



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO
DE MANABÍ**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTE
Y HUMANIDADES**

TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

TEMA

**“ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES PARA PROFESIONALES
DEL SECTOR TURÍSTICO. CASO MUSEÓLOGOS Y GUÍAS
TURÍSTICOS”**

AUTORES:

ÓSCAR ALEXANDER SALGADO CABRERA

MAILY YULITZA MOREIRA HERNÁNDEZ

TUTORA:

Mg. MARIUXI BRUZZA MONCAYO

Manta, abril 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Arte y Humanidades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 380 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es “**Análisis de las Competencias Digitales para profesionales del sector turístico. Caso Museólogos y Guías Turísticos**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponden a Óscar Alexander Salgado Cabrera y Maily Yulitza Moreira Hernández, estudiantes de la carrera de Turismo, período académico 2022 (2), quienes se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 4 de diciembre del 2022.

Lo certifico,

Mg. Mariuxi Bruzza Moncayo
Docente Tutor(a)
Área: Turismo

APROBRACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES PARA PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO. CASO MUSEÓLOGOS Y GUÍAS TURÍSTICOS**” ha sido realizado y concluido por los estudiantes Óscar Alexander Salgado Cabrera y Maily Yulitza Moreira Hernández; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Ing. Luis Reyes
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
DEL TITULACIÓN**

Ing. Amparo Cabrera
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Lizandro Molina
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Mg. Mariuxi Bruzza Moncayo
**DOCENTE TUTOR
DE TITULACIÓN**

Maily Yulitza Moreira Hernández
GRADUADA

Óscar Alexander Salgado Cabrera
GRADUADO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El siguiente proyecto de investigación es llevado a cabo como requisito previo a la obtención del título de Ingenieros en Administración de Empresas Turísticas en la ULEAM. Los criterios emitidos en este documento son propios de los autores, por lo que en caso de utilizar este contenido se debe dar los respectivos créditos a ellos.

Óscar Alexander Salgado Cabrera

Maily Moreira Hernández

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón la finalización de esta tesis a mí como persona, estoy y me siento muy orgullosa de mí, el saber que puedo lograr muchas cosas en esta vida no tiene precio. Mis fortalezas, mis debilidades, oportunidades han sabido guiarme con sabiduría al camino correcto y por supuesto que he tenido momentos difíciles, pero sin embargo he aprendido de ellos durante estos años y ahora puedo decir que he subido un escalón más para alcanzar el éxito. Pequeños pasos dan grandes resultados.

También le dedico esto con todo el amor del mundo a mi esposo Nixon, amor de mi vida gracias por todo, mi pilar fundamental que siempre me acompaña y guía en todo momento, que es feliz cuando estoy feliz y que me anima cuando me siento triste. Tu bendición a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien, por eso te doy mi trabajo en ofrenda por tu paciencia y amor. Te amo.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicar esto a mis hijos; Santiago y Saúl, ellos son mi más grande motivación en la vida, mi mayor orgullo que por más pequeños que sean siempre me han dado las fuerzas que he necesitado y a pesar de que crezcan siempre serán mis pequeños y por ellos lograré cumplir mis sueños y haré que se cumplan los de ellos. Mis niños, mis pequeños, mi todo, los amo y los amaré en esta vida y en todas las que haya.

Maily Yulitza Moreira Hernández

A Dios

Por darme la vida y estar siempre conmigo guiándome en mi camino.

El esfuerzo y las metas alcanzadas, refleja la dedicación, el amor que invierten sus padres en sus hijos. Gracias a mis padres son quien soy, orgullosamente y con la cara muy en alto agradezco a Juan Carlos Salgado Figueroa y Miriam Yazmina Cabrera Vásquez, mi mayor inspiración, gracias a mis padres he concluido con mi mayor meta.

Óscar Alexander Salgado Cabrera

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios que a pesar de las adversidades ha sabido guiarme en el camino correcto y me ha dado la oportunidad de poder culminar mi carrera, gracias a la universidad, profesores y mi tutora por compartir conocimientos para desarrollarme como la futura profesional que estoy por convertirme, sin ellos este proceso integral de formación no hubiera sido el mismo.

