



La utilidad de las TIC en el turismo comunitario

The usefulness of ICT in community tourism

A utilidade das TIC no turismo comunitário

Mayra Fernanda Quiñonez-Bedón ^I

mfquinonez@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3028-9805>

Juan Gabriel Tapia-Pazmiño ^{II}

ji1almaj@uco.es

<https://orcid.org/0000-0001-7206-946X>

Diego Santiago Andrade-Naranjo ^{III}

dsandrade3@espe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4652-7708>

Correspondencia: mfquinonez@espe.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales

Artículo de investigación

***Recibido:** 09 de septiembre de 2019 ***Aceptado:** 17 octubre de 2019 * **Publicado:** 30 de noviembre 2019

- I. Magíster en Gerencia de Proyectos de Ecoturismo, Ingeniera en Ecoturismo, Universidad Técnica de Cotopaxi, Docente de la Carrera en Turismo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, Latacunga, Ecuador.
- II. Magíster en Planeamiento y Administración Educativos, Licenciado en Turismo y Hotelería, Universidad Técnica de Ambato, Docente de la Carrera en Turismo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, Latacunga, Ecuador.
- III. Magíster en Cultura Física y Entrenamiento Deportivo, Magíster en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Licenciado en Ciencias de la Educación Mención Cultura Física, Docente de la Carrera en Turismo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, Latacunga, Ecuador.

Resumen

Actualmente el sector turístico se ha visto inmiscuido en un proceso de potencialización de la cooperación y participación de las comunidades locales de los países en vías de desarrollo que cristalizan las decisiones de la práctica de Turismo Comunitario. En el presente trabajo se analiza el impacto del uso de las tecnologías en el sector rural que integran como principal atractivo turístico el entorno natural, la práctica agraria e industrial, así como también su espacio cultural. La metódica consistió en un arqueo heurístico de fuentes, caracterizado por un estudio descriptivo de los aspectos intrínsecos del Turismo Comunitario y las TIC. Llegando a la conclusión que el uso de las TIC es fundamental para apuntalar la competitividad del sector dentro del mercado mundial del turismo permitiendo a los personas tener una visión más amplia del lugar que pretenden visitar, a la vez los oferentes pueden dar a conocer su producto a nivel nacional e internacional. Desarrollar el turismo de manera inadecuada causa una degradación en el hábitat, pero también existe la otra parte efectiva, del turismo responsable, que contribuir a crear conciencia sobre la conservación de los recursos naturales y culturales que llevan consigo la oportunidad de desarrollarse como destinos turísticos.

Palabras clave: Turismo comunitario; desarrollo turístico; TIC; mercado.

Abstract

Currently the tourism sector has been involved in a process of potentialization, cooperation and participation of local communities in developing countries that crystallize the decisions of community tourism practice. In the present work the impact of the use of technologies in the rural sector is analyzed, which integrate as a main tourist attraction the natural environment, the agrarian and industrial, as well as its cultural space. The methodical consisted of a heuristic arching of sources, characterized by a descriptive study of the intrinsic aspects of community tourism and TIC. Concluding that the use of TIC is fundamental to shore up the competitiveness of the sector within the world tourism market allowing people to have a broader vision of the place they intend to visit, at the same time the bidders can make their product known at national and international level. Inadequate tourism development causes degradation in the habitat, but there is also the other effective part of responsible tourism, which contributes to raising awareness about the conservation

of natural and cultural resources that carry with them the opportunity to develop as tourist destinations.

Keywords: Community tourism; tourism development, TIC, market.

Resumo

Atualmente, o setor de turismo está envolvido em um processo de fortalecimento da cooperação e participação das comunidades locais nos países em desenvolvimento que cristalizam as decisões da prática do turismo comunitário. Este artigo analisa o impacto do uso de tecnologias no setor rural que integram como principal atração turística o ambiente natural, a prática agrícola e industrial, bem como seu espaço cultural. O método consistiu em um arco heurístico de fontes, caracterizado por um estudo descritivo dos aspectos intrínsecos do Turismo Comunitário e das TIC. Chegando à conclusão de que o uso das TICs é essencial para sustentar a competitividade do setor no mercado mundial de turismo, permitindo que as pessoas tenham uma visão mais ampla do local que pretendem visitar, enquanto os concorrentes podem apresentar seu produto nacional e internacionalmente. O desenvolvimento incorreto do turismo causa degradação do habitat, mas há também a outra parte efetiva, do turismo responsável, que contribui para aumentar a conscientização sobre a conservação dos recursos naturais e culturais que trazem consigo a oportunidade de se desenvolver como destinos turísticos.

Palavras-chave: Turismo comunitário; desenvolvimento do turismo; TIC; mercado.

Introducción

Es necesario mencionar que en la actualidad, las personas que viajan por placer no compran servicios, compran experiencias inolvidables capaces de suministrar valor en forma de sensaciones, emociones, sentimientos y vivencias. Es lo que se denomina en el mundo del turismo como Dream Society, Jensen (1999), esto proporciona una visión sobre la tendencia hacia una sociedad donde la calidad del entretenimiento se valorará sobre la base de las prácticas y emociones vividas.

Según el Banco Mundial (2005) el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha suscitado un cambio de paradigma dando origen a la sociedad de la información y generando cambios en la demanda de los consumidores, los mismos que han

transformado la estructura del mercado turístico, por lo que las empresas y destinos territoriales deben adaptarse constantemente a los cambios que el turismo requiere.

El estudio del Turismo Comunitario y las tecnologías de la información y comunicación aprovechan la ocasión del encuentro entre las TIC y el turismo para ofrecer una visión general de la actividad económica y social. El Turismo Comunitario mantiene en la actualidad una preferencia progresiva, alcanzado una relevancia importante dentro de la actividad turística a nivel mundial, su fortalecimiento está generando un impacto positivo sobre el desarrollo de lugares que anteriormente no eran considerados como foco de atracción turística.

Tomando en consideración lo antes expuesto, el objetivo primordial de la presente investigación es dar a conocer, cómo la utilización de la tecnología aporta al desarrollo del Turismo Comunitario y a la vez genera impactos positivos y negativos del sector rural.

