

## **Los avances tecnológicos, claves para evitar la despoblación rural e impulsar el turismo, según The Valley**

**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**

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 Ditrendia 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.

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.

#### **Datos de contacto:**

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Turismo](#) [Industria Alimentaria](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Innovación Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>