecho	4,0
Información completa	1 nada satisfecho	6,3
	2 poco satisfecho	28,1
	3 regularmente satisfecho	46,7
	4 bastante satisfecho	16,1
	5 muy satisfecho	2,8
Presentación	1 nada satisfecho	8,2
	2 poco satisfecho	12,3
	3 regularmente satisfecho	45,6
	4 bastante satisfecho	30,2
	5 muy satisfecho	3,8
Información actualizada	1 nada satisfecho	10,4
	2 poco satisfecho	23,4
	3 regularmente satisfecho	45,5
	4 bastante satisfecho	17,2
	5 muy satisfecho	3,5

para promocionarse, pero según el blog Marketing Directo[4], el 70% de las campañas publicitarias de pago en esta red social no reportará ningún beneficio, y solo el 10% de todas las campañas realizadas conseguirá su objetivo. El porcentaje de efectividad disminuye si se trata de publicaciones gratuitas en los muros.

DATOS RECIENTES SOBRE TURISMO EN EL PAÍS

Para demostrar la necesidad de invertir en el sector del turismo nacional, reproducimos recortes de diferentes fuentes que confirman este hecho.

laRazón Economía

17/11/2014

“El ministro de Economía y Finanzas Públicas, Luis Arce, **sugirió ayer al sector privado invertir en el sector turístico, sobre todo en el turismo gastronómico**, por el enorme potencial que tiene el país y que espera ser explotado. [...]

La autoridad informó que la pasada semana se reunió con la Federación de Empresarios Privados de Santa Cruz, cuyos representantes le anunciaron una millonaria inversión privada en el sector Turismo. Como sugerencia personal, **dijo a los empresarios que es una buena opción invertir en el turismo**, ya que está considerado en el PGE como un sector productivo.”

EL DEBER

28/12/2014

“Bolivia ha dejado de ser un país de paso, pero todavía no hemos dejado de ser **un país de turismo desorganizado o independiente**. [...] Hay mucho por trabajar. Creo que Bolivia se dio cuenta tarde de su potencial turístico. Es necesario garantizar una normativa a nivel nacional y local; **sensibilización de la población y la promoción**”, agregó el viceministro Marko Machicado.

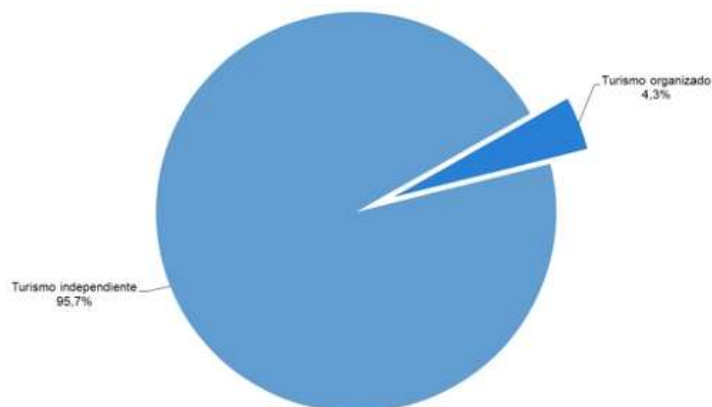
laRazón

12/10/2014

“Bolivia es uno de los países en los que el turismo comunitario está teniendo un mayor nivel de desarrollo.” [...]

Taleb Rifai (secretario general de la OMT) llegó al territorio nacional para comunicar al gobierno de Evo Morales que Bolivia fue adherida a los Líderes Mundiales del Turismo por su “enorme potencial” en la actividad. [...]

Al ser Bolivia miembro de la campaña, la OMT tiene planificado traer el apoyo técnico con el financiamiento de las Naciones Unidas. [...] **“Antes de abrir el turismo al extranjero es fundamental que los propios bolivianos hagan turismo en su país**. La población receptora entenderá mejor cómo funciona cuando presta servicios a sus mismos ciudadanos y será muy buena plataforma para acoger a extranjeros. Un país que no es disfrutado por sus propios ciudadanos no puede ser disfrutado por los turistas extranjeros”, resaltó Rifai.



Fuente: "Encuesta de Gasto de Turismo Emisor y Receptor 2014"

En el último informe del IBCE sobre turismo, se percibe que más del 95% de los turistas que llegan a Bolivia buscan información por su cuenta sobre su viaje. **Solo el 4% confía en paquetes organizados por tour operadores.**

Por eso es fundamental que todas las empresas del rubro se den a conocer de la mejor manera aprovechando Internet, ya que esa será la fuente principal de información para que un visitante planifique su estancia.

