Síntesis temática

El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales

Retos y oportunidades para las mipymes

Leda Peralta

Innovación turística en zonas rurales

Jennifer Alvarado
Leda Peralta

El turismo se ha convertido en un motor de desarrollo local en zonas rurales y costeras, con una participación mayoritaria de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) que proveen los bienes y los servicios turísticos y brindan empleo a mujeres y jóvenes.

Los turistas que visitan los países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) prefieren el ecoturismo, el turismo costero, la aventura y la cultura. La mayoría de estos atractivos se encuentran en zonas rurales de montaña y costa. Aunado al perfil de la región antes de la pandemia, las tendencias globales ya indicaban que los turistas buscaban un turismo más lento, natural y sostenible, revalorizando las experiencias locales. Se estima que el turismo relacionado con la naturaleza ha tenido un crecimiento anual del 10% al 30%, en comparación con el 4% en el turismo total (Drumm y Moore, 2005). Tras la pandemia, se espera que la recuperación se apoye en el turismo interno y en destinos naturales y alejados o al aire libre.

También se espera que se acelere la transformación digital del sector, que es un adoptante temprano de herramientas digitales. Las empresas están motivadas para innovar y reconocen que estas herramientas atraen al turista, dan visibilidad y son la forma en la que más venden. Además de ser vitales para interactuar con los visitantes, crear una presencia digital atractiva y posicionar el destino turístico, sus usos van más allá y pueden contribuir a mejorar la gestión del negocio; facilitar el acceso a financiamiento alternativo, especialmente entre mujeres, mipymes y comunidades rurales; promover la formación continua del personal; y aumentar la sostenibilidad ambiental de la empresa.

Naciones Unidas
CEPAL
56 Aniversario SITCA Secretaría de Integración Turística Centroamericana
30 años SICA Sistema de la Integración Centroamericana

A pesar de su atractivo natural y del gran potencial del turismo para el desarrollo, las zonas rurales continúan enfrentando mayor incidencia de pobreza que las zonas urbanas. Este es un fenómeno estructural en la región de América Latina y el Caribe, y se debe principalmente al menor nivel de los salarios y los ingresos de los trabajadores independientes y a la menor cobertura de los sistemas de seguridad y asistencia social en dichas zonas.

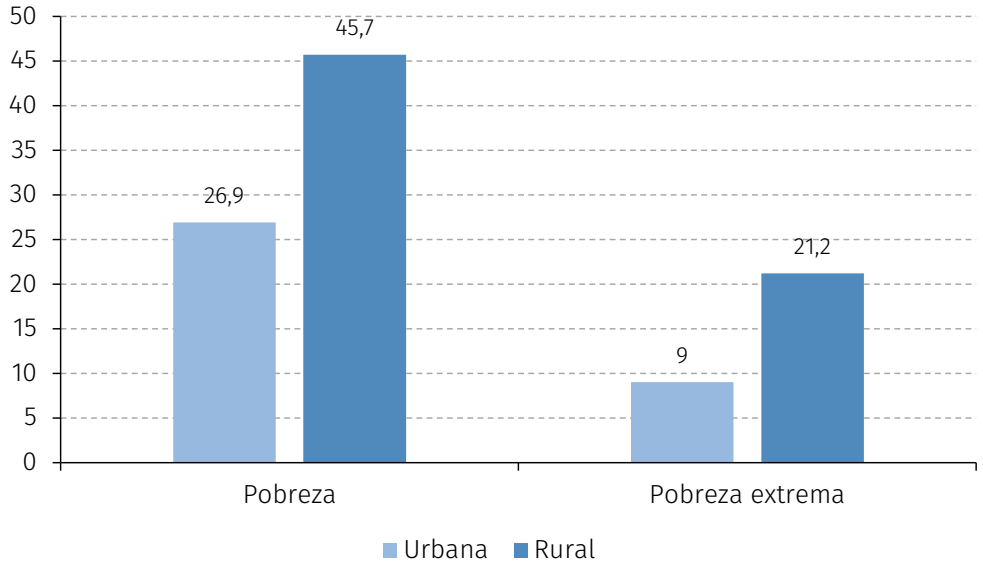
Las microempresas y empresas familiares, que representan la mayoría de las empresas del sector, enfrentan dificultades particulares, especialmente en la asequibilidad de los productos y servicios digitales, en su conocimiento sobre las herramientas y sus usos en la empresa, y en el tiempo disponible para emprender nuevas tareas digitales. A estos se suman temas de cobertura de servicios de telecomunicaciones y eléctricos en zonas rurales. Por su parte, las mujeres también absorben una carga desproporcionada de labores de cuidado no remunerado y participan en puestos de bajo contenido tecnológico que tienden a no ser cubiertos por programas de capacitación.

Turismo de experiencias sostenibles

- El 72% de los turistas busca experiencias auténticas y representativas de la cultura local
- El 72% de los turistas considera que se deben tomar decisiones sostenibles de viaje
- El 68% de los turistas quiere que su dinero regrese a la comunidad anfitriona
- El 46% de los turistas reconoce que es más difícil tomar decisiones sostenibles durante sus vacaciones que en su día a día en casa

Fuente: Booking.com, "Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report", 2019 [en línea] https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/.

Gráfico 1
América Latina y el Caribe: incidencia de la pobreza y la pobreza extrema según ubicación, 2019



Fuente: L. Peralta, *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes* (LC/MEX/TS.2021/10), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.

