

## TIC Y TURISMO RURAL.

### Las redes sociales de emprendedores y viajeros de Turismo Rural como oferentes y demandantes de servicios turísticos.

Zulma Cataldi<sup>1</sup>, Enrique Bombelli<sup>2</sup>, Sandra Fernandez<sup>2</sup>, Valeria Di Pierro<sup>2</sup>,  
Guillermo Barberis<sup>2</sup>, Rodolfo Bertoncello<sup>3</sup>

1. Facultad de Ingeniería. Universidad de Buenos Aires (FI-UBA) liema@fi.uba.ar
  2. Facultad de Agronomía: Universidad de Buenos Aires (FA-UBA)
  3. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires (FILO-UBA)
- ARGENTINA

#### Resumen

Esta comunicación abarca la segunda de las tres dimensiones a analizar en la línea de investigación enmarcada en el proyecto UBACyT, acreditado y correspondiente a la programación científica 2010/2012, titulado *TICs y Turismo Rural. Utilización de nuevas tecnologías en ámbitos rurales vinculados a la prestación de servicios turísticos circundantes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires* (20020090200485). La primera dimensión comprendió las necesidades de formación de los estudiantes de la Tecnicatura en Turismo Rural (FAUBA), de reciente creación. La tercera, se refiere al análisis del grado de madurez de los sitios web 1.0 y 2.0, que ofrecen servicios de Turismo Rural en destinos circundantes a la CABA. La segunda dimensión, constituyó el contingente de emprendedores y viajeros de Turismo Rural, integrantes de redes sociales específicas del sector. El encuestado en línea de los mismos permitió concluir que los sitios web, el correo electrónico y las redes sociales componen los medios más importantes para promocionar destinos y organizar viajes. Sorprendió, el desacuerdo entre la forma en que se administran las reservas y lo que demandan los consumidores, ya que la gran mayoría de los oferentes las gestionan en forma directa con el turista, en tanto que este último sector las demanda a través de centrales de reserva en línea.

**Palabras Clave:** *Emprendedores, viajeros, TIC, redes sociales, turismo rural.*

#### Contexto

La línea de I&D+i presentada es parte del Proyecto UBACyT (20020090200485) *TICs y Turismo Rural. Utilización de nuevas tecnologías en ámbitos rurales vinculados a la prestación de servicios turísticos circundantes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*, acreditado por resolución de CS 1004/10, financiado y correspondiente a la programación científica

2010/2012 de la Universidad de Buenos Aires. Se trata de un proyecto que intenta dar cuenta de las vinculaciones existentes entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el Turismo Rural, en el marco de las transformaciones actuales que experimenta el sector. Participan tres Facultades de la UBA: Ingeniería, Agronomía y Filosofía y Letras.

#### Introducción

La actual Sociedad de la Información, determinada por una nueva forma de organización social y económica, debida al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) [1], determina transformaciones en todos los ámbitos, y el rural no escapa a ellas. Por lo tanto, dar cuenta de las vinculaciones existentes entre dichas tecnologías y el Turismo Rural (TR) resulta interesante, teniendo en cuenta que recientemente se ha intensificado la incorporación de TIC en el sector, permitiendo entre otras cosas, una mayor asociación entre los distintos actores sociales, como así también una mayor eficiencia en el tratamiento y manejo de la información. En el TR, al igual que en otras áreas del turismo [2], las TIC forman parte de las estrategias para promocionar productos y servicios, facilitar la llegada a los potenciales turistas y lograr una optimización en la organización y desarrollo del negocio turístico [3]. Asimismo, desde la gestión pública, las TIC han representado nuevas formas de organizar la información en varios aspectos del quehacer de la política estatal, entre ellos, la referida a la actividad turística en sus respectivas jurisdicciones, generando así, un estímulo a la actividad.

El conjunto de transformaciones que en las últimas décadas se ha dado en el espacio rural, abarca, entre otras, nuevas formas de producir, nuevas actividades y nuevos actores. Consecuentemente, desde la investigación académica y la gestión, se ha comenzado a considerar a dicho espacio, ya no como un ámbito dedicado exclusivamente a la producción

primaria, sino como concentrador de distintos usos, entre los cuales se cuenta al turístico [4].

En la dinámica y organización de este nuevo espacio rural, el turismo forma parte en dos sentidos estrechamente vinculados. En uno, los ámbitos rurales presentan una serie de rasgos que los hacen atractivos para amplios sectores de las sociedades urbanas, de las cuales provienen la mayoría de los turistas. Antes, estos ámbitos sólo eran valorados como el sostén de la producción agropecuaria, y el trabajo de los productores se consideraba importante, en la medida en que posibilitaba la producción de alimentos y otros bienes agrícolas.

