



Toprural

Toprural.com es una empresa privada e independiente cuyo objetivo es la promoción del turismo rural. **Es la web de turismo rural líder en España** donde ofrece más del 70% de los alojamientos rurales existentes y registra 18 millones de visitas anuales. La entidad, que actualmente ofrece más de 60.000 alojamientos, opera en 10 países (Alemania, Andorra, Austria, Bélgica, España, Francia, Holanda, Italia, Luxemburgo y Portugal) y ofrece su web en 8 idiomas (alemán, catalán, español, francés, holandés, inglés, italiano y portugués).

¿Cómo y cuándo surge la idea del proyecto empresarial?
¿Cuándo se desarrolló?

[François Derbaix](#) trabajaba en Bruselas como consultor de BCG junto con su novia Marta Esteve, pero a finales de 1999 deciden mudarse a Madrid y montar un proyecto propio. Es entonces cuando Derbaix contacta con una empresa francesa de hoteles, una página web de reservas que quería contratarle como responsable de su nuevo portal en España. Finalmente este proyecto no pudo realizarse por falta de financiación, y Derbaix decide continuar por su cuenta.



En realidad, **la idea del turismo rural fue de Marta Esteve**: sus amigos en España le habían hablado de sus experiencias en casas rurales y supo ver que se trataba de una de las actividades de moda del momento. Antes de lanzarse el proyecto, **se analizaron más de 50 portales de turismo rural en Internet**, pero ninguno era lo suficientemente bueno, así que **François y Marta decidieron lanzar Toprural en el año 2000**, dejando de lado el servicio de hoteles con modelo de comisiones que ofrecía la empresa francesa, y centrándose en el segmento más pequeño del turismo rural.

En el año 2000, en plena **crisis puntocom**, una etapa en la que la comunidad empresarial empezaba a cuestionarse la euforia inversionista mostrada en meses anteriores en los proyectos de Internet, **resultaba muy complicado conseguir financiación**. Por otra parte, el mercado de financiación español buscaba proyectos de presupuestos elevados y Derbaix tuvo que elegir entre: hacer un negocio mucho más grande y agresivo de 1 millón y medio de euros, o seguir adelante gracias a lo que en el mundo anglosajón se conoce como las tres efes: *family, friends, fools* (familia, amigos e incautos), que le ayudaron a reunir aproximadamente 100.000 euros durante un año y medio. Finalmente **optó por financiar su proyecto al 100%**.

Cuando la compañía creció y se limitó el riesgo, *Bonsai Venture Capital* en primer lugar y otros accionistas posteriormente, entraron en el capital de la empresa mediante la compra de acciones.



¿Cómo definir el proyecto empresarial? Modelo de negocio de la empresa

La **visión** de Toprural es “*ser la mejor forma de encontrar alojamientos rurales en Europa*”.¹ Su **misión**: “*Ofrecer al viajero la mejor información para organizar sus escapadas rurales, y al propietario la forma más rentable de promocionarse*”.

Toprural trabaja a nivel internacional con un modelo de negocio **freemium**: servicio gratuito (alrededor del 30% de sus clientes en España) y de pago. Los clientes pagan una **cuota periódica fija** que es independiente del número de reservas que reciben. Es un concepto de publicidad, como por ejemplo *Páginas Amarillas*, donde pagas por el espacio. Cuanto más paguen los propietarios, más destacados aparecerán sus alojamientos en la web, obteniendo por tanto, **mejores posiciones en el ranking de búsquedas**. Este sistema tiene que ver **indirectamente con las reservas**, pues según el número de reservas que reciban los anunciantes de las casas rurales, renovarán o no su cuota. En España, han conseguido que los propietarios asuman que si quieren darse a conocer, deben estar anunciados en su web. Toprural **no es un proveedor de clientes a los que tenga que cuidar por encima de todo para tener éxito**, es un modelo tipo medio de comunicación donde los **clientes pagan y los usuarios**, -los viajeros en este caso- que no pagan, son quienes realmente **van a determinar si la empresa tiene éxito o no**.

Entre su gama de productos, el principal es **la promoción de los alojamientos rurales**. El propietario tiene varias opciones para dar de alta su alojamiento: *gratuita, Plata, Oro, Prestigio o Exclusiva*; este producto define la posición de las casas en el buscador de la web y su mercado son los 10 países europeos. Otros productos son la **publicidad tradicional**, aunque es prácticamente inexistente (supone tan sólo un 2% facturación) y un producto exclusivo para España actual y distinto: la **Tarjeta Regalo Toprural**.



A pesar de ser tres veces más cara que la competencia, Toprural ha demostrado ser mucho más rentable, alcanzando una tasa de renovación de clientes superior al 90%. Dentro de sus **principales competidores** destacan el modelo de reservas online, los portales que abarcan un mercado mayor de alquiler vacacional, y *Google*.

¹ Si el turismo rural llegara a desarrollarse en otros continentes, como América Latina por ejemplo, Toprural podría plantearse ampliar esta visión.



¿Cómo ha evolucionado el modelo de negocio? Búsqueda de alianzas estratégicas.



