

# Turismo rural sostenible en Tierras Altas: reputación digital y cohesión territorial

*Reflexión práctica sobre cómo la reputación digital, la escucha activa y la cohesión territorial pueden impulsar el turismo rural sostenible.*

San Pedro Manrique – 21 de mayo 2025

**HUB RURAL**  
SORIA

**open-ideas.es**

## MESA SECTORIAL

### Turismo rural sostenible en Tierras Altas: reputación digital y cohesión territorial

Se dotará de herramientas digitales que impulsen la atracción turística, la cohesión territorial y la mejora continua.



**MIÉRCOLES**  
21 DE MAYO



**HORA**  
12:00 a 14:00



**UBICACIÓN**  
Salón de plenos del Ayuntamiento.  
Plaza la Plazuela, nº 1  
San Pedro Manrique.

[www.acelerapyme.dipsoria.es](http://www.acelerapyme.dipsoria.es)

**HUB RURAL**  
SORIA

**open-ideas.es**  
DIGITALIZACIÓN & MARKETING

# ÍNDICE

1. Objetivos de esta mesa sectorial.
2. Punto de partida: comprendiendo el contexto.
3. Diagnóstico participativo: retos actuales del turismo rural.
4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa.
5. Cohesión territorial y construcción de una marca compartida.
6. Comparte tu visión.
7. Acompañamiento posterior individualizado.

# 1. Objetivos de esta mesa sectorial

1. Identificar los retos y oportunidades comunes del turismo rural.
2. Impulsar el uso de herramientas digitales para la gestión de la reputación online y la escucha activa.
3. Mejorar la experiencia del visitante y la fidelización.
4. Fomentar una estrategia compartida y capacitar a agentes locales en visibilidad digital y marca territorial.



## 2. Punto de partida: comprendiendo el contexto

### Turismo rural de montaña: motor de desarrollo

- **Gran potencial** económico, social y ambiental en zonas interiores como **Tierras Altas**.
- Genera beneficios locales, **preserva cultura y naturaleza**, y ofrece **experiencias auténticas**.

### Pero... ¿cómo tomar decisiones sin datos?

- **Falta de datos turísticos fiables** → Dificulta evaluar el comportamiento de los visitantes.
- **Datos parciales y con sesgos** → Reto para planificar y tomar decisiones estratégicas.



## 2. Punto de partida: comprendiendo el contexto

### Mercados emisores

- Principales mercados emisores (2012-2021): **Castilla y León**, con 17.833 viajeros, seguido por **La Rioja** (9.773) y la **Comunidad de Madrid** (5.657).
- **Potencial de crecimiento** en mercados de media distancia (entre 2 y 3 horas en coche), como **Madrid**, que representa el 22% del total de turistas rurales, y **País Vasco**, con un 7,09% (según el Barómetro de Club Rural).
- El **turismo internacional** sigue siendo **minoritario**, representando solo el 3,45%, lo que indica un segmento con **amplio margen de desarrollo**, especialmente si se apuesta por la promoción internacional y la mejora de la accesibilidad.

### Estacionalidad

- La falta de datos sistemáticos impide establecer patrones concluyentes.
- Se ha detectado un claro pico de afluencia en los meses de **junio y agosto**.
- Además, se registran flujos relevantes en **primavera y otoño**. Sin embargo, estas visitas muchas veces no quedan reflejadas en las estadísticas oficiales.

## 2. Punto de partida: comprendiendo el contexto

### Turismo rural y de montaña: datos clave

#### Turismo rural en España

- Gasto medio: 91 €/persona/día → +7,6% respecto a 2023.
- Ocupación rural (fines de semana): 37% → mucho margen de crecimiento.
- Claves: autenticidad, diversidad geográfica, desestacionalización.
- El 87% de propietarios cree que su zona puede recibir más visitantes(Fuente: EscapadaRural 2024).

Hay **crecimiento sostenido, alta demanda y potencial sin saturación**. El reto es **captar mejor estos perfiles** con identidad y visibilidad digital.