Actualmente, en cambio, se aprecia, sobre todo desde las ciudades, un mundo rural como un lugar asociado a la tranquilidad, la naturaleza, las tradiciones y otros atributos considerados dignos de ser preservados [5]. De esta manera, la cercanía a la naturaleza, la pervivencia de ciertas costumbres y las especificidades de ciertas prácticas agropecuarias propias de estos espacios, constituyen algunos de los múltiples atractivos turísticos más buscados en la actualidad [6], [7], [8].

En otro, el turismo se presenta como una alternativa para generar ingresos, en áreas donde las actividades productivas, tradicionalmente asociadas a los espacios rurales, se encuentran en crisis. En tal sentido, dan cuenta numerosos trabajos que analizan experiencias tanto extranjeras [9], [10], [11], [12], [13] como nacionales [14], [15].

Así, desde las explotaciones agropecuarias, y también desde la esfera de la gestión pública, se busca presentar una oferta de diferentes servicios, procurando estimular la visita turística. Las iniciativas de los emprendedores turísticos, se realizan de manera individual y en algunos casos de forma conjunta, tal el caso de la Red Argentina de Turismo Rural. Las estrategias conjuntas apuntan a lograr una escala suficiente para la comercialización, acceder a capacitación, comprar insumos, conseguir financiamiento y asesoramiento, etc [5]. A su vez, en el caso de la gestión pública, los intentos por incentivar el desarrollo del turismo en áreas rurales, quedan plasmados inicialmente a nivel nacional, en el Programa Argentino de Turismo Rural<sup>1</sup> y actualmente en el Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Iniciado en 2000 de manera conjunta por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación y la Secretaría de Turismo de la Nación.

<sup>2</sup> Este último, con actuación en todo el territorio nacional, tiene por fin contribuir a la expansión del negocio del turismo rural en la Argentina, aumentando el volumen de producción turística y el ingreso de divisas, a partir de la constitución de una masa crítica de productores de turismo rural en condiciones de ofrecer servicios de calidad.

En un trabajo anterior [16], presentado en este mismo Congreso, el año anterior, la dimensión analizada comprendió al estudiantado de TR<sup>3</sup>. La actual abarca a los emprendedores y viajeros de turismo rural, que forman parte de Redes Sociales específicas del área en cuestión. Al respecto <http://www.redsocialturismorural.com/> es una red social segmentada para emprendedores y viajeros de TR, con 2960 miembros. Dicha red<sup>4</sup> está a su vez vinculada a *Facebook*, con más de 2900 personas que "les gusta". Esta última se relaciona con *Twitter* (usuario: *espacioturismorural*) con más de 1000 "seguidores".

Esta información de base, sumada al marco conceptual definido, permitirá un mejor desenvolvimiento e interpretación de la información empírica que se intente obtener en una tercera fase del proyecto, la cual comprenderá los destinos dedicados al ofrecimiento de servicios de TR, circundantes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que contemplará indicadores tales como tecnologías de infraestructura y equipamiento, capacidades y aplicaciones [17].

### Líneas de investigación y desarrollo

El proyecto se centra en el análisis de tres dimensiones, que a la vez se constituyen en fases ordenadoras del trabajo y recopilación de información, fuertemente asociadas entre sí:

- Necesidades actuales y formación en TIC en carreras de Turismo Rural.*
- Oferta y demanda de emprendedores y viajeros, basadas en tecnologías y desarrollos Web.*
- Evaluación del grado de madurez de los sitios Web 1.0 y 2.0, que ofrecen servicios de Turismo Rural en destinos circundantes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.*

**Grado de avance:** En la primera fase del proyecto se indagó a los alumnos de la carrera Técnica en Turismo Rural, de reciente creación, que se dicta en la FAUBA, a partir del segundo semestre del año 2008. La segunda fase, es la que se desarrolla en esta comunicación e indagó al contingente de emprendedores y viajeros de Turismo Rural, integrantes de redes sociales específicas del área en cuestión, mediante el uso de un generador de encuestas en línea (*Survey Monkey*<sup>5</sup>), que operó a modo de encuesta (Figura 1).

<sup>3</sup> Carrera técnica dictada en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, a partir del año 2009.

<sup>4</sup> <http://www.facebook.com/home.php?ref=hp#!/TurismoRuralAmericaLatina>

<sup>5</sup> <http://es.surveymonkey.com/home.aspx>

ENCUESTA A VIAJEROS Y EMPRENDEDORES RURALES SOBRE TIC'S

1.