The New York Times

09/01/2015

Finally stable and opening up to the world.

Bolivia's days of relentless transportation strikes and roadblocks are mostly behind it. And travelers who try out the now tourism-friendly infrastructure will be rewarded with new attractions once they arrive. Claus Meyer's two-year-old fine-dining restaurant, Gustu, and the Melting Pot Foundation are helping set a new culinary tone around the country by starting Suma Phayata, an official street food tour in La Paz, and renewing interest in high-altitude wine routes in the Tarija region. Adventure excursions also abound, from luxe tent camp trips led by the Chilean operator Explora across the Salar de Uyuni, the world's largest salt flats, to community tourism projects on coffee farms in the Yungas region, where a new road to Caranavi, expected to open this year will cut the travel time drastically from La Paz. NICHOLAS GILL

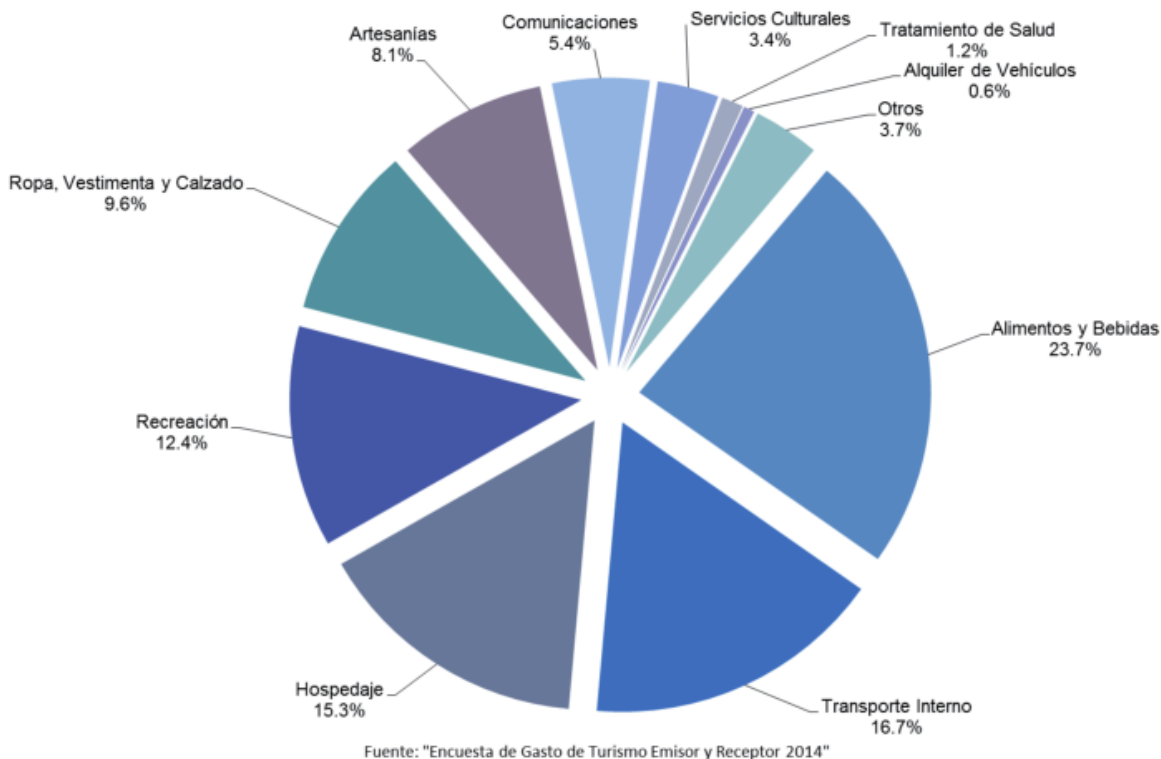


Artículo en inglés aparecido en el periódico *The New York Times*, recomendando **Bolivia como uno de los destinos turísticos imprescindibles para 2015.**

