



# COMPETENCIAS DIGITALES NECESARIAS EN LOS PROFESIONALES DEL TURISMO PARA LA GESTIÓN DE CONTENIDOS A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

**ARANGO MORALES AMBAR JAZMIN**

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

[amsamape@gmail.com](mailto:amsamape@gmail.com)

**TAMAYO SALCEDO ANA LETICIA**

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

[alts2002@hotmail.com](mailto:alts2002@hotmail.com)

**CASTRO RICALDE DIANA**

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

[castrod4@gmail.com](mailto:castrod4@gmail.com)

## RESUMEN

La necesidad de desarrollar competencias digitales en los profesionales en turismo, implica, no sólo consumir información sino y sobre todo, generarla y gestionarla, con la finalidad de manipular, modificar y recrear información, en favor de turistas, empresas, organizaciones e instituciones que tengan alguna relación o influencia de forma directa o indirecta en materia turística. El desarrollar estas competencias digitales implica la capacidad de buscar, seleccionar y transformar la información, para convertirla en contenidos que satisfagan las necesidades y requerimientos de los turistas, en relación con sus viajes. Por ello se presentan resultados parciales de investigación sobre el uso de herramientas tecnológicas en la web 2.0 que permiten la interacción, interconectividad y colaboración entre los agentes del turismo para la búsqueda y edición de información que permita la localización de destinos a través de mapas y atlas interactivos; comparación de precios, productos y calidad de servicios; y planificación de viajes.

**Palabras clave:** Educación Digital, Competencias profesionales, Gestión de Información, Gestión del Conocimiento





## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, generar información, distribuirla, compartirla y almacenarla, ya no resulta suficiente; especialmente en términos educativos que exigen formas distintas de enseñanza, y nuevos entornos para el aprendizaje. La formación de profesionales en este siglo XXI demanda rebasar el papel de “consumidor pasivo” de datos y hechos, de apacible lector de aquello que ya ha sido escrito por otras personas y generado en otras latitudes, y configurar un nuevo tipo de profesionales, capaces de saber qué hacer con la información que reciben, y con las competencias necesarias para reelaborar y reconfigurar dicha información, aprovechando racionalmente todos los recursos tecnológicos que tienen a su alcance.

Lograr la formación de este tipo de profesionales en el campo del turismo, implica dotarles de las competencias digitales necesarias para transitar a las “Sociedades del Conocimiento”<sup>1</sup> (SC), en las cuales la generación y adquisición de conocimientos significativos exige la participación activa, constructiva y colaborativa de alumnos y docentes; quienes, en palabras de los catedráticos españoles Cabero y Llorente (2008, p. 8), deben asumir la precaución de: “[...] no realizar el paralelismo entre información y conocimiento, y no caer en el error de creer que tener más información, es estar más informado”.

En este marco se realiza la investigación “Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación para la formación en turismo”, donde se presentan en esta ponencia resultados parciales en torno a las competencias digitales para la Web 2.0 y la forma como el profesional en turismo debe convertirse en gestor de contenidos a través de las herramientas de la Web 2.0.

## COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA WEB 2.0

De acuerdo con las investigadoras argentinas Maris y Orellano (2007), las destrezas o habilidades adoptan un concepto distinto con base en el contexto en el cual se utilicen; así, en el ámbito laboral, la competencia es concebida como: “[...] la capacidad potencial para desempeñar o

---

<sup>1</sup> Esta denominación es atribuida al austriaco Peter Drucker, conocido como el “Filósofo de la Administración del Siglo XX”, quien también a principios de los años sesenta pronosticó el surgimiento de una sociedad en la cual el conocimiento constituye la fuente más importante de la productividad. Pero a quien se considera como el principal promotor de la SC en la década de los setenta, es a Daniel Bell, por caracterizar dicha sociedad como una economía basada en servicios y una estructura conformada por profesionales técnicamente cualificados, orientada hacia el progreso tecnológico y la evolución de la tecnología (Krüger, 2006).





realizar las tareas correspondientes a una actividad o puesto”; mientras que en el contexto educativo implica: [...] una capacidad de actuar de manera eficaz en un tipo definido de situación, capacidad que se apoya en conocimientos, pero que no se reduce a ellos, ya que generalmente requiere que usemos y asociemos varios recursos cognitivos complementarios” (ibídem, p. 5).

