

Use and appropriation of information and communication technologies (ICTs) in the commercialization of rural accommodation services

Uso y apropiación de tecnologías de información y comunicación (TICs) en la comercialización de servicios de alojamiento rural

García-Rodea, Luis Felipe¹; Thomé-Ortiz, Humberto^{1*}; González-Domínguez, Irais²; López-Carré, Elizabeth²

¹Universidad Autónoma del Estado de México. Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR). El Cerrillo Piedras Blancas, Toluca. Estado de México. México. CP. 50200. ²Universidad Autónoma del Estado de México Facultad de Turismo y Gastronomía. Cerro de Coatepec s/n, Ciudad Universitaria, Toluca de Lerdo, Méx. C.P. 50110.

*Autor de correspondencia: humbertothome@hotmail.com

ABSTRACT

Objective: To identify the use and appropriation of Information and Communication Technologies (ICTs) in rural accommodation services in the State of Mexico.

Design/methodology/approach: A multiple case study with a qualitative approach was carried out through random sampling for convenience.

Results: It was identified that there is a lack of appropriation in tourism projects, as well as a low diffusion and commercialization of tourism services from the use of Information and Communication Technologies (ICTs).

Limitations of the study/implications: The study focuses only on projects generated from government initiatives, leaving a large field of opportunity to analyze other rural accommodation initiatives.

Findings/conclusions: Rural pluriactivity has allowed tourism to be incorporated into the social dynamics of the communities, which contributes to the family economy.

Keywords: Rural tourism, rural accommodation, ICTs, marketing, rural zones.

RESUMEN

Objetivo: Identificar el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en los servicios de alojamiento rural en el Estado de México.

Diseño/metodología/aproximación: Se llevó a cabo un estudio de caso múltiple con enfoque cualitativo, a través de un muestreo aleatorio por conveniencia.

Resultados: Se identificó que falta apropiación en los proyectos turísticos, además de baja difusión y comercialización de servicios turísticos a partir del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs).

Limitaciones del estudio/implicaciones: El estudio se enfocó únicamente en los proyectos generados a partir de iniciativas gubernamentales, quedando un gran campo de oportunidad al analizar otros alojamientos rurales.

Hallazgos/conclusiones: La pluri actividad rural ha permitido que el turismo se incorpore en la dinámica social de las comunidades, lo cual contribuye a la economía familiar.

Palabras clave: Turismo rural, alojamiento rural, TICs, comercialización, zonas rurales.

Agroproductividad: Vol. 13, Núm. 2, febrero, 2020. pp: 89-94.

Recibido: octubre, 2019. **Aceptado:** enero, 2020.

INTRODUCCIÓN

A partir de las transformaciones sociales, económicas, culturales y políticas experimentadas por las sociedades rurales, los núcleos agrarios han tenido que adaptarse a las transformaciones socioeconómicas considerando nuevas alternativas para realizar actividades, siendo una de ellas el turismo rural, a través del cual se busca generar una derrama económica para las poblaciones, así como el aumento en la demanda turística que busca alternativas de ocio y recreación.

En el contexto de la globalización, se ha generado una concepción multifuncional del espacio rural, que es dada no sólo por la creciente insatisfacción con las políticas agrarias neoliberales, de orientación productivista, sino también como consecuencia de las perspectivas no comerciales sobre el territorio, tales como la defensa del medio ambiente, seguridad alimentaria, alivio de la pobreza y el desarrollo rural (Reig, 2002).

Dicha multifuncionalidad se relaciona con las expresiones de la llamada nueva ruralidad, que busca la revalorización del capital rural más allá de su papel como proveedor de alimentos (Trpin, 2005) lo que ha provocado que las actividades económicas desarrolladas por las poblaciones sean más diversas. Ello ha aumentado la incidencia del Empleo Rural No Agrícola (ERNA), que resulta atractivo para la población rural por varios motivos, entre los que destacan (Barrera y Muñoz, 2003), que es una alternativa a la pobreza estructural del campo, que permite estabilizar los ingresos, compensando la estacionalidad agrícola y diversificar las fuentes de ingreso, y que estimula la modernización de la agricultura, al vincularla con la industria, el comercio y otros servicios.