\*1. ¿Usted es emprendedor o viajero? Debe elegir solo una opción.

Emprendedor (seguir con las preguntas 2, 3, 5, 6)

Viajero (seguir con las preguntas 2, 4, 5, 6)

\*2. ¿Qué tipo de Tecnologías de la Información y la Comunicación utiliza para promocionar su emprendimiento o para preparar su viaje?

Sitios Web

Redes Sociales

Foros de discusión

Guías de viaje

Telefonía móvil

Newsletters

Correo electrónico

Otro (especifique)

**Figura 1:** Preguntas 1 y 2 de la encuesta en línea generada con Survey Monkey.

El mismo fue enviado a la “Red Social de Turismo Rural - Emprendedores y Viajeros” bajo el asunto “¡Nos interesa tu opinión!”. Se estimuló la realización de la misma a través del sorteo de un libro para viajeros y una campaña de promoción en línea para emprendedores.

Las preguntas que incluyó el cuestionario fueron las siguientes (todas las preguntas están dirigidas a ambos actores, salvo la 3 que debe ser respondida sólo por emprendedores y la 4 por viajeros):

1. ¿Usted es emprendedor o viajero?
2. ¿Qué tipo de tecnologías de la información y la comunicación utiliza para promocionar su emprendimiento o para preparar su viaje? (sitios web, redes sociales, foros de discusión, guías de viaje, telefonía móvil, newsletters, correo electrónico, otros).
3. ¿Con qué medios administra las reservas? (terceriza a central de reservas, terceriza a agencias de viaje, otro).
4. ¿Qué tipo de tecnologías le gustaría encontrar cuando prepara su viaje? (central de reservas en línea, agencia de viajes, otro).
5. ¿Según su experiencia, valore (1 a 5) la utilidad de los siguientes medios de comunicación? (sitios web, redes sociales, foros de discusión, guías de viaje, telefonía móvil, newsletters, correo electrónico, otros).
6. ¿Usted usa Internet? (todos los días, una vez por semana o más, alguna vez).
7. Complete sus datos (sexo, edad, ciudad de origen, ciudad de residencia, país, ocupación, experiencia laboral en turismo).
8. Formación (universitario completo, universitario incompleto, terciario completo, terciario incompleto, extracurricular, ninguna).

9. Formación específica en TIC (procesadores de texto, bases de datos, presentaciones electrónicas, planillas de cálculo, internet, otros, ninguna).
10. Nivel de formación específica en TIC (básico, medio, avanzado).

## Resultados y objetivos

A partir de lo expuesto en el punto precedente surgen algunas preguntas que guían la investigación: *¿Los actores vinculados al turismo rural en el área circundante a la CABA utilizan TIC?, ¿Quiénes específicamente hacen uso de ellas?, ¿Cómo las utilizan?, ¿Para qué fines?, ¿Qué diferencias existen en el uso que realizan unos y otros actores?, ¿cuáles son los beneficios o ventajas de su utilización?*

Teniendo en cuenta estas preguntas el objetivo general es: *Conocer los procesos de penetración de las nuevas tecnologías en el ámbito rural y su utilización en la oferta de servicios de turismo rural, a fin de comprender las estrategias individuales y colectivas en relación al impacto sobre los procesos más amplios de transformación de los espacios rurales en la actualidad, especialmente aquellos valorizados por el turismo.*

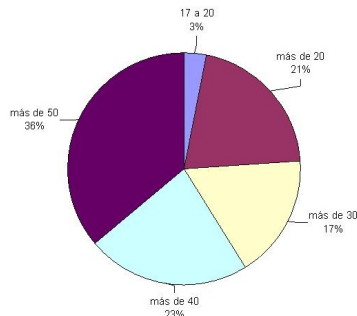
Para alcanzar este objetivo general, a su vez, se plantean como objetivos específicos:

- a) *Desarrollar un marco conceptual que permita comprender los procesos de penetración de las nuevas tecnologías en los ámbitos rurales, en relación con la valorización de estos espacios por el turismo y la conformación de estrategias de oferta de servicios vinculada a esta práctica.*
- b) *Analizar las transformaciones recientes de los destinos orientados a la prestación de servicios de turismo rural, para presentar un contexto socioeconómico más amplio que permita comprender la utilización de TICs en el marco de las estrategias empresariales de emprendimientos de turismo rural.*
- c) *Indagar acerca de la influencia de las TIC en las estrategias rectoras de los emprendimientos dedicados al turismo rural teniendo en cuenta: 1) El momento de incorporación, usos y cambios registrados a partir de esta incorporación y 2) La influencia que el uso de las TIC tiene como elemento clave para facilitar la vinculación entre las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo rural y la comunidad y como elemento de vinculación entre las mismas, posibilitando la conformación de esquemas en red.*