Gracias a mi familia conformada por mi esposo que es el principal motor de mi vida, que ha querido siempre verme superar las barreras de la vida y que siempre ha estado ahí para mí, amándome a pesar de todo lo malo y estando siempre conmigo diciéndome que no me rinda, Nixon, eres el padre de mis hijos y el amor de mi vida: hoy, mañana y siempre estaré agradecida por ser la persona que soy ahora y por la que me convertiré en un futuro, te amo y gracias por todo. Doy gracias a mis hermosos hijos Santiago y Saúl que aún recuerdo cuando estaban en mi barriga y una vez que los tuve en mis brazos realmente supe cuánto uno puede ser feliz en esta vida, mis hijos mi más grande sentido en la vida y mi motor de vida junto a mi esposo, gracias a ellos porque con solo pensarlos me dan el aliento necesario para seguir y superarme en esta vida, por ellos y para ellos. Los amo.

Gracias a mis padres por ser los principales motores de mis sueños, por confiar en mí cada día y sobre todo creer en mí, a mis hermanas por también acompañarme en este proceso y darme el aliento necesario que necesitaba. A mi suegra la cual se ha convertido como una segunda madre para mí y me ha brindado apoyo en todo momento, quedo muy agradecida, ya que con ella también he aprendido muchas cosas importantes en la vida. Doy gracias a mi cuñada que ha sabido tenerme paciencia y ha deseado siempre lo mejor para mí. Por último y no menos importante doy gracias a mi compañera de carrera y amiga: Génesis, la cual me ha apoyado y me ha acompañado también en este proceso, gracias a ella y por toda la ayuda brindada, porque también formó parte del camino y me alentó a seguir cuando no creía que podía llegar hasta aquí.

Maily Yulitza Moreira Hernández

Quiero expresar mi gratitud a dios, que con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme estudiar esta prestigiosa carrera.

De igual manera mis agradecimientos a toda la facultad, a mis profesores en especial a mi tutora de tesis.

Agradezco a mis padres que son mi motor de vida y mi mayor inspiración, que atreves de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

Óscar Alexander Salgado Cabrera

RESUMEN

Las competencias digitales son importantes en la actualidad, por lo tanto, los profesionales que se desempeñan en el ámbito turístico también deben poseer el conocimiento, las habilidades y destrezas sobre el manejo de estas herramientas, para estar a la altura de las exigencias del mercado y así satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes. En este contexto surge el siguiente proyecto de investigación enfocado en realizar un estudio acerca de las competencias digitales requeridas por los profesionales que desempeñan como guías turísticos y en museos, en el cantón Manta. En referencia a la metodología, se aplica un cuestionario de encuesta a los guías de los museos y agencias de viajes para evaluar sus competencias actuales. Entre los resultados se concluye que los profesionales turísticos necesitan habilidades en el manejo de software y/o aplicaciones para la creación de tours, diseño de guianza virtual, manejo de herramientas tecnológicas como office y correo electrónico. Asimismo, se solicita de conocimientos en la aplicación de la realidad aumentada y manejo de redes sociales. Al finalizar se elabora un marco de competencias digitales con el objetivo de reducir la brecha entre las competencias del perfil profesional y las del mercado. Se identifican cuatro categorías: Saber (Gestión de la información y habilidades de comunicación). Saber hacer: (Manejo del segundo idioma (inglés), realidad aumentada y BIG data, uso de software/ y o aplicaciones para tours virtuales, entre otras). Ser: (Creatividad, liderazgo y capacidad innovadora). Genéricas y transversales: (Capacidad de análisis y síntesis, toma de decisiones y compromiso ético).

Palabras clave: Competencias, competencias digitales, profesionales de guianza, museos y agencias de viajes.

