

[The Valley analiza diversas estrategias tecnológicas para atraer al turista al entorno rural](#)

## La tecnología y sus avances, claves para evitar la despoblación rural e impulsar el turismo

- Para potenciar el turismo rural, las empresas de servicios deben integrar las tecnologías de la información y la comunicación y otras herramientas innovadoras, como la realidad aumentada y los *chatbots*, en sus estrategias de información y comercialización.
- [The Place](#) acoge hasta mayo un itinerario sobre el sector del turismo. Los asistentes podrán conocer tecnologías innovadoras y aplicaciones de mercado para fomentar el turismo.

**Madrid, 15 de abril de 2019.** En España, actualmente existe un problema real de despoblación rural, y es que según un estudio de FEMP (Federación Española de Municipios y Provincias), existen más de 4.000 municipios españoles que subsisten con menos de 1.000 habitantes y que se encuentran en riesgo de extinción a medio y largo plazo. Las herramientas TIC (ordenadores personales, teléfonos móviles, Internet y páginas web...) resultan de gran ayuda para romper la barrera geográfica y económica que amenaza al ámbito rural.

Por este motivo, es indispensable que las empresas asociadas al turismo rural aprovechen las Tecnologías de la Información y Comunicación para dar a conocer y comercializar sus establecimientos y servicios; sobre todo, teniendo en cuenta que, acorde a datos del INE, durante 2018 tan solo el 9% de las pernoctaciones en alojamientos turísticos extra hoteleros fueron en alojamientos de turismo rural. En este sentido, las TIC son un canal muy potente para trasladar mensajes a los públicos globales y hay que saber utilizarlas como herramientas de gestión, planificación y promoción, adaptando los productos y servicios al nuevo perfil del viajero digital y permitiendo acceso a los públicos globales desde zonas rurales.

Con el fin de buscar soluciones a los problemas sociales y económicos de las zonas rurales, los expertos del *hub* de conocimiento especializado en las nuevas tendencias digitales, [The Valley](#), han analizado las estrategias tecnológicas que existen para fomentar el turismo rural y combatir la despoblación.

- **El smartphone como mejor aliado del viajero.** Según datos de Ditrencia de 2017, el móvil es el dispositivo más utilizado en España para acceder a Internet. El 94,6% de los españoles utiliza sus smartphones para conectarse, hacer búsquedas en Google, ver vídeos, navegar en internet, consultar las redes sociales y más. Además, en España, el 35% de las compras que se realizan desde el móvil están relacionadas con viajes; por esto, los servicios de turismo rural deben prestar especial atención en ofrecer sus servicios en webs *responsive* adaptadas a móvil e incluso integrarse en *apps* y otras herramientas creadas específicamente para estos dispositivos.

El itinerario de turismo de [The Place](#) refleja la importancia del smartphone en el hotel del futuro, siendo este el dispositivo clave que le sirve al turista como identificador durante todo el viaje, para el check-in y pago, como llave de la habitación y más hasta el momento del check-out.

- **Chatbots como servicio de atención al cliente.** Estos softwares de inteligencia artificial, capaces de mantener una conversación, realizar tareas y resolver dudas de forma instantánea, se están expandiendo a través de Internet a rápida velocidad. Funcionan como un servicio de atención al cliente que permite automatizar procesos dando respuestas establecidas a ciertas preguntas determinadas de los usuarios, haciendo posible que las empresas, alojamientos o proveedores de servicios puedan atender un mayor número de demandas de información; además de ser un servicio adaptado al viajero digital.
- **Sistemas de pago online.** En una sociedad en la que pagar es tan fácil como acercar el móvil al TPV o meter los números de la tarjeta en un portal de pago online, todos los comercios deben adaptarse. Los sistemas y aplicaciones de pago online son imprescindibles para que los clientes puedan abonar los importes de sus estancias de forma cómoda y segura, para evitar así problemas de cobertura con los datáfonos o falta de efectivo.
- **Realidad virtual y aumentada.** El turista de hoy en día planea sus viajes cada vez con más antelación y se muestra ansioso por saber a dónde va a llegar, cómo es el lugar y qué actividades puede hacer. Es aquí en donde la realidad virtual juega un papel fundamental para satisfacer estas necesidades y ofrecer a los turistas que van a visitar un entorno rural un vistazo previo al alojamiento, paisajes y monumentos históricos importantes. Para vivir esta experiencia, [The Place](#), acoge hasta mayo el itinerario de turismo que cuenta con una zona recreativa con experiencias de realidad virtual para todos los públicos, que permitirán a los visitantes tener una idea de cómo será el hotel del futuro y las nuevas funcionalidades que ofrecerá.
- **El big data para ofrecer servicios personalizados.** Está claro que el *big data* es uno de los grandes fenómenos que el Internet ha hecho posible y que se ha convertido en tendencia e indispensable en todos los sectores del mercado, y como no, en el ámbito turístico también ha tenido gran repercusión. La información masiva de datos permite a los proveedores de servicios conocer al cliente, sus aficiones, sus necesidades y sus expectativas, lo cual resulta fundamental para poder ofrecerles un servicio acorde a lo que buscan, quieren y esperan.
- **No se deben olvidar las redes sociales.** Las redes sociales se han convertido hoy en día en un aliado indispensable para dar a conocer un negocio, servicio o establecimiento. Según la IAB, en el 2018, un 85% de los internautas de 16-65 años utilizan ya las Redes sociales, lo que implica a más de 25,5 millones de usuarios en España.

Además, según datos del 2017, un 44% de las personas que siguen marcas en redes sociales, apuestan por el sector viajes, transporte y turismo. Por eso, resulta fundamental que los alojamientos y servicios de turismo rural tengan una estrategia de acción en redes sociales y que cuiden a sus clientes fidelizados y trabajen por atraer a nuevos clientes.

# NOTA DE PRENSA



Existen además muchas otras estrategias tecnológicas como la inteligencia artificial y el internet de las cosas que poco a poco se van integrando en el sector del turismo y que están ya ayudando al impulso de esta actividad en el entorno rural.

## Acerca de The Valley

THE VALLEY es un *hub* de conocimiento compuesto por la escuela de negocios The Valley Digital Business School; el headhunter especializado en perfiles digitales, The Valley Talent; un coworking para startups digitales; un espacio de innovación, The Place, y una consultoría para empresas y profesionales que quieran dar un nuevo rumbo a sus negocios en busca de la disrupción. Con sede en Madrid, Barcelona y las Islas Canarias, el objetivo es fomentar las sinergias y el networking entre profesores, alumnos y emprendedores con el fin de generar proyectos innovadores de éxito.

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

## Para más información

### Trescom Comunicación:

Sara Gonzalo / Jennifer Rocha 91 411 58 68 / 615 18 41 66  
[sara.gonzalo@trescom.es](mailto:sara.gonzalo@trescom.es), [jennifer.rocha@trescom.es](mailto:jennifer.rocha@trescom.es)