En este escenario, el turismo rural tiene el potencial de apoyar el desarrollo territorial mediante el uso de herramientas digitales, impulsado por los cambios de consumo durante la pandemia y facilitado por estrategias de gestión para el desarrollo territorial inclusivo y sostenible.

En el cuadro 1 se presentan los hallazgos obtenidos en dos estudios de caso conducidos en zonas turísticas rurales con el objetivo de comprender qué significa la brecha digital en la operación rutinaria de las empresas y cómo abordarla desde la gestión de la comunidad como destino turístico. Los destinos seleccionados fueron Pedernales en la República Dominicana y Osa en Costa Rica.

Las iniciativas varían en su enfoque, pero ambas se basan en la gestión articulada de un destino turístico para mejorar su competitividad. Se usan modelos de cuádruple hélice para la innovación, donde las comunidades, las empresas, la academia y el sector público convergen en el territorio. Pese a la dificultad que implica la gobernanza multinivel e interinstitucional, ambos han contribuido a generar valor en el territorio desde el balance entre conservación y desarrollo económico y social.

En general, se reconoce la importancia de las herramientas tecnológicas y digitales para gestionar la relación con los turistas y se observa un espíritu innovador de las empresarias y empresarios. Sin embargo, existe dificultad para mantener una presencia digital constante y uniforme, y se usan herramientas digitales básicas, como redes sociales, mensajería instantánea y agencias de viaje en línea. Este uso básico no permite vislumbrar nuevos modelos de negocios, sino que se enfoca en mantener funcionando el modelo actual. Estos hallazgos permiten vislumbrar algunas lecciones aprendidas para promover la innovación en empresas rurales mediante la gestión territorial de los destinos turísticos.

Estas lecciones confirman que la esencia del destino turístico continúa siendo su atractivo cultural o natural, a pesar de la ubicuidad de la tecnología. La transformación digital y la innovación de modelos de negocios no se relacionan meramente con adopción de tecnología, sino que implican cambios culturales y organizacionales. Además, las capacidades individuales de las mipymes deben contribuir a la estrategia de gestión del destino turístico con el objetivo de potenciar su alcance y contribuir hacia objetivos industriales o territoriales comunes.

Finalmente, para que el turismo rural resulte en desarrollo comunitario inclusivo, debe planificarse. No todas las iniciativas de turismo rural mejoran las condiciones de vida de la comunidad, ni una mayor participación de las mujeres en el empleo turístico significa mejores condiciones laborales. Por lo tanto, es importante planificar estos procesos partiendo de las necesidades particulares en el territorio de las distintas poblaciones.

Cuadro 1
Lecciones aprendidas

Planificación y articulación	• Traducir estrategias turísticas nacionales en programas de implementación en el territorio y en las mipymes. • Focalizar de manera sectorial y en el territorio, y promover la articulación interinstitucional hacia objetivos comunes. • Dar seguimiento, continuidad y acompañamiento a las mipymes turísticas para adoptar herramientas digitales y evolucionar hacia estados más avanzados de la transformación digital. • Diseñar estrategias en fases progresivas para adaptarse a los tiempos y capacidades de las empresas. • Establecer líneas de base e indicadores de impacto, y documentar y publicar los trabajos. • Informar a las mipymes sobre la duración esperada de los proyectos, los requerimientos para participar y los resultados esperados.

Cultura turística y capacidades	• Las habilidades digitales deben acompañarse de habilidades empresariales, técnicas y empoderamiento comunitario.
	• Elaborar programas de capacitación donde converjan la actualidad del turismo, el uso de tecnología en el turismo, la gestión empresarial y la experiencia del cliente.
	• Facilitar la capacitación para la reconversión productiva en áreas previamente dedicadas a actividades extractivas o agropecuarias.
	• Focalizar programas de capacitación de acuerdo con:
	  o Tamaño de la empresa: micro, pequeña o mediana
	  o Tipo de empresa: subsistencia u oportunidad
	  o Actividad: alojamiento, alimentación, excursiones, transporte, otros
	  o Tipo de turismo: sol y playa, cultural, ecoturismo, rural, otros
	  o Infraestructura de telecomunicaciones: fija o móvil
	  o Capacidad de implementación de la empresa
	• Promover la participación de las mujeres en actividades de formación, reconociendo la mayor carga de labores de cuidado no remunerado que realizan y los puestos que ocupan en las empresas.

Alianzas	• Articulación público-privada y encadenamientos productivos. • Fortalecer estructuras asociativas, considerando su sostenibilidad. • Clarificar los objetivos de las asociaciones, los beneficios y deberes de los socios, y los resultados esperados para el grupo. • Aprovechar las herramientas digitales para facilitar la interacción y comunicación entre socios.

Fuente: L. Peralta, *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes* (LC/MEX/TS.2021/10), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.

Bibliografía

Booking.com (2019), "Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report" [en línea] https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2021), *Panorama Social de América Latina, 2020* (LC/PUB.2021/2-P/Rev.1), Santiago.

Drumm, A. y A. Moore (2005), "An introduction to ecotourism planning", *Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers*, vol. I, The Nature Conservancy.

Esta Síntesis temática contiene extractos del documento *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales: retos y oportunidades para las mipymes*, de Leda Peralta, publicado por la Sede subregional de la CEPAL en México.

CEPAL

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)
www.cepal.org