ABSTRACT

Digital skills are important today, therefore, professionals who work in the tourism field must also have the knowledge, skills and abilities to manage these tools, to be up to the demands of the market and thus satisfying the needs of tourists and visitors. In this context, the following research project arises focused on conducting a study about the digital skills required by professionals who work as tour guides and in museums, in the Manta canton. In reference to the methodology, a survey questionnaire is applied to the guides of the museums and travel agencies to evaluate their current skills. Among the results, it is concluded that tourism professionals need skills in the management of software and/or applications for the creation of tours, virtual guide design, management of technological tools such as office and email. Likewise, knowledge is requested in the application of augmented reality and management of social networks. At the end, a framework of digital skills is developed with the aim of reducing the gap between the skills of the professional profile and those of the market. Four categories are identified: Know (Information management and communication skills). Know how to do: (Management of the second language (English), augmented reality and BIG data, use of software / and or applications for virtual tours, among others). Being: (Creativity, leadership and innovative capacity). Generic and transversal: (Capacity for analysis and synthesis, decision making and ethical commitment).

Keywords: Skills, digital skills, guide professionals, museums and travel agencies.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| Planteamiento del problema..... | 3 |
| Formulación del problema..... | 3 |
| Objetivo general..... | 4 |
| Objetivos específicos | 4 |
| CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO | 5 |
| 1.1 Nuevas tecnologías de información y comunicación | 5 |
| 1.2 Sector turístico | 6 |
| 1.3 Destrezas tics | 7 |
| 1.4 Tecnologías aplicadas al turismo..... | 8 |
| 1.5 Proceso de enseñanza-aprendizaje..... | 10 |
| 1.6 Competencias digitales | 10 |
| 1.6.1 Competencias digitales sector museólogos..... | 11 |
| 1.6.2 Competencias digitales sector guías turísticos..... | 13 |
| CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO | 17 |
| 2.1 Diseño de investigación..... | 17 |
| 2.2 Tipo de investigación..... | 17 |
| 2.3 Métodos | 17 |
| 2.4 Técnicas | 18 |
| 2.5 Instrumentos..... | 18 |
| 2.6 Población y muestra..... | 18 |
| 2.7 Recopilación de datos | 19 |
| CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 20 |
| 3.1 Resultado esperado: Objetivo 1 | 20 |
| 3.2 Resultado esperado del objetivo 2 | 25 |
| 3.2.1 Ficha metodológica para la encuesta | 25 |

| | |
|--|----|
| 3.2 Resultados de la encuesta realizada a los guías turísticos | 33 |
| 3.3 Resultados objetivo 3..... | 43 |
| CONCLUSIONES..... | 46 |
| RECOMENDACIONES..... | 47 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 48 |
| ANEXOS | 54 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Causas y efectos..... | 3 |
| Tabla 2. Herramientas tecnológicas utilizadas en museos..... | 12 |
| Tabla 3. Tendencias digitales en el sector turístico | 14 |
| Tabla 4. Unidades de análisis | 19 |
| Tabla 5. Matriz de contenidos teóricos..... | 20 |
| Tabla 6. Resumen de las competencias propuestas | 23 |
| Tabla 7. Marco de competencias | 43 |
| Tabla 8. Marco de competencias en profesionales de turismo | 44 |
| Tabla 9. Cuadro comparativo | 45 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Proveedores turísticos | 26 |
| Figura 2. Competencias | 27 |
| Figura 3. Habilidades digitales | 28 |
| Figura 4. Ponderación de las competencias digitales | 29 |
| Figura 5. Aspectos a mejorar | 30 |
| Figura 6. Alternativas para mejorar las competencias digitales | 31 |
| Figura 7. Responsables de las capacitaciones..... | 32 |
| Figura 8. Género | 33 |
| Figura 9. Edad..... | 34 |
| Figura 10. Proveedores de servicios turísticos | 35 |
| Figura 11. Género | 36 |
| Figura 12. Habilidades digitales | 37 |
| Figura 13. Capacitaciones en temas digitales | 38 |
| Figura 14. Capacitaciones..... | 39 |
| Figura 15. Fortalecimiento de capacidades | 40 |
| Figura 16. Autocapacitación | 41 |
| Figura 17. Otras aplicaciones | 42 |

INTRODUCCIÓN

La actual investigación consiste en llevar a cabo un análisis acerca de las competencias profesionales digitales en el campo turístico, con un enfoque específico en los museólogos y guías de turismo. Este trabajo como tal pretende contribuir al desarrollo económico y turístico del cantón Manta, beneficiando a la comunidad local y prestadores de servicios.