### 3. Diagnóstico participativo: retos actuales del turismo rural

#### Principales retos

Desconexión entre oferta y demanda turística

Baja presencia digital y escasa gestión reputación online

Dificultades para fidelizar visitantes y falta de narrativa común

Escasa cultura de medición y escucha del usuario

Falta de un sistema de medición de afluencia turística

Alto índice de despoblación



### 3. Diagnóstico participativo: retos actuales del turismo rural en el ámbito digital

#### AMENAZAS

- **Escasa presencia online** de los actores turísticos.
- **Dificultad para posicionarse** frente a destinos digitalizados.
- **Desconocimiento de herramientas y plataformas.**
- **Riesgo de desconexión** con el turista digital.
- **Falta de estrategias** para responder a las valoraciones negativas o utilizarlas como oportunidad de mejora.

#### OPORTUNIDADES

- **Fortalecer la fidelización** a través de la respuesta personalizada a reseñas y agradecimientos.
- **Impulsar herramientas de escucha activa** en redes sociales y foros para captar nuevas demandas.
- **Herramientas gratuitas o de bajo coste** accesibles para cualquier negocio.
- **Aumento del interés** por el turismo experiencial en destinos singulares y auténticos.

## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

Convertir los retos del turismo rural en oportunidades reales para el futuro de Tierras Altas



**Gestión de la reputación online, la escucha activa y el análisis del feedback** emergen como herramientas clave para:

- Superar la falta de datos.
- Mejorar la experiencia del visitante.
- Innovar en productos turísticos.
- Fortalecer la colaboración entre actores locales.

## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### Reputación digital en destinos rurales

#### ¿Por qué es clave?

Es la carta de presentación del destino:

- Influye directamente en la elección del viajero.
- Genera confianza y fideliza. Aumenta visibilidad en plataformas clave.
- Atrae inversión, talento y población joven.

#### 🗨️ Cada opinión cuenta

En destinos pequeños, una buena reseña **atrae nuevos visitantes**, una mala experiencia mal gestionada **puede espantar a muchos**. Responder siempre (agradecer/críticas).

#### 🧩 Plataformas claves

SEO Local y Google Business, Google Reviews, Redes Sociales, gestión de reseñas online (Google, TripAdvisor, Booking) y plataformas de visibilidad turística (Booking, Escapada Rural, AirBnB, Rusticae, etc.).

## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### Escucha activa

Prestar atención sistemática a lo que los visitantes dicen en canales digitales (reseñas, redes sociales, encuestas, etc.), con el fin de identificar patrones, detectar oportunidades y prevenir crisis.

### Análisis del feedback

Recopilar, ordenar y analizar lo que dicen los visitantes —tanto lo positivo como lo negativo— para extraer aprendizajes y tomar decisiones informadas.

### Gestión de la reputación online

No se trata solo de recibir opiniones, sino de responder, agradecer, mejorar y comunicar. Es construir una imagen digital positiva, coherente y cuidada del destino.

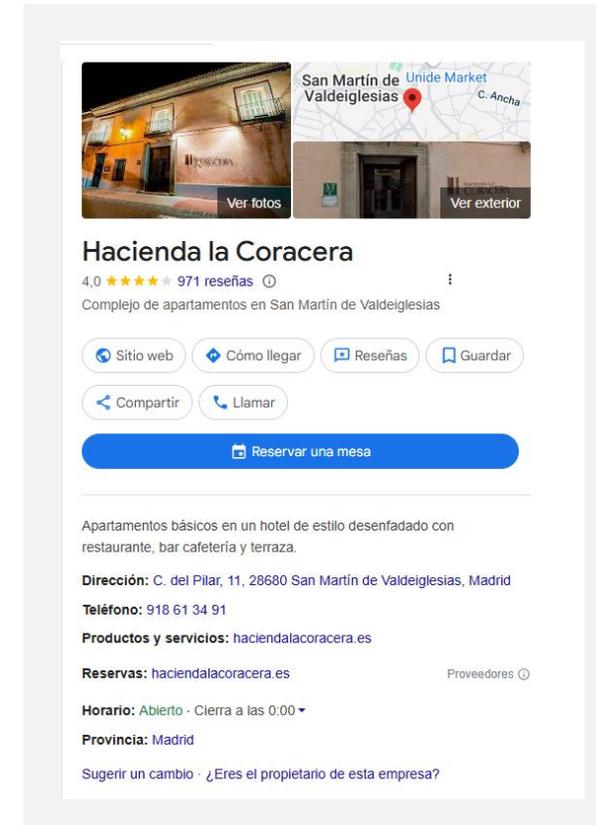


## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 1. SEO Local y Google Business