El uso de la tecnología se viene dando desde hace muchos años atrás, sin embargo en el caso del Ecuador un gran número de sus pobladores seguían aislados del avance tecnológico por diferentes razones; geográfica, económicas, educativas, culturales, entre otras, por estas circunstancias las áreas rurales enfrentaban un apartamiento que no permitía el desarrollo de sus poblaciones y obstaculizaba la posibilidad de acceder a servicios públicos, calidad de la educación, información oportuna, entre otros, situación ésta que se ha mejorado en gran medida.

De manera positiva, los cambios que se han venido dando a nivel nacional han impactado notablemente en la calidad de vida de las personas. Según el boletín del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2015) sobre la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) en los hogares y en las diferentes zonas arrojó que el 32,8% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 10,3 puntos más que hace cuatro años. En el área urbana el crecimiento es de 9,6 puntos, mientras que en la rural es de 8,9 puntos.

Es necesario mencionar que, si bien es cierto se tiene información sobre el acceso a las TIC, es escaso el conocimiento sobre las iniciativas que provoquen la apropiación de esta herramienta para el desarrollo del Turismo Comunitario, en este sentido se ha avanzado en la utilización de infraestructura, en la identificación de instituciones o empresas privadas que promueven el uso de las TIC como método de inclusión social. A partir de esto se pretende investigar el impacto percibido por los emprendedores turísticos de las zonas rurales, a partir de la apropiación de la

tecnología en sus vidas como herramienta transformadora de cambio, exponiendo para tal fin aspectos teóricos relacionados con la temática mencionada, tal como: desarrollo, tecnología de la información y comunicación, turismo, turismo comunitario, conocimiento, turismo virtual, entre otros.

Importancia del Problema

En líneas generales es importante mencionar, que en la actualidad las formas de comunicación avanzan a pasos agigantados y esto provoca el aumento y actualización permanente de la información disponible. Lo que ha llevado a hablar de la sociedad o era de la información, haciendo referencia al manejo masivo de herramientas tecnológicas con la finalidad de producción, intercambio y comunicación que caracteriza a las sociedades. Esto conlleva a la disponibilidad de un conocimiento más actualizado, facilitado por el uso de nuevas herramientas tecnológicas como las TIC

Las TIC han revolucionado los negocios a nivel mundial y el turismo no es la excepción. De la misma manera, han transformado las industrias hoteleras, de restaurantes y de servicios de viaje, jugando ahora un papel importante en las reglas que rigen el mundo comercial, así como la forma de acercarse a los consumidores a través de nuevas opciones tales como el comercio electrónico o la venta por internet, los sitios web y en definitiva la pluralidad que significa estar vigentes en la red de redes. Sin embargo la problemática surge a nivel rural, puesto que existe cierto segmento en la sociedad que no tiene un acceso considerable a la tecnología debido a varios factores como, la escasa conexión de este tipo de sistemas en sectores rurales, la falta de conocimiento sobre el uso de este tipo de tecnología, además del desconocimiento uso de herramientas tecnológicas como estrategias de producción, marketing y comercialización. Lo que ha hecho que el Turismo Comunitario en ciertos sectores sea poco promocionado y vendido.

A base de lo expuesto es necesario mencionar que los fundamentos sobre el uso de la tecnología en el Turismo Comunitario aportarían a la promoción, difusión y comercialización de las actividades comunitarias y esto conllevaría al mejoramiento tanto en aspectos económicos, socio-culturales, ambientales y territoriales, como en la diversificación de la estructura productiva.

No obstante, aun cuando desde el campo académico se han presentado avances para reconocer la importancia del uso de las TIC en el Turismo Comunitario, se requieren cambios en la dinámica productiva de estos territorios para beneficiar el desarrollo de las actividades turísticas incluyendo las agrícolas, las cuales deben comenzar a ser objeto de planificación y gestión dentro de los programas de desarrollo rural basados en los principios de la nueva ruralidad. Surge entonces como resultado, la necesidad de analizar los fundamentos del Turismo de Comunitario como actividad estratégica que contribuye con el fomento del desarrollo, mediante la utilización de herramientas tecnológicas para su comercialización y reconocimiento a nivel Nacional e internacional.

Metodología

Para la realización de esta investigación se ha considerado pertinente realizar un arqueo heurístico de fuentes, caracterizado por un estudio descriptivo de los principales aspectos característicos del Turismo Comunitario y las TIC, incluyendo un análisis de datos bibliográficos previo en lo referente al tema y sus categorías, donde se puede apreciar las diferentes realidades que se presentan en el campo de Turismo Comunitario en relación a la utilización de las TIC. Tomando en cuenta que la presente investigación formará parte de una más completa y amplia en el futuro, se espera llegar a una interpretación en base a supuestos cualitativos en referencia a la problemática motivo del trabajo, pasando a una interpretación que solamente luego de cumplida la investigación se transformarán en aspectos comprobados, es decir, será analizada en base a la interpretación de las diferentes preguntas que se efectuarán, fundamentadas en la problemática de la localidad y por ende de la provincia y del país donde se realice la investigación señalada. Se prevé aplicar encuestas a diferentes actores que estén involucrados directa e indirectamente en la actividad turística comunitaria de los que se espera sean de suma importancia para el análisis de la información y la interpretación de resultados.