Aunado a lo anterior, Juan y Solsona (2004) afirman que un turismo rural racional y sostenible puede generar diferentes aportaciones en el medio rural, destacando la generación de ingresos complementarios; estabilidad demográfica de la población local; mantenimiento de actividades agropecuarias y artesanales, además de incorporar mujeres y jóvenes al trabajo digno remunerado.

El turismo rural puede representar ventajas para la transformación socioeconómica de los espacios rurales, tal es el caso de las características positivas que establecen en su estudio Millán *et al.* (2014) a través del cual destacan que es posible aliviar la estacionalidad de las activi-

dades rurales; generar un efecto multiplicador a través del apoyo al crecimiento de otros sectores y propiciar una disminución en la migración poblacional.

En este sentido, y partiendo de que el turismo debe de ser una actividad basada en experiencias y en la imagen asociada al territorio, algunos autores como Ivars (2000) y Peña y Jiménez (2005) indican que dentro de los espacios rurales, se pueden establecer sinergias entre los turistas y la comunidad local, que generen diversas modalidades turísticas, tales como el agroturismo, turismo rural comunitario, etnoturismo y turismo agroalimentario.

Para poder hacer uso y disfrute de cada una de las modalidades mencionadas se debe tener en consideración la infraestructura necesaria para la prestación de servicios, definidos en el Diario Oficial de la Federación (DOF, 2016) como aquellos que dan fortaleza a la infraestructura turística, que permiten consolidar los destinos turísticos o con vocación turística, que dan a conocer mejor el mercado y establecen una comunicación con las empresas turísticas y satisfacen las necesidades de los turistas.

El DOF (2016) incorpora un catálogo de prestadores de servicios turísticos, en el cual se establecen las pautas reglamentarias y normativas para dar seguimiento a las actividades realizadas; y como parte de este catálogo se consideran algunos establecimientos que pueden brindar servicios tales como las agencias de viajes; alimentos y bebidas; guías de turistas; operadoras de aventura; parques temáticos; y establecimientos de hospedaje; entre otros. En este catálogo se retoma la categoría de hospedaje, la cual es definida como "...aquel que provee la infraestructura y equipamiento para prestar el servicio de alojamiento con fines turísticos y, en su caso, alimentación y servicios complementarios demandados por el turista; ubicados principalmente en áreas circundantes o dentro de aeropuertos... así como en otros espacios con vocación turística..." (DOF, 2016).

De esta manera, la oferta que se ha realizado en los espacios rurales con respecto al alojamiento, puede ser identificada a partir de tres grandes categorías con características particulares, tales como, segunda residencia, oferta del turismo convencional y alojamientos rurales. Para esta investigación se retomará la tipología de alojamientos rurales, definidos según Juan y Solsona (2004) como aquellas pequeñas empresas o unidades de negocio que se gestionan en gran parte por familias

o por cooperativas; lo cual genera un tipo de alojamiento diferenciado al resto.

No obstante, el gran potencial del turismo para dinamizar las economías rurales y la existencia de diversos programas gubernamentales para impulsar esta actividad, los beneficios generados en las comunidades son mínimos. Ello se debe a múltiples rezagos que impiden el correcto funcionamiento y comercialización de los destinos turísticos, entre los que sobresale la falta de acceso a las TICs como herramientas de comercialización.

Al respecto es importante considerar que el acceso a las TICs se ha democratizado a partir de su amplia difusión mediante redes sociales y medios digitales, a partir de la accesibilidad a diversos dispositivos que permiten la conectividad de los usuarios.