- **¿Qué es?** Es la ficha gratuita que aparece en Google Maps cuando alguien busca tu negocio o tu tipo de actividad ("alojamiento en San Pedro Manrique").
- **Para qué sirve:** mostrar dirección, horario, teléfono, fotos, reseñas, enlaces.
- **Beneficio directo:** aumenta tu visibilidad en búsquedas locales.
- **Recomendación:** revisa si ya existe una ficha tuya. Reclámala, optimízala y mantenla actualizada.

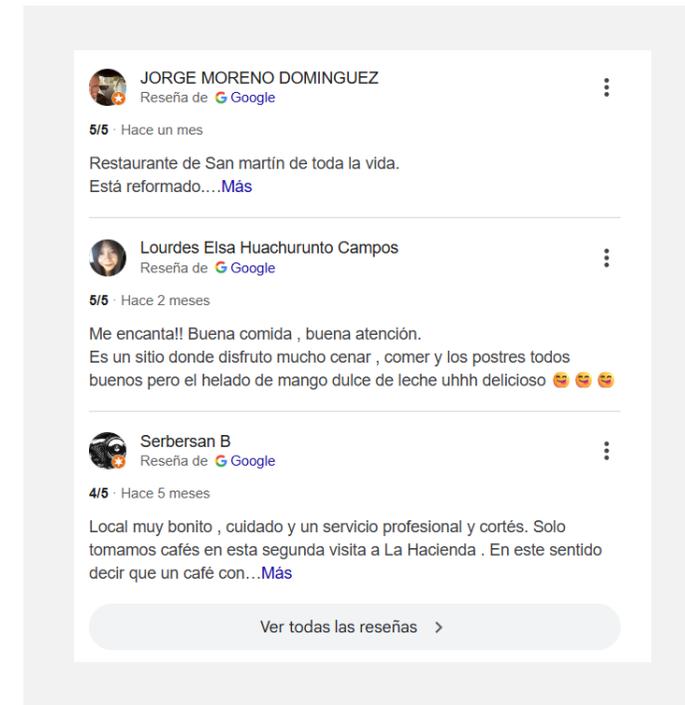


## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 2. Google Reviews



- **¿Qué es?** Sistema de valoraciones y opiniones que permite a los usuarios dejar comentarios sobre negocios, lugares y destinos directamente en Google.
- **Para qué sirve:** permite a los usuarios valorar y comentar su experiencia en un destino o servicio.
- **Beneficio directo:** aumenta la probabilidad de recibir más visitantes, ya que una buena puntuación y comentarios positivos influyen directamente en la decisión de viaje de otros usuarios.
- **Recomendación:** anima a los visitantes a dejar reseñas, responde siempre con atención y usa los comentarios para mejorar y reforzar lo que ya funciona.