Para autores como Barnnet (2001) las competencias, de forma genérica, involucran el dominio tanto del “qué”, como del “cómo” (conocimientos y habilidades), pueden ser aplicables tanto en situaciones hipotéticas como prácticas, y ser “transferibles”, es decir, aplicables en otros contextos y situaciones distintas, pero con características similares entre una y otra, lo que en términos de enseñanza y aprendizaje en las instituciones educativas mexicanas es una aspiración de la formación profesional que se impulsa.

En el marco de la Web 2.0<sup>2</sup>, los principales procesos que la caracterizan, como son la interacción –posibilidad que tienen los usuarios para expresarse y opinar, compartir información de interés-, la interconectividad –facilidad de acceso a Internet a través de múltiples dispositivos- y la colaboración –todos tienen la posibilidad de generar y distribuir información, de “controlar” lo que se publica y de formar grupos y redes de intercambio-, exigen el desarrollo de competencias digitales, es decir, de aquellas capacidades para “[...] entender, evaluar de manera crítica y utilizar en diversos contextos los medios digitales y de comunicación” (Vargas, et. al., 2014, p. 363).

En orden de aprovechar el potencial de estos procesos de interacción, interconectividad y colaboración que constituyen la Web 2.0, y a un mismo tiempo favorecer la transición de la información al conocimiento se requiere adquirir algunas competencias digitales como:

- Uso y aplicación de herramientas tecnológicas de la web y de la web 2.0.
- Habilidades para la búsqueda, selección y clasificación de información a través de Internet.
- Conocimiento de Bases de Datos y Repositorios digitales de información, así como de bibliotecas tanto electrónicas como virtuales.

---

<sup>2</sup> Este término es atribuido al norteamericano Dale Dougherty quien lo utilizó por primera vez en una conferencia para referirse a los sitios web que permitían la participación colaborativa de los usuarios, a diferencia de la Web 1.0, cuyas posibilidades se restringían a la consulta en línea de datos e información elaborados y difundidos por “expertos” (INTEF, 2012).





- Capacidad de comunicación e interacción en entornos digitales.
- Conformación de grupos colaborativos y redes, en red.
- Disposición a la actualización y capacitación tecnológica constante y permanente (por la obvia obsolescencia de las tecnologías y sus tiempos cortos de “vida”).

En el marco variopinto y heterogéneo de las necesidades e intereses individuales de visitantes y turistas, el manejo y aplicación de la información que se tiene al alcance a través de las tecnologías, debe ser complementado y enriquecido con la posibilidad de generar, compartir y gestionar nuevos productos y servicios turísticos; tomando como punto de partida dicha información, pero reconfigurándola y adaptándola a tales particularidades, lo que abre un amplio panorama de alternativas y opciones para los profesionales del turismo. Ya que involucra: “[...] el desarrollo de saberes de mayor complejidad, pero que pueden ser aplicables en cualquier ámbito y escenario futuro y le pueden servir de apoyo al profesional en la toma de decisiones, en la clasificación e interpretación de datos, y en el planteamiento de posibles alternativas de solución a problemas complejos” (Sánchez y Castro, 2013).

De aquí que se postule como indispensable el desarrollo de competencias digitales en los alumnos y profesores universitarios durante su proceso de formación, lo que la propia SECTUR visualiza como Área de Oportunidad en el estudio titulado “Impacto de las Nuevas Tecnologías en el Turismo Mexicano” (2007, p. 24), en el cual recomienda: “Incorporación de las TIC como materia de estudio obligatoria dentro de los planes de estudio de todos los planteles educativos en donde se impartan carreras (profesional o técnica) relacionadas con el turismo”.