RUBROS CANDIDATOS A AUMENTAR LA INVERSIÓN

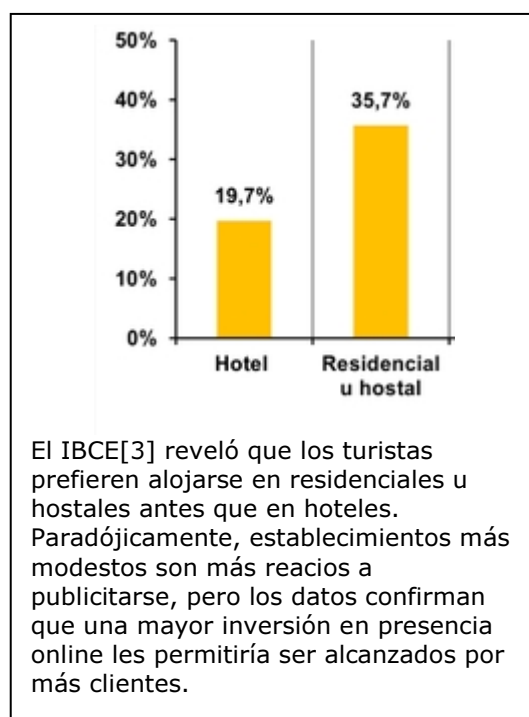
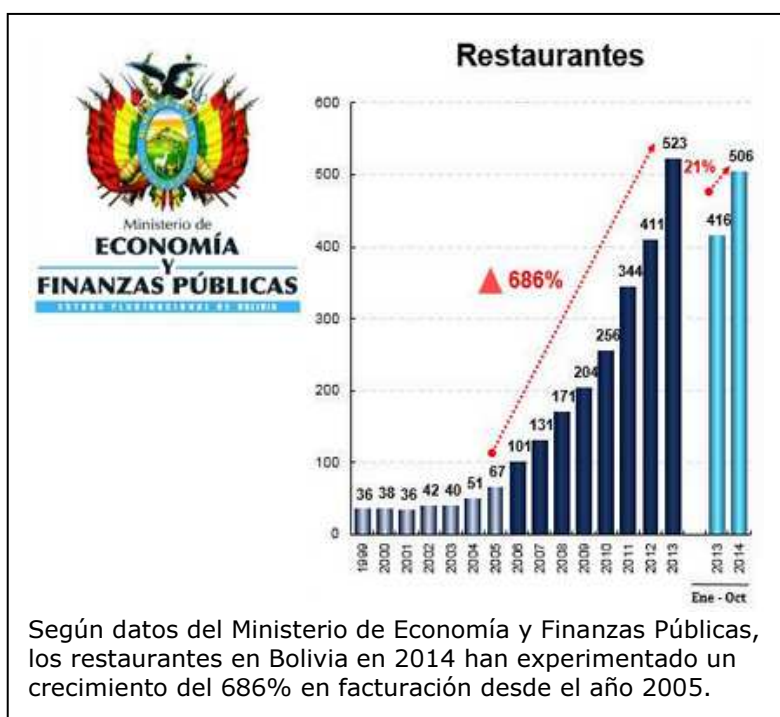
El sector turístico engloba a muchas empresas y abarca diferentes rubros. ¿Cuáles son los más indicados para invertir y aprovechar así las oportunidades de negocio?

Analice con detenimiento el siguiente gráfico, incluido en el informe "Encuesta de Gasto de Turismo Emisor y Receptor 2014", publicado por el Ministerio de Culturas y Turismo [1]:



Se desprende que especialmente empresas relacionadas con los siguientes rubros harían bien en incrementar su presencia online e informar más sobre sus actividades:

- ALIMENTACIÓN
- TRANSPORTE
- ALOJAMIENTO
- ENTRETENIMIENTO
- ARTESANIAS



ESTADO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS TRADICIONALES

Desde siempre las empresas han acudido a medios convencionales para publicitarse: radio, prensa escrita y televisión. Pero, ¿siguen siendo tan solventes tales plataformas?

La agencia *Infoadex* publicó recientemente un informe sobre inversión en publicidad **en España** (Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España), y se detallan estos puntos:

- En 2014, la inversión total en medios convencionales bajó un 8% respecto al año anterior
- La inversión en televisión cayó un 6,2% en el mismo periodo
- En periódicos, los ingresos fueron un 13,5% menor respecto a 2013
- Las revistas perdieron un 19,1% en ingresos por anunciantes
- Los ingresos de las radios bajaron un 11% en el mismo periodo
- La publicidad en Internet es el único sector en el que se registró un crecimiento del 1,8%

En Latinoamérica el panorama no es muy diferente:

Un informe de la agencia *eMarketer* indica que "la tendencia a la caída de la inversión en medios tradicionales se viene acentuando en los últimos años" en la zona, triplicando las previsiones de contracción desde 2012.