Resultados y discusión

Se puede afirmar inicialmente que el desarrollo es asociado con un beneficio económico, pero en realidad no siempre es así. El desarrollo no empieza con los capitales, sino con la educación, organización y disciplina de las personas. Sin estas tres particularidades, todos los recursos permanecen sin aprovechar. Cada país, no importa qué tan devastado esté, luego de una crisis con

un buen nivel de educación, organización y disciplina produce "el milagro económico". (Schumacher, 1975, pp. 178-179)

Un eje clave entonces para la generación de desarrollo es la educación, entendida no como un simple entrenamiento o conocimiento de hechos, sino como la búsqueda de ideas que hacen que el mundo y la propia vida de las personas sea inteligible para ellos. Cuando algo es inteligible existe un sentimiento de participación, mientras que cuando no lo es, las personas suelen sentirse ajenas y extrañas al respecto. (Schumacher, 1975, p. 89)

En otro sentido, la idea de desarrollo se plantea como la ampliación de autonomías que permite a los individuos aplicar todo aquello que aspiran en la vida. El progreso de las personas entendido como la cantidad de libertades de las que gozan los individuos para poder vivir una ciudadanía plena en dos sentidos: 1) las libertades que le ofrecen y 2) la agencia (o capacidad) que tienen los individuos de hacer uso de sus libertades. (Sen, 2000, p. 16)

Recogiendo uno de los conceptos más utilizados y relacionados con desarrollo se tiene el de desarrollo sostenible, que en este caso se citará el proporcionado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo que define al desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Redclift, 2006, p. 67)

Según el análisis manifestado por Redclift el desarrollo se enfoca en el aspecto medioambiental, en este sentido el desarrollo sostenible y la sostenibilidad deben ser vistos de forma multidisciplinar, por incluir metas económicas, ecológicas y sociales. Lo que lleva a plantear que la sostenibilidad de proyectos incluye los siguientes aspectos o facetas: sostenibilidad social, organizativa, política o legal, tecnológica y económica. (Bossio, 2011, p. 128)

Otro aspecto importante según Bossio (2011), es la sostenibilidad social y cultural que implica la participación de la comunidad en los proyectos, cómo esta participa de manera dinámica, de qué manera se hace dueña del mismo, en este sentido buscará la forma de mantenerlo, por esta razón el desarrollo sostenible depende necesariamente del contexto (o comunidad) en el que se trabaje.

Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

Las TIC, se encuentran comprendidas con aquellas tecnologías que permiten el manejo de información y facilitan diferentes formas de comunicación (Bossio, 2003, p. 4). Dicha definición

hace referencia no solo a las nuevas tecnologías digitales, sino también a las tradicionales como radio, prensa escrita, entre otras, las cuales son utilizadas para recopilar información y posterior a ello comunicarlas.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, comprende aquellos recursos, herramientas y programas utilizados para procesar, administrar y generar información mediante varios soportes tecnológicos, como por ejemplo: computadoras, teléfonos celulares, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego.

En la actualidad las TIC juegan un papel muy importante dentro de la sociedad, ya que ofrecen diversidad de servicios como: correo electrónico, búsqueda de información, banca online¹, descarga de música y cine, comercio electrónico, entre otros. Por esta razón las TIC han incursionado fácilmente en diversos ámbitos de la vida, entre ellos, el campo turístico. Que a continuación se expondrá más explícitamente, cómo se desarrolla en el mismo.

La concepción del turismo en la actualidad

El turismo a lo largo del tiempo se ha catalogado como una de las principales fuentes generadoras de ingresos económicos a nivel internacional, siendo una de las ramas de las ciencias sociales más estudiadas por varios autores. Considerando los aportes del Anuario Jurídico y Económico, a partir de Vega y Muñoz (2007), se determina al turismo como aquella actividad de carácter social y económicamente joven, por este motivo el hecho de incluir a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística, es por ello que a continuación se desarrollan algunos de los conceptos más utilizados.

Se considera relevante inicialmente citar lo afirmado por Romo (2012), para quien el turismo es:

...el movimiento temporal de personas fuera de su lugar habitad, hacia destinos diferentes a su lugar de residencia y trabajo, así como las actividades realizadas durante la permanencia en los destinos, los productos, servicios que intervienen para satisfacer las necesidades y expectativas de los viajeros, y las repercusiones que el turismo

¹ Banca virtual, banca en línea, e-banking o genéricamente banca electrónica, es la banca a la que se puede acceder mediante Internet

tienen en los destinos en el ámbito físico o espacial, económico y social. (p.15)

En el mismo orden de ideas De la Torre (2012), menciona que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Como se puede apreciar en el significado del turismo por parte de los especialistas que lo relacionan con la ocupación del tiempo libre y la vinculación de este con el desplazamiento que se produce al realizar esta actividad, es decir, que el turista debe trasladarse de un lugar a otro y salir temporalmente del espacio existencial cotidiano. Se inicia de esta manera una nueva forma de contemplar los problemas ambientales que repercuten, posteriormente, en una nueva tendencia del pensamiento sobre el desarrollo, convirtiendo la definición de desarrollo sostenible en un concepto alternativo – al introducir el factor ambiental, frente a la otra gran tendencia ilustrada por el enfoque económico. Domingo (1999)

La comunidad como eje clave en el desarrollo del Turismo Comunitario

La comunidad² es un eje clave para que se pueda desarrollar el Turismo Comunitario, puesto que sin la existencia de la misma no sería posible esta modalidad en su formulación original, el sentido psicológico de comunidad la concibe como una experiencia subjetiva de pertenencia a una colectividad mayor, formando parte de una red de relaciones de apoyo mutuo en la que se puede confiar. Sarason, (1974)

Por lo expuesto por el autor antes mencionado, se ha determinado que la comunidad es un conjunto de poblaciones de características semejantes que funcionan de una manera holística, si se trata de un todo, también se especifica como una población que interactúa con sus miembros y que tiene interdependencia en la toma de decisiones. Tanto el pensamiento holístico como el individual coinciden al hablar de poblaciones, que para el caso del turismo, se refiere a un grupo de personas que inclusive tienen un mismo territorio y comparten sus recursos, es decir, son dueñas de un patrimonio intangible que las caracteriza.

² Conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o que tienen los mismos intereses.

Con esta acepción se puede indicar que el Turismo Comunitario es una actividad que reúne a un grupo de personas en torno a la planificación, operación y comercialización de una actividad turística en un territorio determinado que permita el desarrollo del mismo.

Solsona (2000), reconoce que la actividad turística tiene numerosas particularidades que la hacen variada y diferente, por consiguiente existen diferentes modos de entender esta actividad y permite reconocer la siguiente tipología y acepciones. Aunque carecen aún de definiciones precisas, es necesario dar un concepto generalizado de algunas actividades que se practican dentro de una población donde se desarrolla el Turismo Comunitario en áreas rurales.