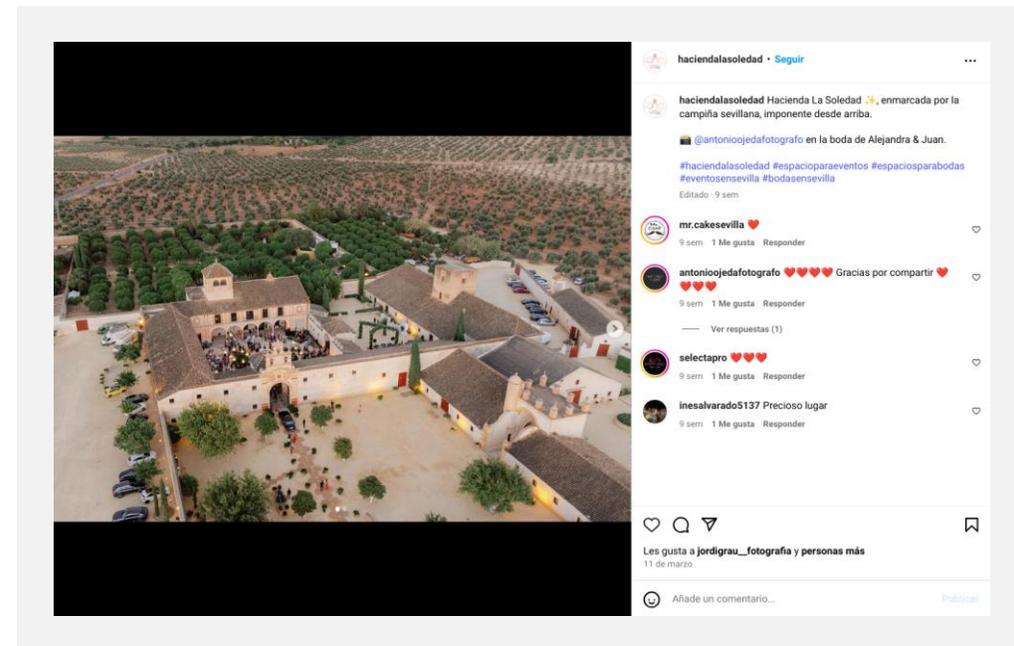


## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 3. 📱 Redes Sociales (Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok...)



- **¿Qué son?** Plataformas donde puedes comunicar de forma directa y visual con tus clientes.
- **Para qué sirve:** compartir fotos, promociones, eventos, novedades o curiosidades.
- **Beneficio directo:** generar confianza y cercanía.
- **Recomendación:** mejor tener solo una red activa y bien cuidada que muchas sin actualizar. Prioriza Instagram para turismo.



## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 4. ★ Gestión de reseñas online (Google / TripAdvisor / plataformas visibilidad turística )



Tripadvisor

- **¿Qué son?** Espacios donde tus clientes dejan opiniones públicas sobre su experiencia.
- **Para qué sirve:** potenciar la reputación, corregir errores, responder con cercanía.
- **Beneficio directo:** las buenas reseñas aumentan reservas y visitas.
- **Recomendación:** responde siempre, tanto a críticas como a elogios. Muestra humanidad y compromiso.

**3,5 Medio** (83 opiniones)

N.º 1 de 1 hostel en Alcalá de Henares

4,9	Ubicación
4,1	Habitaciones
3,8	Calidad/precio
3,8	Limpieza
4,1	Servicio
4,0	Calidad del sueño

El Hostel Complutum esta ubicado justo en frente de la Universidad de Alcalá de Henares, en pleno centro de la ciudad. El Hostel se compone de 13 habitaciones, las cuales son dobles y compartidas de 4, 5 y 6 personas.

Sugiere modificaciones para mejorar lo que mostramos.  
[Mejorar este perfil](#)

**Servicios de la propiedad**

- Internet de alta velocidad gratuito (wifi)
- Alquiler de bicicletas
- Libros, DVD y música para niños
- Espacio para guardar el equipaje
- Bar/salón
- Sala de juegos
- Canales de televisión infantiles
- Conserje

**Servicios de habitación**

- Habitaciones insonorizadas
- Servicio de limpieza
- Cocina americana
- Secador de pelo
- Aire acondicionado
- Plancha
- Bañera/ducha

**Tipos de habitación**

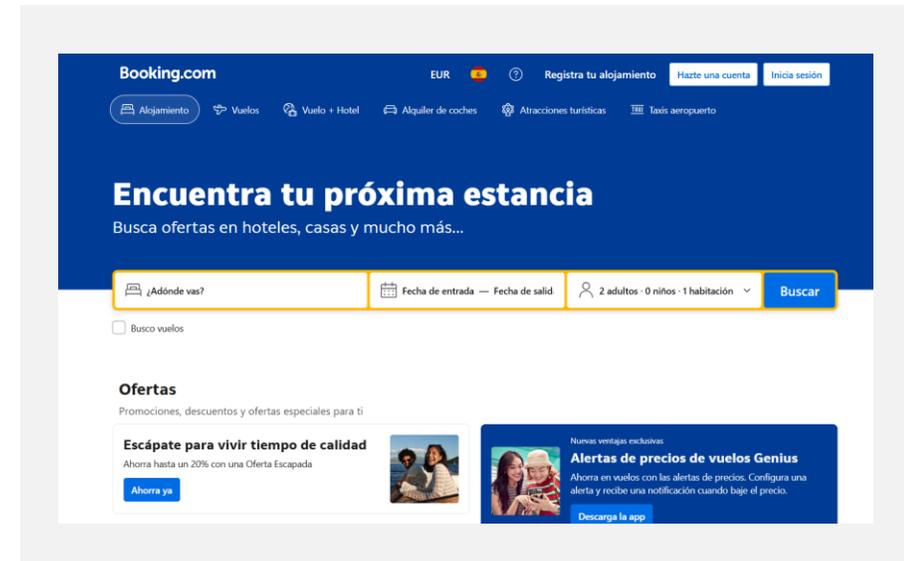
- Habitaciones de no fumadores
- Habitaciones para familias
- Suites

## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 5. 📌 Plataformas de visibilidad turística (Booking, Escapada Rural, AirBnB, Rusticae, etc.)



- **¿Qué es?** Canales donde los viajeros ya están buscando dónde dormir, comer o comprar.
- **Para qué sirve:** Llegar a nuevos clientes sin tener que captar tú directamente.
- **Beneficio directo:** Aumentar la ocupación o ventas sin tener web propia.
- **Recomendación:** Mantén tu perfil actualizado, con fotos y precios claros. Elige 1 o 2 plataformas que se ajusten a tu modelo de negocio.



## 4. Herramientas prácticas para la reputación digital y la escucha activa

### 🗨️ Cómo gestionar comentarios y reseñas

- Responde siempre, también a críticas.
- Sé rápido, empático y profesional.
- Agradece las opiniones positivas.
- Ofrece solución en caso de queja.
- Usa un tono cercano y positivo.

### ✖ Errores frecuentes

- Ignorar comentarios (sobre todo negativos).
- Responder con enfado o justificarse demasiado.
- Copiar-pegar respuestas genéricas.
- No aprender del feedback recibido.

### 🗨️ Dinámica práctica: ¿Cómo responderías tú?

🗨️ Reseña real (Google Maps – Casa rural)

★☆☆☆☆ "Bonito entorno, pero la casa estaba fría y la dueña no respondió cuando pedimos más mantas. No repetiría."

✅ Ejemplo de respuesta adecuada: "Sentimos mucho que tu experiencia no haya sido la esperada. Tomamos nota sobre el confort térmico y reforzaremos la atención al cliente. Gracias por ayudarnos a mejorar."

## 5. Cohesión territorial y construcción de una marca compartida

### Identidad territorial y narrativa común

Más allá de lo digital, necesitamos construir una identidad común como territorio.

#### ¿Por qué es clave en turismo rural?

- Fortalece el **sentido de pertenencia** y la cohesión entre actores locales.
- Permite construir un **relato auténtico y diferenciado**: historia, paisaje, tradiciones.
- Ayuda a crear una **marca reconocible y coherente** para el visitante.

### Canales digitales: aliados clave

- Redes sociales, web y plataformas turísticas pueden **difundir valores comunes**.
- Una narrativa unificada mejora el **posicionamiento del destino**.
- Contenidos compartidos → más alcance y mejor impacto visual.
- Hashtags, storytelling, vídeos y colaboraciones entre negocios locales.

## 6. Comparte tu visión

*Este espacio es para compartir, construir y detectar oportunidades conjuntas.*

1. ¿Qué barreras encuentras en tu negocio para avanzar digitalmente?
2. ¿Qué herramientas o canales te interesan más (Google, redes, web, etc.)?
3. ¿Qué necesitarías para empezar o aplicar estas soluciones?



## 7. Acompañamiento posterior individualizado

### 1 Diagnóstico de madurez digital

Evaluamos tu punto de partida con una herramienta adaptada al entorno rural.

### 2 Plan de transformación digital personalizado

Recibirás recomendaciones concretas según tu sector, tamaño y recursos.

### 3 Asesoramiento experto gratuito

Te ayudamos a implementar soluciones reales, sin coste y a tu ritmo.

### 4 Conexión con formación y ayudas disponibles

Te informamos y guiamos para aprovechar las oportunidades que ya existen.

Consigue tu plan de  
transformación gratuito

<https://acelerapyme.dipsoria.es/>

**HUB** **RURAL**  
SORIA

¡Muchas Gracias!

**open-ideas.es**  
DIGITALIZACIÓN & MARKETING



red.es