En cambio, la inversión publicitaria en medios digitales proyecta un crecimiento del 14,6% en los próximos 12 meses en el segmento de productos, mientras que en la inversión correspondiente a servicios se estima un incremento del 10,4%.

Según el mismo informe, la inversión digital de los anunciantes en Estados Unidos superará los 42.500 millones de dólares en 2013. A su vez, la tendencia continuará consolidándose en los años siguientes, en tanto que se espera que el monto supere los 60.000 millones de dólares en 2017.

¿A qué se debe esta tendencia?

Infobae recoge algunos comentarios de diferentes profesionales:

Según Marie-France Bourgeois, gerente ejecutiva en IAB Uruguay, este crecimiento acompaña el comportamiento de los usuarios, que pasan más tiempo frente a las pantallas, especialmente la del celular. Así aumenta la exposición en medios digitales y baja en otros.

"Las empresas usan los medios digitales como un canal de comunicación que está tomando mayor importancia en los distintos países. Poco a poco toman conciencia de que es un medio de comunicación importante e invierten más, incluso dejando atrás los medios convencionales para entrar en los digitales", explicó Daniela Abad, directora de cuentas de Latamclick.

VENTAJAS DE LA PLATAFORMA DE *vivirenbolivia.net*

Ha decidido invertir para darse a conocer: ¡excelente! Pero la oferta de empresas que prometen éxito son muchas: ¿Por qué debería confiar en *vivirENbolivia.net* antes que en otros negocios?

Considere los siguientes factores:





ATENCIÓN PERSONAL

Nuestra red de agencias en continua expansión ya está abarcando 10 puntos en todo el país. Los agentes han recibido capacitación para atender personalmente a los clientes en sus zonas asignadas, algo que no le pueden ofrecer otros proveedores. El mismo día que lo solicite, nuestro agente se apersonará en su local y le ofrecerá la ayuda que necesita: con otras empresas, el único soporte que recibirá será telefónico o mediante Internet.

COMISIONES NULAS O MÁS BAJAS

Muchas de las empresas trans-nacionales (como Booking.com o TripAdvisor) que ofrecen servicios para el sector turismo cobran comisiones muy elevadas, de hasta el 25% en algunos casos*.

vivirENbolivia.net ha diseñado modalidades específicas para que las empresas en Bolivia disfruten de los mismos servicios que con agencias internacionales, ofreciendo la única solución de reservas online sin comisiones en el mercado.

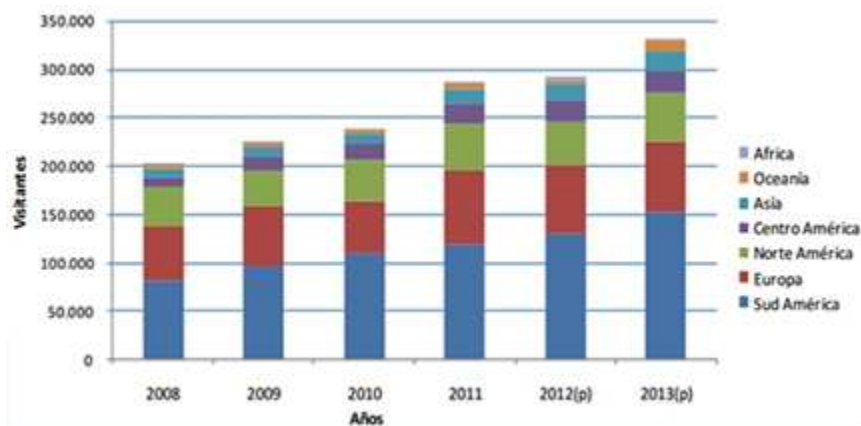
				
Servicio de reservas online sin comisiones:	NO	NO	NO	SÍ
Personalización del diseño de los anuncios:	NO	NO	NO	SÍ
Gestión preferente de anuncios a cambio de comisiones más elevadas:	SI	SI	SI	NO
Rango de comisiones por cada reserva confirmada:	12%-17%	12%-15%	20%-25%	0-15%

*Datos obtenidos de las páginas oficiales de los proveedores indicados, ENERO 2015

TRADUCCIÓN DE CONTENIDO A MÁS DE 50 IDIOMAS

Todas las fichas incluidas en la Guía de Negocios disponen de un sistema que permite leer los contenidos a más de 50 idiomas. Si bien se trata de una traducción automatizada (y por lo tanto no fiable al 100%), permite al turista extranjero hacerse una idea clara del contenido del anuncio.