**Metodología de la investigación:** Dados los pocos antecedentes de investigación sobre la temática, el abordaje a seguir es necesariamente de tipo

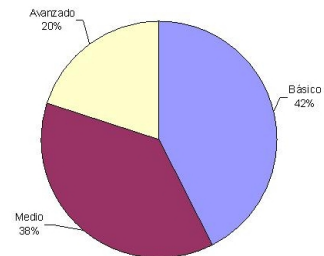
exploratorio y descriptivo, buscando generar información empírica a ser interpretada a la luz de los desarrollos conceptuales afianzados como parte de la investigación.

**Resultados Preliminares:** Al cabo de 8 días se logró recabar 128 encuestas. Las características del grupo etario respondieron a la Gráfico 1. La

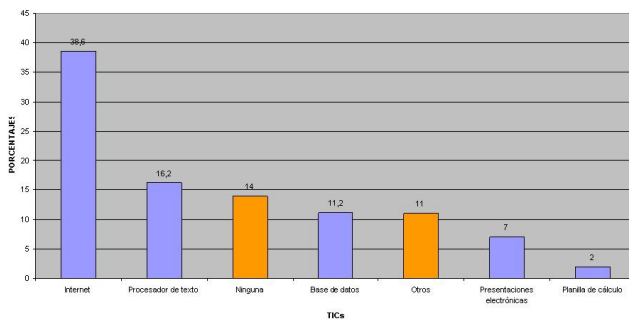


**Gráfico 1:** Características del grupo etario encuestado.

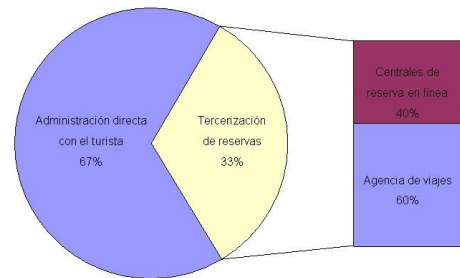
formación general y específica en TIC se observa en las Gráfico 2 y 3 respectivamente. La administración de las reservas por emprendedores y el modo de realizarlas por los viajeros se ve reflejada en las Gráfico 4 y 5 respectivamente. Por último, la valoración de la utilidad de los medios de comunicación se ve claramente en la Gráfico 6.



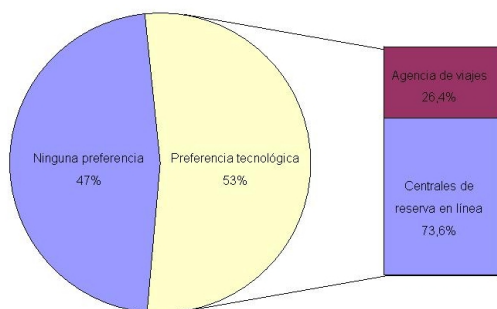
**Gráfico 2:** Formación general en TIC.



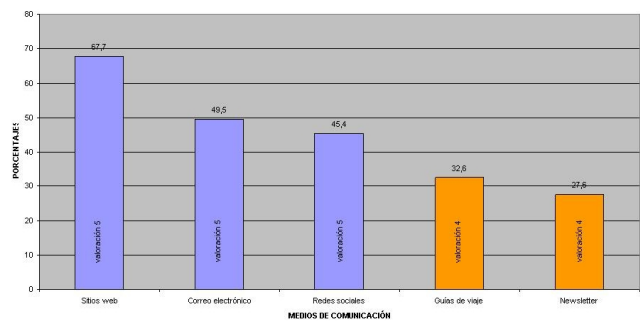
**Gráfico 3:** Formación específica en TIC.



**Gráfico 4:** Administración de reservas (emprendedores).



**Gráfico 5:** Preferencia tecnológica para reserva de viajes (viajeros).



**Gráfico 6:** Valoración de la utilidad de medios de comunicación sobre la base de la experiencia.

**Respecto de los datos de base, los resultados son los siguientes:** El 57% resultaron ser emprendedores y el 43% viajeros. El 60% correspondió a mujeres y el 40% a hombres. El 38% correspondió a Argentina, 55% al resto de América Latina y 7% al resto del mundo. El 56% se desempeña en el sector y el 44% restante manifestó poseer empleos diversos. El 65,3% fueron universitarios graduados, el 21,4% no graduados y el 10,2% terciarios no universitarios graduados. El 91%

consideró importante la utilización de los sitios Web para promoción como organización de viajes, el 72% opina lo mismo del correo electrónico y el 68% utiliza redes sociales. El 99% aseveró utilizar Internet todos los días, el resto una vez por semana o más.

