Santa Cruz de Tenerife, 11 de octubre de 2013

Una treintena de establecimientos asociados a Ashotel se ha sumado ya al proyecto Gehotel de geolocalización y visita virtual

La Asociación da un nuevo impulso a esta iniciativa pionera en Canarias que quiere sumar a otras empresas privadas

Hoteles y apartamentos de Tenerife y La Gomera ya cuentan con su ficha correcta en Google y están virtualizados

Un total de 30 establecimientos hoteleros y extrahoteleros asociados a Ashotel se han sumado ya al proyecto Gehotel de geolocalización y virtualización, una estrategia que contribuye a mejorar la visibilidad de los establecimientos turísticos en la red, además de a posicionar el destino en los primeros puestos en el uso de esta tecnología.

Hoteles y apartamentos de las zonas Norte, Sur y Metropolitana de Tenerife, así como de La Gomera, cuentan ya con una correcta geolocalización y visita virtual, una estrategia de geomarketing que, sin duda, aporta un valor añadido al establecimiento para el futuro cliente.

Gehotel se gestó el pasado mes de mayo, fruto de la colaboración entre el departamento de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de Ashotel y el profesional Francis Ortiz, fotógrafo de confianza de Google Fotos de Negocios. Desde entonces, Gehotel se ha presentado en todas las islas de la provincia tinerfeña a los asociados y otros empresarios.

El proyecto tiene tres partes fundamentales: la primera, la **geolocalización y virtualización de espacios**, una estrategia básica que permite un posicionamiento geográfico correcto a través de los productos y servicios de Google, entre ellos la visita virtual para Google Maps, que no es más que una visualización interactiva a través de imágenes en 360 grados del negocio. De esta forma, el cliente puede experimentar con el establecimiento a través de internet antes de visitarlo físicamente.

La segunda consiste en el **uso profesional de las redes sociales** para geolocalizar y promocionar los negocios. Dentro de este campo, Ashotel viene desarrollando un proyecto en Instagram que está teniendo gran acogida entre sus asociados.

La tercera y última, la **realidad aumentada,** añade en tiempo real datos digitales a la información física de un lugar a través de aplicaciones (apps) para

dispositivos móviles. De esta forma se crea una realidad mixta que permite disponer de mucha más información que la que se recibiría únicamente con la percepción óptica.

Este último eslabón del proyecto forma parte, a su vez, de otra iniciativa liderada por Francis Ortiz denominada ‘Un mundo aumentado’, con la que Ashotel quiere implantar en sus establecimientos la tecnología llamada a ser el futuro de la comunicación y la interactividad entre los destinos turísticos, la promoción cultural y los turistas.

Vertiente formativa

Además, el proyecto tiene una vertiente formativa, con la realización de cursos específicos de geolocalización y acciones geosociales que imparte Ortiz en colaboración con la Ashotel. Estos cursos se vienen desarrollando con éxito entre los responsables de comunicación, marketing y social media de los establecimientos.

La Asociación pretende con Gehotel hacer extensivas las ventajas de una correcta geolocalización y virtualización del establecimiento a otros negocios de distintos sectores. Así, el pasado mes de junio se sentaron las bases para convertir Santa Cruz de Tenerife en la primera ciudad canaria íntegramente geolocalizada, virtualizada y con realidad aumentada, lo que situaría a la ciudad a la vanguardia de este tipo de tecnologías.

También desde Ashotel se persigue sumar al pueblo de Sabinosa, en El Hierro, a este proyecto y convertirlo en el primer pequeño núcleo de población geolocalizado del Archipiélago. Esta iniciativa se presentó el pasado mes de junio al Cabildo herreño, que mostró su interés en colaborar para su desarrollo.

A través del proyecto, la patronal hotelera de la provincia tinerfeña viene liderando la geolocalización de sus establecimientos mediante los mapas de Google, el mayor buscador mundial en internet, pues ninguna otra entidad u organismo de ámbito turístico ha apostado por esta herramienta en el Archipiélago.