La formación en turismo no escapa a esta realidad y las renovadas directrices en el sector comprometen a reestructurar contenidos y escenarios de aprendizaje para preparar personas capaces de enfrentarse a los retos desencadenados por los rápidos cambios económicos, ambientales, sociales, culturales y tecnológicos a nivel mundial (Ortega, Medina y Osorio, 2020).

En efecto, el profesional del turismo debe adquirir y desarrollar una gran variedad de competencias cognitivas, actitudinales, etc., para poder desenvolverse de manera exitosa en esta área laboral, las cuales deben ser atendidas y promovidas por las instituciones de educación superior (Rivas, Cardoso y Cortés, 2019).

Desde luego, el mercado turístico le exige una alta preparación a los antiguos y nuevos profesionales de esta rama, para afrontar los nuevos desafíos del mercado y expectativas de los turistas y visitantes. Como tal, las entidades de educación superior desempeñan un papel trascendental en la formación de los prestadores de servicios turísticos, en tal caso se insta a la reestructuración de la malla de estudio de la carrera de turismo, de tal manera que se actualicen los pensum con nuevos contenidos para los estudiantes, mejorando así sus conocimientos, habilidades y destrezas en el uso de la tecnología aplicada a este sector.

Ante la nueva realidad digital se plantean nuevos retos, los museos del siglo XXI ven ampliadas sus fronteras y su radio de acción. Las nuevas tecnologías plantean una nueva realidad obligando a los museos a redefinir sus estrategias de comunicación. Para que los museos integren aspectos más innovadores en sus programas será necesario un ejercicio previo de diagnóstico global exhaustivo, que refleje fielmente el estado de la situación actual de la implementación de las TIC en el sector museístico (Gisbert, Yáñez y Peñamaría, 2013).

Así, la formación profesional permite la comprensión y el aprovechamiento de las tecnologías en los estudiantes para el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas que les permitan realizar sus actividades y trabajos de manera efectiva. En particular, el sector turístico se caracteriza por el uso de tecnologías para la prestación de servicios, así como por atender un mercado dependiente de estas tecnologías (Arango et al., 2020).

En la medida en que las organizaciones del sector del turismo incorporen herramientas tecnológicas, irán percibiendo nuevas ventajas competitivas en cuanto a servicios, calidad, costes, diferenciación o especialización, y acceso a mercados globales. Todo ello les permitirá tomar mejores decisiones estratégicas y la definición de nuevos modelos de negocio (Avilés et al., 2018). Las empresas turísticas deben capacitar periódicamente a sus colaboradores internos sobre el uso adecuado de las tecnologías, para mayor eficiencia en sus actividades.

En el Ecuador, el turismo es un sector que incorpora un amplio espectro de actividades económicas, culturales y recreativas complementadas con otra serie de actividades productivas conexas. La llegada de turistas internacionales al país proviene de América Latina y El Caribe, particularmente de ciudades como Lima, Bogotá y Panamá. Estos se caracterizan por visitar las ciudades más importantes, sobre todo las costeras (MINTUR, 2019). La actividad turística en Ecuador genera muchos réditos económicos generados por el ingreso de capitales extranjeros, aunque también se dinamiza este sector a través del desplazamiento de los habitantes del país (turismo interno).

La investigación se desarrolla en tres capítulos. En el capítulo I Marco Teórico se agregan los conceptos y definiciones sobre los tópicos a tratar en este proyecto. En el capítulo II Diseño Metodológico se describe el tipo, los métodos y técnicas para recopilar información. También se elabora el cuestionario de encuesta. Por su parte, en el Capítulo III Resultados y Discusión se ubican los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos. Al finalizar se añade la propuesta y se redactan las conclusiones y recomendaciones.