En este orden de ideas conviene señalar en la tabla N° 1 que se expone a continuación, se presentan las actividades que se practican en el Turismo Comunitario Sostenible en las áreas rurales.

Tabla N° 1: Actividades que se desarrollan en el marco del Turismo Comunitario sostenible en áreas rurales.

Actividades rurales	Concepto	Alcance
Turismo ecológico - Ecoturismo	Dedicado al disfrute de la naturaleza de forma activa con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales	El Ecoturismo implica un enfoque científico, estético y filosófico, con un alto grado de interpretación y educación, y con respeto a la integridad natural y cultural de las comunidades receptoras".
Agroturismo	Actividad en el medio rural basada en el alojamiento en casas de agricultores y ganaderos, que permiten un mayor contacto con la cultura local	Es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el los habitantes de la comunidad en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad

Turismo verde	Actividad turística y deportiva en el medio natural	Actividades que se realizan en contacto con la naturaleza
Turismo de deporte de aventura	Basada en la práctica deportiva que se desarrollan en el espacio rural	Deportes que se realizan en contacto con la naturaleza y permite el disfrute de la misma (alpinismo, buceo, rafting, etc)
Turismo de retorno	Se da en las áreas de interior que han conocido fuertes migraciones hacia zonas urbanas motivados por retornar a sus poblaciones de origen	Su principal motivación es el regreso a sus orígenes volver al lugar donde nació por un tiempo determinado.
Turismo de balnearios	Espacios turísticos rurales caracterizado por la existencia de centros termales	Se hace uso de manera sustentable de los recursos naturales que posee una localidad en este caso el de vertientes de agua termal que se los aprovecha como sitios de sanación.
Turismo rural – cultural	Motivados por la existencia de núcleos rurales de gran interés debido a su patrimonio histórico artístico.	El principal atractivo es el patrimonio cultural que posee una comunidad y que permite interactuar entre los habitantes del sector y los turistas que lo visitan

Fuente: Elaborado por Quiñónez, M. (2016) a partir de Solsano (2000)

El este sentido y de acuerdo a las tipologías, el Turismo Comunitario debe enfocarse en desarrollar actividades propias del sector, en este caso el rural e intercambiar experiencias con los turistas que los visitan, y de esta manera se permita una interrelación de disfrute entre la oferta y la demanda, en este caso los miembros de las comunidades serían los oferentes y los turistas los demandantes.

Conocimiento local y tecnología de la información y comunicación

Los recorridos, guiones interpretativos, tours³, que se están generando en las comunidades locales y pueblos indígenas⁴, se han venido desarrollando de manera tradicional o empírica, esto ha contribuido a la demostración de tradiciones (agrícolas e industriales), costumbres y muestra de atractivos naturales y culturales que son una formas de vida de los habitantes de estas comunidades, impulsando de esta manera la forma de conservación de las costumbres de los pueblos y comunidades a nivel mundial, lo cual constituye la base del Turismo Comunitario.

Los pueblos indígenas y las comunidades locales son expertos conocedores de sus tradiciones, costumbres, leyendas, gastronomía, música, danza, fiestas populares, siembras, cosechas y otros, por tanto los medios tecnológicos informáticos son los canales idóneos para compartir esta información con otras culturas, puesto que, mediante la utilización de estas herramientas se pueden realizar videos y grabaciones que promocionen mediante el uso de internet, ferias de turismo, congresos, etc., toda la cultura, costumbres, hábitos, entre otros, de un lugar determinado. De esta manera es posible brindar beneficios tanto a los turistas como a la población, debido a la generación y disponibilidad de información oportuna y veraz de las actividades que se pueden desarrollar en una determinada localidad, esta promoción lograría motivar a que esta comunidad sea visitada por turistas, contribuyendo a incentivar una dinamización turística del sector.

El Internet como referente de las Tecnologías de Información y Comunicación constituye uno de los pilares fundamentales sobre los que se afianzan las actividades turísticas, por lo que se puede generar el e – business⁵ o negocio electrónico basado en el uso intensivo de las TIC para generar valor, Vilaseca, Torrent y Díaz, (2001). Por lo antes expuesto, se afirma que el Internet se ha posicionado como el medio de comunicación con mayor alcance en el mundo y sigue aun creciendo su tasa de penetración en las sociedades mundiales, haciendo posible llevar la información y el conocimiento al más recóndito lugar.

Cada vez existe un número mayor de usuarios de internet a nivel mundial, es así que en la actualidad ya superan la mitad de la población a nivel global. Estos datos destaca la nueva edición del informe

³ Viaje turístico o excursión en que se visitan distintos lugares.

⁴ Pueblos indígenas son las colectividades que asumen una identidad étnica con base en su cultura, sus instituciones y una historia que los define como los pueblos autóctonos del país, descendientes de las sociedades prehispánicas.

⁵ Se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresariales resultantes de la incorporación a los negocios de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

que presentan We Are Social y Hootsuite (2019), y que cada año muestra las estadísticas, análisis y principales tendencias acerca del número de usuarios de internet, el uso de la telefonía móvil, las redes sociales así como del eCommerce a nivel global.

Es importante también destacar; que en su informe del 2018 el estudio señalaba un número de usuarios que utiliza el Internet es de 4.021 millones, es decir, el 53% de la población mundial, el informe 2019 afirma que hasta el momento el mundo cuenta con 4.388 millones de internautas, una penetración del 57%. (We Are Social y Hootsuite, 2019)

Tabla N° 2: Usuarios de Internet

Detalles	Billones	Porcentajes
Población total	7.676	56%
Usuarios de móviles únicos	5.112	67%
Usuarios de internet	3.388	57%
Usuarios activos de redes sociales	3.484	45%
Usuarios que utilizan redes sociales móviles	3.256	42%

Fuente: Elaboración por Quiñónez, M. (2019) a partir de (We Are Social y Hootsuite, 2019)

El internet ha significado para el hombre uno de sus más grandes avances en lo que ha tecnología se refiere y sus beneficios son invaluable, tanto es así que algunos autores afirman que con la llegada del internet estamos en la puerta de la cuarta revolución industrial.