## **EL PROFESIONAL EN TURISMO COMO GESTOR DE CONTENIDOS**

Al hablar de esta necesidad de desarrollar competencias digitales en los profesionales en turismo, no sólo para consumir información sino y sobre todo, para generarla y gestionarla, se está haciendo referencia explícita a la capacidad de docentes y alumnos universitarios para adquirir e incrementar durante el proceso de formación las destrezas de manipular, modificar y recrear información, en favor de turistas, empresas, organizaciones e instituciones que tengan alguna relación o influencia de forma directa o indirecta en materia turística.





Pero la gestión de contenidos, va más allá del conocimiento y aplicación del tradicional Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management Systems o CMS), ya que un contenido, en términos formales, puede ser definido como: “El conjunto de los elementos y procesos que constituyen la base de los objetos y condicionan la existencia, el desarrollo y la sustitución de sus formas” (EPU, 1965). Se basan en información, en datos tangibles, pero éstos son organizados e interrelacionados de acuerdo con el objetivo que se pretende alcanzar, y pueden ser modificados o adaptados según se requiera.

Y éste es el tipo de competencias digitales que se deben desarrollar en la formación profesional en turismo, en el marco de la Web 2.0: la capacidad de buscar, seleccionar, controlar, manipular y transformar la información y convertirla en contenidos que satisfagan las necesidades y requerimientos de los turistas, en relación con sus viajes.

Esto, porque los turistas no sólo demandan datos fidedignos, recientes e inmediatos para planear, decidir, reservar y adquirir servicios básicos de transportación, hospedaje e incluso alimentación, sino también requieren información in situ de horarios, ubicación, reserva y compra de servicios complementarios diversos, como pueden ser los relativos a entretenimiento y animación (entre muchos otros). Y al final del viaje, igualmente solicitan evaluar su experiencia, tanto en términos positivos como negativos, y compartirla con otros usuarios de Internet y con los mismos proveedores o prestadores del servicio utilizado.

A su vez, proveedores, prestadores de servicios, autoridades y otros agentes involucrados con el turismo exigen contar con datos, estadísticas y resultados generados por los propios turistas que les permitan valorar los productos y servicios proporcionados, la toma de decisiones en torno a la oferta; así como innovación de productos y servicios, en la imagen de una marca, en la planeación y elección entre múltiples opciones de destino, en conocer las necesidades y gustos de sus clientes, para ganar notoriedad, visibilidad y posicionamiento como una vía para acercarse a los consumidores y potenciales clientes.

Porque aun cuando la información sea la misma, el contenido será distinto en función del propósito que se pretenda alcanzar, del tratamiento que se le dé, y por supuesto, de las combinaciones que se hagan con ella. Ya que un contenido lleva implícita la posibilidad de desarrollo sin fin, al estar enmarcado en la lógica de una dinámica incesante, en la que se puede





filtrar la información, caracterizarla, fusionar los datos y reelaborarlos o recrearlos, pero esto de acuerdo con las competencias digitales, en el profesional en turismo debe marcar un punto de inflexión que les ayude a ser más competitivos en la actividad turística.

## **HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y COMPETENCIAS DIGITALES PARA EL TURISMO**

La Web 2.0 se caracteriza por la posibilidad de interacción, interconectividad y colaboración, principalmente; así, para compartir y utilizar información de interés, los usuarios pueden utilizar los mapas y atlas interactivos, que son aquellas herramientas tecnológicas mayormente empleadas en el turismo ya que facilitan la planificación de los viajes al ofrecer información visual sobre los destinos a visitar y la ruta de viaje. Un ejemplo destacado de dicho recurso es [maps.google.com](http://maps.google.com), que hace posible hacer recorridos turísticos virtuales y, en algunos casos, en tercera dimensión. Para ello, es esencial el desarrollo de la competencia digital en el uso y aplicación de las herramientas tecnológicas de la web 2.0., así como la disposición a la actualización constante, toda vez que estos sitios y medios se encuentran en renovación continua.