El modelo inicial de la compañía ofrecía, además de alojamientos rurales, actividades, productos de hoteles y artesanía. El portal era tan complejo que no pudo mantenerse más de 2 años, pues competía en cada actividad con portales específicos y no llegó a sobrepasar el 1% del tráfico ni de la facturación. Después de esta experiencia, Toprural prefiere buscar **relaciones estratégicas** con otras compañías que puedan ofrecer servicios complementarios a los usuarios. Un ejemplo concreto podrían ser los portales de rutas, como Wikiloc. El cuello de botella de este tipo de iniciativas se centra en la parte técnica, y más concretamente en el desarrollo de las interfaces de comunicación entre la información almacenada en ambas aplicaciones.

Toprural ha **invertido** en un modelo de negocio similar al suyo: [Monazen](#), una guía de [spa y balnearios](#) en España y desde un **punto de vista estratégico**, sostiene relaciones con otros agentes económicos que le permitan aumentar su desarrollo. Por ejemplo, [Google Maps](#) ha contactado con Toprural para integrarlo en su web, con este acuerdo, *Google* obtiene contenidos de calidad y genera tráfico a Toprural. Tiene además **colaboraciones estratégicas** con [Rentalia](#), [Vinogusto](#), [11870.com](#), [Minube.com](#) y [Cityzeum](#), pero la colaboración más importante de la compañía es con [Atrapalo](#). El portal de *Atrapalo* incorpora un buscador de casas rurales donde se publican los contenidos de Toprural, de tal forma que cada vez que alguien genera una reserva, la petición pasa por Toprural y *Atrapalo* cobran una cantidad acordada. Estas colaboraciones generan un **10% de los contactos** de las casas.

¿Por qué ha tenido éxito?

La clave del negocio es **generar valor al usuario final**, incluso anteponiendo sus intereses a los de los propietarios de los alojamientos, que son los que pagan el servicio. Para ello, la generación de contenido y la **usabilidad** son fundamentales en el caso de Toprural, concebir una **página web sencilla y fácil de usar** es algo que la compañía ha trabajado desde el principio y donde ha conseguido diferenciarse. El **desarrollo web** es imprescindible, se actualizan y **gestionan las opiniones** de los usuarios y propietarios sin ningún tipo de censura, son conscientes de la importancia de hacerse notar en **comunidades online** como *facebook*, *twitter* o *blogs* que hablen de ellos, y además, se esfuerzan por optimizar el **posicionamiento en buscadores** a través de *SEO*, algo fundamental hoy en día para cualquier página web. Para gestionar sus más de 60.000 clientes sin demasiados problemas, tienen **automatizados los procesos de venta y renovación de contrato**. El 80% de los clientes utiliza este servicio.

El principal valor que proporciona la empresa a los clientes es **la generación de reservas**, cuanto más reservas les generen, mayor cantidad estarán dispuestos a pagar para subir posiciones. Este control lo miden los propios clientes, es decir, son ellos quienes preguntan a los inquilinos por su fuente de búsqueda. Por otra parte, la empresa obtiene sus estadísticas midiendo por ejemplo los mails, la publicidad, o las visitas a la



página web. Otros valores añadidos para los clientes serían el **foro** y los **boletines semanales** para propietarios, así como la **generación de informes sobre el sector** (precios, ocupación, perfil del viajero).

Las principales diferencias que hicieron que Toprural triunfara cuando ya existían 50 portales similares en Internet fueron:

1. **Equipo especializado a tiempo completo.** Desde el inicio Toprural contó con un equipo potente, especializado en el tema y dedicado exclusivamente al proyecto. El equipo estaba formado por 4 personas: 2 expertos en turismo rural, un director técnico que ya tenía experiencia en Internet y un fundador con experiencia previa en administración de empresas.

2. **Opiniones.** Fueron los primeros en publicar opiniones de viajeros, innovando aún más, al publicar opiniones sobre sus clientes. Este proceso ha llevado un gran trabajo de educación con los anunciantes puesto que es difícil convencerles de que, a pesar de estar pagando, deben aceptar tanto las opiniones positivas como las negativas. Este es el motivo principal que ha hecho que otros portales tardaran mucho más en dar este paso.

3. **Buscador.** Desarrollo de un buscador que permitía limitar la búsqueda según el número de inquilinos, precio, provincias, días de estancia, etc. El resto de guías eran una copia directa de la guía de papel con una ordenación única por provincias.

Recomendaciones para Emprendedores

1. **La orientación al usuario.** Parece obvio pero en muchos casos no lo es. El usuario quiere navegar de forma fluida, con un enlace normal y en la misma ventana. En la página de Toprural la publicidad pasa desapercibida. Si hay algo que dañe la usabilidad del usuario no se hace.
2. Otra parte fundamental es **dedicarse a tiempo completo.** Los negocios que se complementan con otras empresas no duran, porque mientras ellos lo hacen a tiempo parcial, habrá otros que lo estarán haciendo a tiempo completo. Cuando se lanzó Toprural había más de 50 portales similares, pero trabajando desde el principio a tiempo completo y con un equipo fuerte, han conseguido posicionarse. De esos 50 portales siguen existiendo unos 10, pero se han abierto 200 más, y es que cada año siguen abriéndose portales.
3. **Financiación propia.** Es muy importante contar con financiación propia para empezar. Esto te permite avanzar sin depender de nadie, ya que si tienes un inversor él también querrá ganar y la presión es mayor. Además es una satisfacción personal trabajar en algo en lo que hayas creído tú, por lo que apostaste y en lo que confías. Es necesario ahorrar para luego poder invertir.