Los nuevos métodos de gestionar la actividad turística, forman parte del reciente escenario sobre el que se desarrolla la industria del turismo; espacio en el que, junto a las TIC, el capital humano cobra un papel primordial dado el carácter intangible de la actividad turística, así la participación en todo el proceso de generación de servicios del componente humano adquiere una importancia vital para garantizar resultados altamente eficaces.

Si bien es cierto que las TIC intervienen en toda la cadena de valor, optimizando los procesos y haciendo posible la interrelación entre la oferta y la demanda sin que la distancia física o

geográfica constituya un obstáculo, el internet y el comercio electrónico⁶, han creado una nueva manera de hacer que proveedores y clientes interactúen entre sí, se ha reducido la cadena de distribución y cada vez más, la comercialización se realiza directamente entre el proveedor y el consumidor.

Debido a esta acotación nacen empresas virtuales que, con un modelo de negocio innovador sustituyen a las empresas tradicionales de intermediación generando la re intermediación, que permite cerrar la compra de manera oportuna y adecuada, desde la tranquilidad de una oficina o desde su propio hogar.

A continuación se describe un estudio realizado por la consultora Xperience Consulting en España, donde indica que la gran mayoría de los internautas (82%) visita portales de viajes especializados antes que los sitios web de las agencias de viajes tradicionales, (Brasil es el mercado con mayor desintermediación del mundo, con 77% del contenido fuera de los Global Distribution System (GDSs)⁷. Otros mercados, importantes en el uso de la tecnología son México y Chile, quienes también muestran altos niveles de “desintermediación”).

Existen variedad de buscadores en internet como son Google que ocupa el 95% del mercado en España, otro buscador es Bing que se encuentra en una constante lucha frente a Google, Blippex es como declararon sus fundadores, un buscador creado por la gente para la gente, **esto** hace que la búsqueda se vuelva más humana, DuckDuckGo, es uno de los buscadores de internet que más ha crecido en los últimos años y se debe básicamente a la promesa de respetar la privacidad de sus usuarios, Ecosia es un buscador bastante interesante pues comparte los ingresos que generan sus consultas haciendo una donación del 80% a un proyecto para plantar árboles en Brasil, otros buscadores son Gibiru, Qrobeit, Qwant, Starpage, entre otros que ayudan a la búsqueda, por lo que la agrupación de estos navegadores hacen que los proveedores muestren la información de sus productos y servicios, de manera que el cliente acceda a las mejores ofertas en un solo clic, brindando productos ofertados al cliente acorde a sus gustos y necesidades gracias a la poderosa información que recopilan en inmensas bases de datos, lo que les permite a estas empresas situarse en una posición competitiva muy relevante en la cadena de valor del sector turístico.

⁶ El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés) o bien negocios por Internet o negocios online, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

⁷ GDS como sistemas informáticos de reservas que abarcan varias áreas del sector turístico: boletos de avión, hoteles, alquiler de autos, entre otros.

La aparición de Internet como nuevo canal de distribución ha transformado los procesos y funciones de intermediación que venían desarrollando distintos actores como las agencias de viaje o los operadores mayoristas. UNCTAD (2005).

Impacto de las TIC en el Turismo Comunitario

Como se ha indicado anteriormente las TIC han ido evolucionando a pasos agigantados y esto ha llevado al sector empresarial turístico a la necesidad de actualización día tras día, lo que conlleva a que no únicamente se afecten ciertos aspectos tales como, la necesidad de dinero extra para modernización tecnológica, formación profesional, redistribuciones de espacios, entre otros, sino también el enfrentar los cambios que están relacionados directamente con el comercio, la competencia y los otros sectores económicos, que por supuesto abarcan al turismo, cuyas empresas deben reinventarse e innovarse para abarcar el mercado a través de diferentes vías incluyendo indudablemente el internet, donde existen una cantidad enorme de páginas en línea que ofertan los servicios de una localidad determinada (vuelos, hoteles, restaurantes, actividades culturales entre otras), de igual manera existen otras páginas que no necesariamente son de empresas que se dedican al turismo, sino que solo brindan información turística referida principalmente a la ubicación de lugares de interés, adicional a esto hay páginas diseñadas para comentar acerca de los servicios que ofrecen distintas empresas donde los usuarios dan su punto de vista o su crítica de los servicios y atenciones recibidas, haciendo evidente su aprobación o no de la experiencia vivida.

Lo anteriormente expuesto, tiene dos lecturas diferentes, por un lado estarían las empresas preocupadas por dar un mejor servicio a sus clientes de manera que las expectativas de estos se cumplan o superen, de forma tal que sus evaluaciones y comentarios sean positivos, lo cual redundará en su promoción, pero por otro lado existen clientes cuyas expectativas son muy altas aun teniendo en cuenta que el servicio seleccionado se realiza según el presupuesto disponible, es decir, por ejemplo, desean servicios cinco estrellas cuando pagan solo por uno de tres, situación ésta que puede ser contraproducente para las empresas puesto que su prestigio y estabilidad pueden verse afectadas, al momento de que el cliente dé su apreciación del servicio recibido. En conclusión es importante que las empresas tomen en cuenta tanto las ventajas como las desventajas que herramientas como el internet les puede brindar.

Las tecnologías no solo están relacionadas con la publicidad, sino también con la gestión de la información, para lo cual se desarrollan sistemas informáticos para diversas tales como: el área

contable, gestión de personal, bases de datos de clientes, programas de reservaciones, entre otros, esto ha hecho que las TIC, como ya se ha mencionado, contribuyan al crecimiento del turismo y al aumento de la oferta y la demanda.