Ciertamente, la expansión de estas aplicaciones se ha extendido hasta los ámbitos rurales donde es posible establecer vinculaciones entre el uso de Tecnologías de Información y Comunicación y los procesos de desarrollo rural. Algunos trabajos que han apuntado dicha relación (Felizzola, 2010; Zhou, 2014; Morrison et al., 2001; Castañeda et al., 2007) indican que, si bien las TICs no han sido la panacea en el medio rural, sí han sido un mecanismo importante para el posicionamiento de los destinos turísticos, la generación de confianza entre consumidores, oferta especializada de servicios y comercialización por internet, aspectos que han permitido la transformación socioeconómica de los territorios. Con base en lo anterior, se buscó identificar el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)

en los servicios de alojamiento rural en el Estado de México.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para esta investigación se realizó un diagnóstico sobre las condiciones de comercialización de establecimientos de turismo rural en el Estado de México, a partir del uso de las TICs; y mediante un estudio de caso múltiple, se definieron las unidades de observación a partir de un muestreo aleatorio por conveniencia; cabe mencionar que el método de estudio de caso es una estrategia metodológica de investigación científica que posibilita el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de nuevos paradigmas científicos, por tanto, se muestra apto para el desarrollo de investigaciones en cualquier campo de la ciencia a partir de una serie de observaciones de la realidad del objeto de estudio y que, en ocasiones, se parte de un estado nulo o limitado de la teoría (Martínez-Carazo, 2006). Dicho lo anterior, el método de estudio de caso es una herramienta factible para identificar, de forma empírica, cómo se realiza la comercialización de alojamientos rurales en el Estado de México, debido a que no existe información documentada acerca de esta actividad y por tanto el fenómeno del turismo rural en la zona de estudio, tiene ciertas limitantes. Se abarcaron 19 unidades de observación (Figura 1) que forman parte de los centros ecoturísticos impulsados por el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) promovido por la entonces Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Se aplicaron entrevistas semiestructuradas (n=19) a actores involucrados en la prestación de servicios turísticos dentro de las unidades de observación. Las entrevistas fueron grabadas transcritas y los datos fueron codificados en una base para su análisis. Para complementar la información obtenida en las entrevistas se realizó observación en campo que fue documentada mediante notas, que permitieron aclarar cuestiones no verbales y conductas sobre los temas explorados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el Estado de México se han realizado proyectos que consideran la construcción de infraestructura turística en diferentes municipios con ascendencia étnica a partir del Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI), que en su momento operó la entonces Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI); lo cual generó profundos cambios en la estructura social de las comunidades, a partir de la incorporación del turismo a sus labores diarias.

La función del PTAZI era contribuir al desarrollo económico de la población indígena, a través del aprovechamiento de recursos naturales, otorgando subsidios para la formulación y diseño de proyectos de inversión en materia turística, dotación de infraestructura y equipamiento, fortalecimiento de capacidades y promoción de los proyectos (CDI, 2015).

De acuerdo con González-Domínguez et al. (2018), entre 2012 y 2016, el PTAZI apoyó la construcción de 24 parques ecoturísticos, de los cuales solo operaba el 65%; sin embargo, una actualización derivada de este estudio indicó que actualmente sólo se encuentran en operación el 38% (Figura 2);