Otra herramienta ampliamente difundida en el ámbito turístico, son los sitios web para la comparación de precios, productos y calidad de los servicios, ya que permiten estar al tanto de las variaciones en los costos, de las fechas en las cuales los clientes podrán comprar lo necesario para su viaje a un menor precio. Además de facilitar la organización y planificación del desplazamiento, favorecen la posibilidad de compartir ideas, sugerencias y ofertas entre los propios usuarios, lo que sin duda tiene qué ver con las características de interacción e interconectividad de la Web 2.0, y con tres competencias digitales básicas como el conocimiento de aquellas Bases de Datos y Repositorios de información, así como con la capacidad de comunicarse con otras personas, e incluso con la habilidad de conformar grupos colaborativos en red.

Páginas como Mobissimo –tan sólo por citar uno de múltiples ejemplos que existen en Internet para comparar precios de vuelos, automóviles y hoteles-, constituye un repositorio interactivo de información en permanente actualización, que favorece la comunicación con otros clientes quienes comparten los precios y la fecha de la adquisición; y que constituye a un mismo





tiempo un ejemplo de colaboración en red ya que cada usuario, de forma independiente, comparte datos para el logro de un objetivo común, como sería por ejemplo, encontrar el vuelo más económico en determinada fecha; y aparte, su esfuerzo individual puede ser aprovechado y multiplicado, dependiendo del número de personas que aprovechen la información compartida.

En relación con las herramientas de búsqueda y edición de información más populares en Internet, los blogs, las wikis, los diarios de viaje y las comunidades de viajeros, ya que propician que los usuarios opinen y se expresen libremente en cuanto a la calidad de los productos y servicios turísticos consumidos; y a la vez, comparten datos de interés con otros viajeros. Lo que tienen en común todos estos recursos en red, es la posibilidad de compartir, intercambiar, difundir lo que se desee e incluso existen aquéllos que cronológicamente van “narrando” en tiempo real, y a manera de un diario en sí, las experiencias que van adquiriendo y los sitios que van conociendo.

Por su parte, los foros de viaje integran múltiples perspectivas de personas de todo el orbe; TripAdvisor es un buen ejemplo de un recurso tecnológico ampliamente utilizado y conocido en términos turísticos, que conjuga las características de un blog, de una wiki –por la posibilidad de colaboración entre usuarios, al expresar lo que piensan y dar recomendaciones a otros viajeros interesados-, de un diario de viaje y de una comunidad. Aunque en sí es un portal que también ayuda a planificar un viaje y realizar las reservaciones correspondientes, un uso extendido entre los usuarios del sitio es la evaluación y calificación de los servicios turísticos adquiridos a través de un ranking de opiniones.

Asimismo, la opción de ingresar a este tipo de foros y “conversar” virtualmente con otros usuarios, dependiendo de la temática que se elija (hoteles, líneas aéreas e incluso destinos) incrementa la interacción y colaboración de sus seguidores. En la siguiente imagen pueden observarse dichas herramientas y algunas de sus funciones, mayormente utilizadas en el ámbito turístico.





### Imagen 1. Herramientas tecnológicas de la Web 2.0 utilizadas en turismo



Sitios web de comparación de precios, productos y calidad

Herramientas de búsqueda y edición de información



Mapas y atlas interactivos

Planificación de viajes



**Fuente:** Elaboración propia, basada en Litvin, Goldsmith y Pan (2008).

Se enfatiza la necesidad de poseer y desarrollar todas las competencias digitales básicas: uso y aplicación de herramientas tecnológicas, habilidades para la búsqueda, selección y clasificación de información, conocimiento de Bases de Datos y Repositorios digitales, capacidad de comunicación e interacción, conformación de grupos colaborativos y redes, en red, y la disposición a la actualización y capacitación tecnológica, ya que todas se encuentran involucradas en el ámbito del turismo y en el marco de la web 2.0.