Por tanto al ofrecer un servicio turístico vía internet, se corre el riesgo de que los consumidores queden insatisfechos, ya que es un servicio intangible y no se puede mostrar físicamente, así que los clientes pueden no ver cumplidas las expectativas esperadas generando esto una pérdida económica y psicológica tanto para la empresa como para el usuario. Sin embargo, también es cierto que las empresas cuentan con herramientas para hacer ofertas claras, precisas y mantener un control previo, concurrente y posterior de los servicios prestados a sus clientes, por tanto debe hacer uso de estas herramientas para estar al consciente de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

La industria del turismo depende en gran escala de la información, debido a que los turistas antes de realizar sus viajes, indagan con anterioridad la información para planear y elegir las mejores opciones, es por ello que en la actualidad las nuevas modalidades de turismo como es el caso del Turismo Comunitario debe aprovechar los beneficios que brinda la tecnología para darse a conocer ya no solo a nivel local y nacional sino también a nivel internacional, lo que ha permitido hasta ahora que se genere un gran aumento de afluencia de visitantes a las comunidades publicitadas por este medio.

Impacto de las TIC en las Organizaciones

Ahora bien las empresas turísticas están renovando sus modelos de negocios, pasando a ser nuevas organizaciones que incorporan tecnologías de punta, entendida esta como la suma del conocimiento que se posee sobre cómo hacer las cosas, Koontz, Weihrich y Cannice (2012) y nuevas formas de hacer negocio, haciendo uso de la tecnología para el mercadeo, combinando la distribución del producto y la prestación del servicio, lo que hace que puedan tener un alcance global y una venta efectiva.

Las organizaciones encargadas de la venta deben brindar calidad en el servicio generando excelente atención al cliente, ofreciendo una respuesta rápida y oportuna a lo que él solicita, así mismo asesorándolo de los lugares turísticos que podría visitar en un lugar determinado, la

implementación de una buena estrategia en la red de una empresa, puede tener excelentes y óptimos resultados, llevándolos a una expansión del negocio.

En la actualidad a nivel mundial los proyectos de Turismo Comunitario están siendo ofertados mediante la utilización de organizaciones como son las agencias de viajes, operadoras de turismo⁸, entre otras, estas proporcionan a los clientes la información que ellos requieren, no sin antes haber generado convenios con las comunidades que ofrecen este tipo de servicios, que están enfocadas en compartir las actividades diarias que se desarrollan de manera cotidiana en el sector rural como es el caso de las siembras, cosechas, ordeño, deshierbas, pastar animales etc., todo esto se ofrece a un nuevo segmento de mercado que busca nuevas alternativas de hacer turismo incursionando en el disfrute de la naturaleza y el modo de vida de las personas en sectores rurales. A continuación se presentan en la tabla N° 3 algunas operadoras de turismo latinoamericanas especializadas en Turismo Comunitario.

Tabla N° 3 Operadoras de Turismo Comunitario en Latinoamérica

PAIS	NOMBRE DE LA EMPRESA
Argentina	Origins
	Sianca Viajes y Turismo
Bolivia	Red Tusoco
Brasil	Red Tucum
	Central de turismo comunitario da Amazonia
Chile	Travolution
Costa Rica	Actuar
	Turismo Autentico
	Simbiosis Tours

⁸ Empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados, integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

	Vacaciones con familias campesinas
Ecuador	Runa Tupari
	Pakariñan
	Saraguro Rikuy
	Ruruha Razurku
	Ricancie
	Maquita Turismo
El Salvador	Toururales
	Perkintours
Guatemala	Viva Atitlan
México	Trotona
Nicaragua	Matagalpa Tous
Panamá	Panamá al Natural
Perú	Pacha Mama
	Cooperativa Coclatours
Uruguay	Retos al Sur

Fuente: Elaboración propia Quiñónez, M. (2019) a partir de Cañada, (2015)

Pero el trabajar con estas organizaciones no es el único canal de comercialización, que utilizan estas comunidades ya que recientemente se han capacitado para la implementación y utilización de las TIC en los sectores rurales y esto ha traído consigo buenas expectativas ya que son los mismos miembros de la comunidad los que ofrecen y venden sus productos y servicios de manera on line, lo que ha permitido que se expanda sus ofertas y generen mayor demanda a sus comunidades.

Toda esta iniciativa ha dado buenos resultados en las comunidades y han generado de una u otra manera:

- Reducción de los costes operativos
- Nuevas formas de personalizar relaciones con los clientes.
- Aumento en la oferta de servicios y productos.
- Incremento de clientes.
- Reducción de barreras para afrontar nuevos negocios no turísticos.
- Incremento del conocimiento del cliente
- Perfeccionamiento de las acciones de marketing.

Mientras que las ventajas para los clientes que adquieren los productos ofertados serían:

- Transparencia de precios,
- Información visual, gráfica,
- No existen barreras geográficas,
- Ahorro de tiempo y capacidad de oferta personalizada.
- Conocer el servicio antes de comprarlo-

Por todo ello el internet es considerado un gran impulsor del Turismo Comunitario ya que permite generar una información veraz, oportuna y amplia que contribuye a que la demanda de ante mano tenga conocimiento sobre el sitio que va a visitar y pueda tomar la mejor decisión al momento de realizar un viaje, y de igual manera los oferentes al captar un nuevo mercado deben en lo posible tratar de cubrir con las expectativas del cliente para satisfacer sus necesidades y hacer de su viaje una experiencia placentera, lo cual redundará en promoción para los destinos disponibles.

Ventajas y desventajas de las TIC en el Turismo Comunitario

Las Tecnología de la Información y Comunicación desde sus inicios han representado un gran avance para la humanidad y ciertamente le ha servido en innumerables situaciones, tales como; la salud, en la conquista del espacio exterior, en la educación, en la economía, en la comunicación, entre otros; sin embargo también ha significado en muchas ocasiones una amenaza para el hombre.

En el caso de internet, su enorme versatilidad puede convertirse en un obstáculo en la aproximación de los usuarios a la gran red de redes, al verse desbordados por sus extraordinarias dimensiones, para lo cual es de suma importancia no solo disponibilidad de conexión de calidad sino el conocimiento en el uso adecuado y su aplicación.

Como en todo ámbito existen ventajas y desventajas de la utilización de las TIC, en este caso el área del Turismo Comunitario no es la excepción, por lo que a continuación se dará a conocer algunas de ellas.