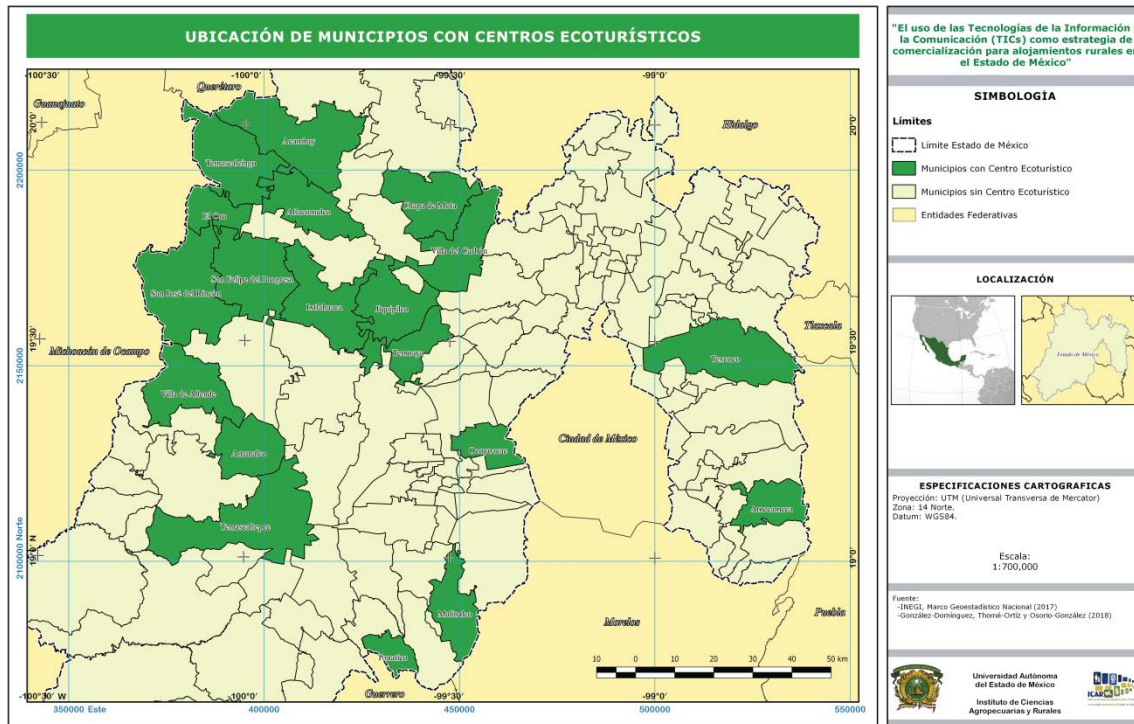


Figura 1. Zona de estudio para el diagnóstico. Fuente: Elaboración propia, con base en INEGI (2017) y González-Domínguez et al. (2018).

aspecto que eventualmente sugiere falta de construcción social de las capacidades y de apropiación de los proyectos.

En color verde se muestran los municipios donde operan los parques construidos; en color naranja los parques que ya no están en operación, y finalmente con