Este detalle es muy importante, ya que según el INE[5], más del 50% de turistas durante el año 2013 llegaron de países donde no se habla español. Si un turista está buscando información en Internet para planificar su viaje, agradecerá leer los contenidos ofrecidos en su lengua materna.



DISEÑO RESPONSIVO

Según estudios recientes[6], la tendencia es que cada vez más los usuarios acostumbran buscar información en Internet a través de celulares y tablets. De hecho, los usuarios que acceden a la Red mediante algún dispositivo portátil representan el 25%, y se estima que durante el 2015 superarán a los internautas que navegan con computadoras.

Nuestra plataforma se ha creado con tecnologías actuales, que se adaptan a todo tipo de pantallas, de manera que cualquier usuario puede acceder fácilmente a la información desde su dispositivo. A diferencia de nuestros competidores, todas las operaciones en nuestra web se pueden llevar a cabo con cualquier dispositivo conectado a Internet.

AMPLIA GAMA DE SOLUCIONES

Cada empresa es diferente, por eso una sola modalidad no basta para adaptarse a las exigencias y necesidades de todas las empresas del sector.

Nosotros no nos conformamos con una sola solución: hemos diseñado una amplia gama de servicios que se adaptan a cualquier empresa, desde la más pequeña hasta la más grande. Algunos de nuestros servicios disponen de diferentes modalidades, para que ni un solo establecimiento se quede fuera.

Además, las soluciones son escalables: si su empresa crece, las soluciones que han contratado también lo harán, garantizando una completa cobertura.

CONTENIDO CONTEXTUAL

La web *vivirENbolivia.net* está pensada para mostrar información contextual (especialmente para el sector turismo). Se trata de información que se carga en el momento más oportuno, dependiendo de lo que el usuario está visualizando en ese momento y que está directamente relacionada con lo que en ese momento aparece en pantalla. Hay varias formas de contenido contextual en la web:

Entradas relacionadas

Al final de cada entrada, aparecen 3 entradas relacionadas. La relación se calcula en base a la categoría a la que pertenece el contenido que se está visualizando, al texto de la ficha y a las palabras clave introducidas por el agente que la creó.

Le puede interesar:



Hotel "EL SALVADOR"



Cuevas en Kallana



Restaurant "Piaf"

Establecimientos cercanos

Todos los anuncios que aparecen en la Guía de Negocios visualizan en la parte derecha de la pantalla una pequeña caja con 5 establecimientos cercanos al que se está visualizando en pantalla, incluyendo la distancia desde el que el usuario está visualizando.

Cerca de aquí:

Restaurante "El rodeo" 0,00 km

caja

AXXO jeans 0,13 km

lugar

Recursos en la zona:

Hoteles / Alojamiento

Hotel "Plaza Pueblo" (reserva por Internet)

Hostal "Pinto"

Bares / Restaurantes

Restaurante "El Pahuichi"

Restaurante "Primavera"

Guías / Agencias

Ché Tours Vallegrande, Gonzalo Flores Guzmán

Recursos en la zona

Las empresas que pertenecen al rubro de turismo incluidas en la web cuentan con una visualización adicional: al abrir cualquier ficha de lugar de interés turístico, se muestran hoteles, restaurantes, guías / agencias y eventos en la zona. De esa manera, el usuario visualizará sugerencias directas para la zona que está explorando, sin necesidad de que navegue por la web.

La caja aparece siempre en la parte derecha de la pantalla, y los recursos se cargan de forma aleatoria de entre los disponibles en catálogo.

SEGMENTO DE MERCADO

De acuerdo a las estadísticas más recientes publicadas en nuestra web, los usuarios que navegan en *vivirENbolivia.net* declaran interés en empresas relacionadas con turismo y otras categorías pertinentes. Como se desprende del siguiente gráfico, uno de los mayores grupos de usuarios manifiesta afinidad con "Viajes y hoteles":



Esto significa que si un empresario decide anunciar su establecimiento en nuestra Guía de Negocios asegura la visibilidad de su ficha, ya que muchos de nuestros usuarios están navegando por las páginas de nuestra web precisamente en busca de esa información.