Ventajas

- Adecuada información sobre los lugares a los cuales se desea visitar.
- Ayuda a empresas a mejorar su eficiencia y ser más competitivas.
- Ofrecer un servicio personalizado y con la ventaja de tener varias alternativas de proveedores.
- Incremento de la economía de un país mediante la promoción y venta del Turismo Comunitario haciendo uso de las TIC.
- Ayuda al surgimiento de los pueblos.
- Descanso vacacional.
- Permite la participación activa de los turistas al momento de elegir, al proporcionar información flexible y dinámica.
- Permite ofrecer productos y servicios.

Desventajas

- Una de las desventajas más importantes que se puede resaltar, es que la relación entre personas ya no se dará cara a cara y esto puede a veces ser un aspecto un tanto negativo puesto que ya no se puede estar seguro del producto o servicio que se va a adquirir, provocando quizá una inconformidad por parte del turista o la persona que solicitó el servicio.
- Falta de privacidad.
- Disminución en los puestos de trabajo.
- Fraudes informáticos.
- La poca accesibilidad para personas que no cuentan con el equipo necesario.

Es por ello que se puede decir con certeza que las sociedades actuales han sido influenciadas con el uso de las TIC de forma positiva y negativa, y de todos depende hacer buen uso de las mismas ya que ello generará la credibilidad de los servicios que se están ofertando a los turistas.

Este mismo orden de ideas, es interesante destacar que las empresas turísticas enfrentan una serie de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas cuando el aplicar las TIC a sus organizaciones se refiere, De Pablo y Juberías (2005), en este sentido se presenta la tabla N° 4 con un resumen de las más resaltantes.

Tabla N° 4: Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las empresas del sector turístico

DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Barreras internas, cultural, idioma, fiscal, etc. • Estructura tecnológica ineficiente 	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor competencia: presión a la baja en márgenes • Llegada de empresas turísticas de afuera
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte incremento del negocio turístico • Migración de datos a los canales on line 	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Globalización del mercado • Proceso de desintermediación turística • Desregulación Administrativa

Fuente: Elaboración propia Quiñónez, M. (2019) a partir de De Pablo y Juberías (2005)

Turismo Virtual

El turismo virtual constituye una de las nuevas tendencias en lo que ha turismo se refiere, es decir, consiste en visitar diferentes destinos de manera virtual con la finalidad de tener una aproximación de la realidad, tal como lo afirma (Chamorro, 2008, p. 33), “el turismo virtual permite a las personas visitar los destinos a través de mundos virtuales que ofrecen una aproximación a lo que se verá en realidad”, todo esto se puede dar gracias a los avances tecnológicos, es posible conocer un lugar sin la necesidad de estar ahí, esto evidentemente se da a través de sistemas cibernéticos dónde se pretende que los turistas visiten un punto de interés como sitios arqueológicos, edificios

emblemáticos, centros históricos y hasta arrecifes de coral, todo de manera digital, pudiendo los turistas elegir el lugar donde quieran dirigirse. Sin embargo, son más las expectativas creadas alrededor de esta modalidad que el número de visitantes reales de esos mundos virtuales. Chamorro (2008)

Conclusiones

Como consecuencia del análisis de la Utilidad de las TIC en el Turismo Comunitario, al que se ha hecho referencia en el presente documento, se presentan algunas conclusiones del trabajo de investigación:

- Las principales ventajas durante el desarrollo y evolución de las TIC han sido generalmente la accesibilidad de información y datos necesarios para la elección de destinos y servicios haciendo referencia a la actividad turística.
- Proporciona a las personas un ahorro de tiempo evitando traslados innecesarios.
- Es más fácil para cualquier organización dar a conocer a los clientes o usuarios información acerca de sus servicios y productos.
- Le da a las organizaciones una mayor competitividad al ofrecer virtualmente los productos y servicios que provee a sus clientes.
- Gracias a la interacción *proveedor-cliente* se pueden realizar distintas evaluaciones para lograr el mejoramiento de los servicios que así lo requieran.
- Tienen el apoyo de material digital y audiovisual para llamar la atención del cliente.
- Facilita el acceso de información en cualquier momento del día.
- Favorece la interacción a nivel mundial.
- Se ha mencionado que han ayudado a la reducción de impactos en el medio ambiente ya que varias empresas y organizaciones prefieren utilizarlas para publicar su información digitalmente en lugar de hacerlo de forma impresa.
- Permiten nuevos procesos de innovación tecnológica que moviliza la capacidad de una organización.

El desarrollo de las tecnologías de información y comunicación ha modificado no solo las funciones respectivas de la fuerza de ventas y de la publicidad, sino también a cambiar los objetivos y contenido de la comunicación publicitaria, la cual puede decirse que es interactiva, por lo que los

usuarios tienen la posibilidad de demandar, elegir y devolver información. De igual forma se tiene fácil acceso a bases de datos sobre productos y/o servicios disponibles, precios, ubicación, entre otros, es decir, la empresa se enfrenta a un público mejor informado.

Referencias

1. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XL (2007) 677-710 / ISSN: 1133 3677.
2. Bossio, J. (2011) Factores de sostenibilidad en sistemas de información para pobladores rurales en el Perú. Revista Debate Agrario: análisis y alternativas. Perú, pp.119-142.
3. Cañada E. (2015). La Comercialización del Turismo Comunitario en América Latina. Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica, 41: 159-189. Recuperado de: <file:///C:/Users/Sistemas/Downloads/Dialnet-LaComercializacionDelTurismoComunitarioEnAmericaLa-5251857.pdf>.
4. Castells M. (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial.
5. Chamorro R. (2008). Una revolución en el turismo gracias a las TIC. Bit 170. Ago. – Sep. 2008. Recuperado de: <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/30-33.pdf>.
6. Domingo, L. (1999). Turismo, desarrollo y medio ambiente.
7. Harold K., Heinz W, y Mark C. (2012). Administración. Una perspectiva global y empresarial. México D.F. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
8. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2015) Tecnología de la Información y Comunicación.
9. Jensen, R. (1999). Dream Society. McGraw Hill. New Yo.
10. Pablo R. y Juberías G. (2005). Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico. Universidad Nacional de Educación a Distancia (U.N.E.D.) Facultad de Ciencias
11. Económicas y Empresariales España. Recuperado de: https://studylib.es/doc/5131991/5_pablo-redondo-y-juberias-caceres.
12. Romo, T. (2012). Definiciones de turismo. México.
13. Sarason, S. B. (1974). The psychological sense of community: prospects for a community psychology. San Francisco: Jossey Bass.