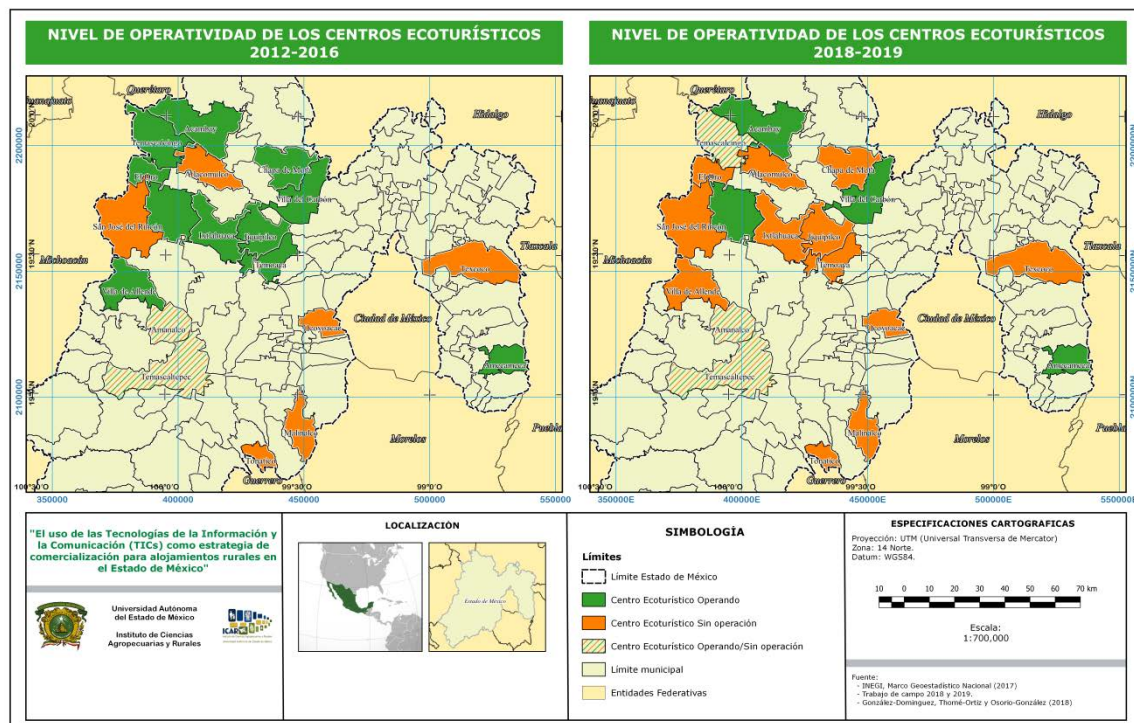


Figura 2. Comparativo de operación de Centros Ecoturísticos en el Estado de México Fuente: Elaboración propia, con base en INEGI (2017), González-Domínguez et al. (2018) y trabajo de campo (2018-2019).

rayas naranjas y verdes, los municipios donde se construyeron dos parques, y opera únicamente uno. Se puede inferir que el éxito o fracaso de cada iniciativa depende en gran medida, de la gestión interna en los núcleos agrarios, cuyas principales problemáticas se ilustran en la Figura 3.

Es importante generar acciones de fortalecimiento para la gestión y administración de los parques ecoturísticos estudiados para que, en conjunto con los núcleos agrarios, se tenga un aprovechamiento de los recursos (financieros, naturales y culturales) de manera óptima; y que de manera paulatina se incremente la demanda de alojamientos rurales y servicios complementarios. La experiencia que se ha tenido en la adopción de las TICs como en diversas dimensiones de la vida campesina y de las comunidades rurales, ha propiciado diversas adecuaciones en las dinámicas productivas y formas de relacionarse con el mundo para las esferas locales, todo ello a partir de la conformación de nuevos ambientes de enseñanza y aprendizaje (Aguilar y Quispe, 2007).

De esta manera, a partir del diagnóstico, se identificó que de los ocho proyectos que están en operación ofreciendo servicios de alojamiento rural, no todos cuentan con páginas web para su comercialización o promoción. Tomando como base estos comparativos, se corrobora la información brindada por los informantes clave respecto a la poca difusión y comercialización realizada a través de las TICs, misma que se ve reflejada en las redes sociales de cada uno de los proyectos. Esta situación implica que hasta el momento, las TICs no han sido adoptadas por los representantes ni integrantes de los



Figura 3. Problemáticas que enfrentan los parques ecoturísticos Fuente: Trabajo de campo 2018-2019.

núcleos agrarios como se muestra en la Figura 4.

Una vez identificados estos elementos, se precisa que no existen canales de comunicación apropiados que permitan establecer condiciones adecuadas para el intercambio de información entre los destinos rurales y turistas, motivo por el cual no se consolida una relación efectiva con el cliente. Aunado a ello, la gestión de redes sociales y los contenidos para venta de los servicios de alojamiento es muy baja o nula, de tal forma que no se logra concretar la integración de comunicación

y comercialización en el proceso de interacción con los clientes potenciales. En este sentido, se propone que la creación de plataformas virtuales de comercialización de alojamientos rurales es un mecanismo para el aprovechamiento óptimo las TICs, aumentando los ingresos económicos de las familias rurales mediante el incremento en las reservaciones de alojamiento rural. Se observó que estos procesos de comercialización a partir de las TICs, están fuertemente regulados por las opiniones de las comunidades y la calificación colectiva de los servicios adquiridos, por lo que una es-