**Trabajos posteriores:** La indagación empírica se llevará adelante mediante estudios de caso [18] de destinos dedicados al ofrecimiento de servicios de TR

circundantes a la CABA. En la primera aproximación al caso se utilizará el diseño de técnicas cuantitativas y cualitativas (centradas en encuestas y entrevistas en profundidad) que luego serán analizadas a la luz del marco conceptual definido, *buscando comprender las estrategias individuales y colectivas en relación al impacto sobre los procesos más amplios de transformación de los espacios rurales en la actualidad, especialmente aquellos valorizados por el turismo.*

Se evaluará el grado de madurez de los sitios Web 1.0 y 2.0, que ofrecen servicios de Turismo Rural en destinos circundantes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en función de los resultados obtenidos se generarán acciones para el mejoramiento de la formación en TIC en emprendedores de negocios relacionados con el TR.

### Formación de recursos humanos

Los directores del proyecto están doctorados en áreas de interés de proyecto. El Ing. Enrique Bombelli, es Magister en Ingeniería en Sistemas Información. Durante el período de incorporación de investigadores al proyecto, ingresaron dos estudiantes: Dahiana Mansilla y Julieta Guzmán, cursantes de la Tecnicatura en Turismo Rural de la FAUBA.

### Referencias

- [1]. Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Volumen I. La Sociedad Red. Siglo XXI. México D.F.
- [2]. Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. Routledge.
- [3]. Milne, S.; Mason, D. Y Hasse, J. (2004). *Tourism, information technology, and development: revolution or reinforcement?* En Lew, A.; Hall, C.M. y Williams, A. (ed.) *A Companion to Tourism*. Blackwell.
- [4]. Posada, M. (1999). *El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino*. En *EURE*, Vol. XXV, N°75. Santiago de Chile.
- [5]. Barrera, E., y Muñoz, R. (2003). *Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural. Promer. Buenos Aires.
- [6]. Urry, J. (1996). *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Papirus. São Paulo.
- [7]. Verbole, A. (2002). *A busca pelo imaginário rural*. En Riedl, M.; Anécio Almeida, J. y Lima Barbosa, A. (org.) *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Universidade de Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul.
- [8]. Nouzeilles, G. (2002). *Introducción*. En Nouzeilles, G. (comp.) *La naturaleza en disputa*. Paidós. Buenos Aires.
- [9]. Solsona Monzonís, J. (2001). *Turismo en espacio rural. El caso español*. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 10, N°1 y 2. CIET. Buenos Aires.
- [10]. Ribeiro, M. (2000). *Turismo rural em Portugal: dos seus protagonistas principais e da sua configuração*. En Almeida, J.; Froehlich, J. y Riedl, M. (org.) *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. São Paulo.
- [11]. Oppermann, M. (1996). *Rural tourism in southern Germany*, en *Annals of Tourism Research*. Vol. 23, N°1. Pergamon. Nueva York.
- [12]. Náchter, J. y Szmulewicz Espinosa, P. (2001). *Políticas de turismo rural. Un análisis crítico aplicado al caso de España*. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 10, N°1 y 2. CIET. Buenos Aires.
- [13]. Laurent, C. y Mamdy, J. (2002). *O turismo rural na França*. En Almeida, J.; Froehlich, J. y Riedl, M. (org.) *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. São Paulo.
- [14]. Jensen, M.; Boutellier, S. y Zeinstegeer, E. (2001). *El patrimonio arquitectónico de las estancias de Tierra del Fuego como recurso turístico*. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 10, N°1 y 2. CIET. Buenos Aires.
- [15]. Nogar, G.; Annessi, G. y Capistro, V. (2001). *Situación y perspectivas del turismo rural*. 3<sup>er</sup>. Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Conocimiento: puente hacia la integración y la excelencia turística. Universidad Austral de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Instituto de Turismo. Valdivia. Chile.
- [16]. Cataldi, Z.; Di Piero, V.; Bombelli, E.; Fernández, S.; Barberis, G.; Bertoncetto, R. (2011). *La formación en TICs. Opciones para nuevos emprendimientos: El caso del turismo rural*. VII International Conference on Engineering and Computer Education (ICECE). Guimarães. Portugal.
- [17]. Bianco, C.; Lugones, G.; Peirano, F. Y Salazar, M. (2002). *Indicadores de la Sociedad del Conocimiento: aspectos conceptuales y metodológicos*. Documento de Trabajo N°2 del Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación superior (REDES).
- [18]. Yin, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications. Thousand Oaks. CA.