14. Schumacher, E. (1975). Pequeño es hermoso: economía como si la gente importara. Nueva York, Harper & Fila.
15. Sen, A. (2000). Desarrollo y libertad. Bogotá: Planeta.
16. Vilaseca, J., Torrent, J. y Díaz, A. (2001). L'economia del coneixement. Paradigma tecnològic i canvi estructural. Una anàlisi empírica i internacional per a l'economia espanyola, Working Paper Series WP02003, Barcelona. Secretariat for Economic Affairs (SECO), Lugano, Suiza, 2003.
17. We Are Social y Hootsuite, 2019, Numero de usuarios de internet en el mundo, recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/> 15/02/2019

References

1. Escorialense Legal and Economic Yearbook, XL (2007) 677-710 / ISSN: 1133 3677.
2. Bossio, J. (2011) Sustainability factors in information systems for rural people in Peru. Agrarian Debate Magazine: analysis and alternatives. Peru, pp. 119-142.
3. Cañada E. (2015). The Marketing of Community Tourism in Latin America. Yearbook of Central American Studies, University of Costa Rica, 41: 159-189. Recovered from: file:///C:/Users/Sistemas/Downloads/Dialnet-LaComercializacionDelTurismoComunitarioEnAmericaLa-5251857.pdf.
4. Castells M. (2009). Communication and Power Madrid: Editorial Alliance.
5. Chamorro R. (2008). A revolution in tourism thanks to ICT. Bit 170. Aug. - Sep. 2008. Recovered from: <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/30-33.pdf>.
6. Domingo, L. (1999). Tourism, development and environment.
7. Harold K., Heinz W, and Mark C. (2012). Administration. A global and business perspective. Mexico DF. McGraw-Hill / Interamericana Editors S.A. from C.V.
8. National Institute of Statistics and Census (INEC) (2015) Information and Communication Technology.
9. Jensen, R. (1999) .Dream Society. McGraw Hill. New Me.
10. Pablo R. and Juberías G. (2005). Impact of new technologies in the tourism sector. National University of Distance Education (U.N.E.D.) Faculty of Science

11. Economic and Business Spain. Recovered from: https://studylib.es/doc/5131991/5_pablo-redondo-y-juberias-caceres.
12. Romo, T. (2012). Tourism definitions Mexico.
13. Sarason, S. B. (1974). The psychological sense of community: prospects for a community psychology. San Francisco: Jossey Bass.
14. Schumacher, E. (1975). Small is beautiful: economy as if people matter. New York, Harper & Fila.
15. Sen, A. (2000). Development and freedom Bogotá: Planet.
16. Vilaseca, J., Torrent, J. and Díaz, A. (2001). L'èconomia del coneixement. Technological and canve structural paradigm. An empirical and international analysis per al'economia espanyola, Working Paper Series WP02003, Barcelona. Secretariat for Economic Affairs (SECO), Lugano, Switzerland, 2003.
17. We Are Social and Hootsuite, 2019, Number of internet users in the world, retrieved from: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/> 02/15/2019

Referências

1. Anuário Jurídico e Econômico Escorialense, XL (2007) 677-710 / ISSN: 1133 3677.
2. Bossio, J. (2011) Factores de sustentabilidade em sistemas de informação para pessoas rurais no Peru. Revista Agrarian Debate: análise e alternativas. Peru, pp. 119-142.
3. Cañada E. (2015). A comercialização do turismo comunitário na América Latina. Anuário de Estudos da América Central, Universidade da Costa Rica, 41: 159-189. Recuperado de: file:///C:/Users/Sistemas/Downloads/Dialnet-LaComercializacionDelTurismoComunitarioEnAmericaLa-5251857.pdf.
4. Castells M. (2009). Comunicação e Poder Madri: Aliança Editorial.
5. Chamorro R. (2008). Uma revolução no turismo graças às TIC. Bit 170. agosto - setembro de 2008. Recuperado de: <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/30-33.pdf>.
6. Domingo, L. (1999). Turismo, desenvolvimento e meio ambiente.
7. Harold K., Heinz W e Mark C. (2012). Administração Uma perspectiva global e de negócios. México DF. McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.

8. Instituto Nacional de Estatística e Censo (INEC) (2015) Tecnologia da Informação e Comunicação.
9. Jensen, R. (1999). Dream Society. McGraw Hill. New Me.
10. Pablo R. e Juberías G. (2005). Impacto de novas tecnologias no setor de turismo. Universidade Nacional de Educação a Distância (U.N.E.D.) Faculdade de Ciências
11. Espanha Económica e Empresarial. Recuperado de: https://studylib.es/doc/5131991/5_pablo-redondo-y-juberias-caceres.
12. Romo, T. (2012). Definições de turismo México
13. Sarason, S. B. (1974). O senso psicológico da comunidade: perspectivas para uma psicologia comunitária. San Francisco: Jossey Bass.
14. Schumacher, E. (1975). Pequeno é bonito: economia como se as pessoas importassem. Nova Iorque, Harper & Fila.
15. Sen, A. (2000). Desenvolvimento e liberdade Bogotá: Planeta.
16. Vilaseca, J., Torrent, J. e Díaz, A. (2001). L'economia del coneixement. Paradigma tecnològic e estructural. Uma anàlisi empírica e internacional por al'economia espanyola, Working Paper Series WP02003, Barcelona. Secretariat for Economic Affairs (SECO), Lugano, Suíça, 2003.
17. Somos sociais e Hootsuite, 2019, Número de usuários da Internet no mundo, recuperados de: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/> 15/02/2019

©2019 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).