Figura 4. Elementos que influyen en la falta de apropiación de TICs en los proyectos de turismo rural Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

trategia de calidad debe ser el eje articulador de las plataformas. A partir de esta propuesta se refuerzan los principios metodológicos sobre los cuales es posible construir una estrategia de comercialización del alojamiento rural. Dichos principios pueden ser reproducidos en múltiples espacios donde las infraestructuras turísticas se han convertido en elefantes blancos, dado su desconocimiento por parte de la demanda y su falta de operatividad por parte de las comunidades. La infraestructura desarrollada a partir de la inversión económica captada de los programas gubernamentales, no ha tenido un uso adecuado para los fines que buscan las políticas públicas, observándose que en los espacios que ya no se encuentran en funcionamiento es por abandono, mientras que los espacios en operación, presentan problemáticas relacionadas con la gestión de la actividad turística, el desarrollo de capacidades, la organización colectiva y la falta de una estructura robusta de promoción y comercialización turística. El desarrollo de modelos de TICs, orientados a la promoción y comercialización de turismo rural, son una herramienta útil para la activación de los proyectos de desarrollo y una manera de reactivar las inversiones que el Estado ha realizado en materia turística y que actualmente permanecen ociosas. Una política integral de diversificación productiva de los territorios rurales, en la que se integre el componente turístico, debe considerar la centralidad que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación pueden jugar en la difusión e intermediación en el consumo turístico.

CONCLUSIONES

La gestión del negocio turístico es un reto en los núcleos agrarios que intentan incursionar en el sector de servicios. Ello se traduce en un escaso impacto de la actividad turística para las comunidades y familias que integran dichos proyectos. Lo anterior sugiere que el uso de las TICs en el medio rural puede mejorar la comunicación y difusión de los destinos rurales, a través de vinculaciones entre actores internos y externos al territorio.

LITERATURA CITADA

- Aguilar, L. y Quispe, S. (2007). Las TIC en la construcción de conocimientos como instrumento de gestión. En Burch, S. (Coord.), *Compartir conocimientos para el desarrollo rural: retos, experiencias y métodos*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.
- Barrera, E. y Muñoz, R. (2003). *Manual del turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Programa de apoyo a la microempresa rural en América Latina y el Caribe (PROMER).
- Castañeda, J., Frías, D., y Rodríguez, A. (2007). The influence of the Internet on destination satisfaction. *Internet Research*, vol. 17 (4), 402-420.
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2016). Catálogo de los diferentes servicios turísticos cuyos prestadores de servicios turísticos deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo. México: Diario Oficial de la Federación.
- Felizola, Y. (2010). Tecnologías de información y comunicación para el desarrollo rural en Colombia. *Economía, Gestión y Desarrollo*, (10), 97-124.
- González-Domínguez, I., Thomé-Ortiz, H., y Osorio-González, R. (2018). Políticas turísticas y etnoturismo: entre la rururbanización y el desarrollo de capacidades. *Revista Pasos*, vol. 16 (1), 21-36.
- Ivars, J. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofía y realidades. *Investigaciones Geográficas*, (23), 58-88.
- Juan, F., y Solsona, J. (2004). *Alojamiento turístico rural*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Martínez-Carazo, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica en la investigación científica. *Pensamiento y gestión*, (20), 165-193.
- Millán, G., Morales, E., y Pérez, L. (2014). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, vol. 65 (65), 113-137.
- Morrison, A., Jing, S., O'Leary, J. y Cai, L. (2001). Predicting usage of the internet for travel bookings: an exploratory study. *Information Technology & Tourism*, vol. 4, 15-30.
- Peña, M. y Jiménez, P. (2015). *Manual del gestor de alojamientos rurales*. España: Almuzara.
- Reig, E. (2002). La multifuncionalidad del mundo rural. *ICE Globalización y mundo rural*, (803), 33-44.
- Trpin, V. (2005). El desarrollo rural ante la nueva ruralidad. Algunos aportes desde los métodos cualitativos. *Revista Antropología Iberoamericana*, (42), 1-15.
- Zhou, L. (2014). Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1-14.