ESTRATEGIA EFICAZ

Nuestros esfuerzos están orientados a posicionar mejor cada anuncio y ficha de contenido en buscadores. ¿No sería mejor confiar una estrategia de marketing online solo mediante redes sociales? No. Según declaraciones recientes de Luis Maram, director de marketing de ExpokNews.com[7], "las redes sociales son muy atractivas pero no funcionarán a menos que tengamos un buen contenido y un sitio altamente optimizado".

Las cifras revelan que el canal más efectivo para conversiones sigue siendo la búsqueda, mientras que la publicación en redes sociales se considera más bien un complemento de la estrategia. Por eso, el tratamiento que damos a su anuncio permitirá que, cuando el usuario busque algo relacionado con su negocio, encuentre su ficha fácilmente.



PLATAFORMA DE PUBLICACIÓN DE OFERTAS Y PROMOCIONES

Consulte los detalles en: vivirenbolivia.net > Soluciones > Promoción de contenido > Ofertas, promociones y cupones de descuento

Todos los negocios que dispongan de un anuncio en la Guía de Negocios están habilitados para publicar ofertas, promociones y cupones relacionadas con sus actividades.

En la ficha se pueden indicar todos los detalles de la oferta: tipo de ahorro, lugar donde canjear y condiciones de aplicación. La oferta se integra en un portal que recopila promociones publicadas por todos nuestros clientes a nivel nacional.

Precio: GRATUITO y sin comisiones por el uso del servicio (se requiere disponer de un anuncio activo en la Guía de Negocios)

PUBLICACIÓN DE MENÚS

Consulte los detalles en: vivirenbolivia.net > Soporte > Restaurantes: Publicar menús

Los restaurantes que disponen de una ficha en la Guía de Negocios disponen de un servicio gratuito para publicar sus propios menús.

La publicación de menús se lleva a cabo mediante la misma plataforma de publicación de ofertas y promociones, permitiendo al cliente establecer una fecha de expiración para que el menú publicado sea retirado automáticamente tras cierto periodo de visibilidad.

Además, en los menús se pueden agregar enlaces para reserva online, facilitando a los clientes la reserva de cualquier recurso publicado.

Precio: GRATUITO (se requiere disponer de un anuncio activo en la Guía de Negocios)

PLATAFORMA DE EVENTOS

Consulte los detalles en: vivirenbolivia.net > Soluciones > Promoción de contenido > Plataforma de eventos

Una excelente forma de fomentar el turismo en cierta zona es informando a la audiencia sobre eventos locales. Cualquier usuario registrado en la web vivirENbolivia.net puede enviar información sobre eventos sin costo alguno, contribuyendo al aumento de visitantes en la zona en la que reside.

Precio: GRATUITO (se recomienda disponer de una cuenta de usuario registrado en la web)

PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Consulte los detalles en: vivirenbolivia.net > Soluciones > Presencia online > Comercio electrónico

Si su empresa ofrece productos elaborados en el país, el comercio electrónico es una valiosa herramienta para darlas a conocer no solo a nivel local: las modalidades disponibles permiten cubrir las necesidades de toda empresa, desde la más pequeña hasta la más grande.

Mediante esta plataforma es posible vender tanto productos físicos como digitales en todo el mundo, ampliando enormemente las posibilidades de captar nuevos clientes a nivel internacional sin la necesidad de crear una infraestructura logística: vivirENbolivia.net se encarga de todo el proceso de difusión y venta con total transparencia, para que el empresario haga un seguimiento completo sobre sus productos y pedidos.

Precio: Debido a la gran cantidad de opciones disponibles, consulte la página del servicio y las tarifas actualizadas en nuestra web.

BIBLIOGRAFÍA**[1] Ministerio de Cultura y Turismo**

http://www.ine.gob.bo/pdf/boletin/EGT_2014_vmt.pdf

[2] Viceministerio de Turismo

<http://turismo.umsa.bo/documents/332882643/0/ANALISIS+-+MARKETING+ON+LINE.pdf>

[3] IBCE, Perfil del turista interno en Bolivia

http://ibce.org.bo/images/ibcecifras_documentos/CIFRAS-362-Perfil-Turista-Interno-Bolivia.pdf

[4] Marketing Directo

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/marketing/9-errores-de-marketing-que-le-haran-quedar-como-un-novato/>

[5] INE, Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.gob.bo/pdf/turismo.pdf>

[6] Responsive website design

<http://www.verveuk.eu>

[7] Expertos en email marketing

<http://blog.mailrelay.com/es/2015/02/02/11-expertos-hablan-de-email-marketing-quieres-conocer-su-opinion>