Además, se hace notar que todas estas competencias digitales –que por supuesto, no son las únicas- tienen que ser combinadas e integradas porque, por sí solas, podrían ser útiles para el manejo y adquisición de información; pero que al tener un propósito definido –como puede ser la planificación de un viaje, o la adquisición de un producto turístico, o bien, el compartir opiniones e intercambiar experiencias con otros turistas-, pueden tomar otro rumbo y sentido. Y más aún, si se interrelacionan y reconfiguran hasta conformar un contenido –un conjunto de aplicaciones adaptables y modificables-, presentan un potencial infinito, ya que precisamente la gestión de dichos contenidos, en función de un interés o necesidad particular de un turista, y acorde con el





perfil de un cliente cada vez más exigente que demanda nuevas formas de hacer y vivir el turismo, es lo que podrá diferenciar a un profesional contemporáneo en el ámbito turístico.

## **CONCLUSIONES**

En el marco de posibilidades del uso de las herramientas web 2.0 en la actividad turística, para relacionarse y coordinarse entre sí en el diseño y creación de proyecto, no se debe limitar su uso a reproducir, imitar o simular en el proceso formativo en turismo, por el contrario, se tiene que aprovechar sus potencialidades donde los alumnos deben aprender con herramientas que seguramente se encontraran más tarde en su ejercicio profesional.

Es decir, utilizar las herramientas web 2.0 como un medio y no como un fin, con los cuales se pueda aprender y pensar (Sánchez, 2001), como resultado de la interconectividad, la interacción y el trabajo colaborativo, donde alumnos y profesores reflexione el por qué, y para qué de estas herramientas en su vida académica y profesional.

Así, el desarrollo de las competencias digitales deben ir en el sentido de potenciar las experiencias, contrastar y relacionar permanentemente conceptos nuevos y aquellos previos ya aprendidos, así como también negociar sus significados, todo ello inmerso en un contexto constructivista, donde la gestión del conocimiento con un sentido formativo claro y se proporcionan las herramientas y materiales de construcción de significados que sean pertinentes para su campo de acción.





## **BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS**

Barnnet, R. (2001). Los límites de la competencia. El conocimiento, la educación y la sociedad. Barcelona, España: Ediciones Gedisa.

Cabero A., J. y Llorente C., M. C. (2008). La alfabetización digital de los alumnos. Competencias digitales para el siglo XXI. En "Revista Portuguesa de Pedagogía", año 42, número 2, pp. 7-28, Facultad de Psicología y Ciencias de la Educación. Portugal: Universidad de Coimbra.

EPU (1965). Forma y contenido. Diccionario Soviético de Filosofía. Montevideo, Uruguay: Ediciones Pueblos Unidos.

INTEF (2012). Multimedia y Web 2.0. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. España: Gobierno de España. Disponible en:

[http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo\\_1\\_Iniciacionblog/concepto\\_de\\_web\\_20.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/concepto_de_web_20.html)

Krüger, K. (2006). El concepto de Sociedad del Conocimiento. En "Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales", vol. XI, núm. 683. España: Universidad de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-683.htm>

Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. En "Tourism Management", Journal de Elsevier, vol. 29, número 3. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001343>

Maris A., S. y Orellano, V. (2007). Diseño del Currículum Universitario por Competencias. En "Teoría y Desarrollo del Currículum", Área Pedagógica de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Sánchez E., A. y Castro R., D. (2013). Cerrando la brecha entre nativos e inmigrantes digitales a través de las competencias informáticas e informacionales. En "Apertura", Revista de Innovación Educativa, vol. 5, número 3. México: Universidad de Guadalajara. Disponible en: <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura3/article/view/413>





SECTUR (2007). Impacto de las Nuevas Tecnologías en el Turismo Mexicano. Resumen Ejecutivo. Instituto de Competitividad Turística, Gobierno Federal. México: Secretaría de Turismo. Disponible en:

[http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/innovaciontecnologica/Impacto\\_Turismo\\_Mexicano.pdf](http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/innovaciontecnologica/Impacto_Turismo_Mexicano.pdf)

Vargas, J., Chumpitaz, L., Suárez, G. y Badía, A. (2014). Relación entre las competencias digitales de docentes de educación básica y el uso educativo de las tecnologías en las aulas. En "Profesorado", Revista de Curriculum y Formación del Profesorado, vol. 18, número 3, pp. 361-377. España: Universidad de Granada.