Planteamiento del problema

El principal problema es la deficiencia en el manejo y aplicación de herramientas digitales en los profesionales del campo turístico. Los efectos y consecuencias son profesionales con limitadas destrezas en TIC's aplicadas al sector turístico, falta de capacitaciones en las nuevas herramientas digitales y bajo personal calificado en el manejo de TIC's. Las causas de este problema se ven enfocadas en: costos elevados de las TIC's para la adquisición de competencias, surgimiento de nuevas tecnologías de información y comunicación aplicadas al turismo y debilidades en el proceso de enseñanza-aprendizaje en las TIC's por parte de las entidades de educación superior.

A continuación, en la tabla 1 se muestra el árbol de problemas como parte del esquema situacional de la problemática.

Tabla 1. Causas y efectos

| | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|
| Efectos/consecuencias | Profesionales con limitadas destrezas en tics aplicadas al sector turístico | Mal manejo de las TIC's por parte de los profesionales del turismo | Bajo personal turístico calificado en el manejo de TIC'S | Deficiente aplicación de las herramientas digitales |
| Problema central | Deficiencia en el manejo de las herramientas digitales en los profesionales del sector turístico | | | |
| Causas | Costos elevados de las TIC's para la adquisición de nuevas tecnologías en el sector turístico | Aparecimiento de nuevas tecnologías de información y comunicación aplicadas al turismo | Debilidades en el proceso de enseñanza-aprendizaje en las TIC's, por parte de las entidades superiores | Falta de capacitaciones en las nuevas herramientas digitales |

Fuente: Elaboración propia

Formulación del problema

¿Cómo potenciar las competencias digitales de los profesionales para el campo turístico: museólogos y guías?

¿De qué manera influyen las competencias digitales de los profesionales del sector turístico, para realizar sus actividades en el mercado laboral?

El *objeto de la investigación* radica en realizar un estudio sobre las competencias digitales que deberían ser adquiridas por los profesionales en el campo turístico. Mientras que el *campo de acción* son los museólogos y guías del cantón Manta.

Con respecto a la *idea a defender* esta se basa en diagnosticar el estado actual de las competencias digitales de los profesionales del campo turístico del cantón Manta, promoviendo y/o mejorando sus habilidades y destrezas. Con base a lo antes mencionado, yacen los siguientes objetivos generales y específicos de la investigación.

Objetivo general

Analizar las competencias digitales de los profesionales para el campo turístico: museólogos y guías en el cantón Manta.

Objetivos específicos

1. Fundamentar contenidos teóricos sobre las competencias digitales de los profesionales actuales para el campo turístico.
2. Identificar competencias digitales específicas demandadas por el sector turístico para museólogos y guías turísticos.
3. Proponer un marco de competencias digitales que ayude a reducir la brecha entre las competencias del perfil profesional y las del mercado.

La importancia de la investigación radica en diagnosticar el estado actual de las competencias digitales de los profesionales para el campo turístico: museólogos y guías del cantón Manta. Los resultados permiten sacar las conclusiones del caso y a partir de allí desarrollar estrategias que aporten al crecimiento del turismo en esta localidad.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se abordan los contenidos teóricos referentes a las palabras clave de la investigación. La información es consultada en fuente bibliográficas y se emiten criterios personales sobre la temática de estudio.

1.1 Nuevas tecnologías de información y comunicación

De acuerdo con Gieler, (2019) actualmente existen recursos como la inteligencia artificial y los Big Data, diseñados para llevar su tecnología de asistente de voz a hoteles y apartamentos. En este orden de ideas, es importante destacar que los recursos tecnológicos han servido de gran ayuda para el crecimiento de muchas industrias a nivel global y el turismo no está ajeno de esta premisa.

Actualmente las empresas y las personas están conectadas, intercambian información y realizan distintas actividades. La combinación de plataformas digitales, las opiniones y contenidos creados por el usuario, la integración de las redes sociales, los sistemas de posicionamiento global, el uso de los macro datos y la inteligencia artificial han transformado la forma de gestionar, consumir y compartir datos a nivel mundial (UNWTO, 2018).

Desde luego, el campo turístico también se ha visto influenciado de cierta manera por esta corriente, por lo cual ha incorporado dichas tecnologías en sus actividades, en pro de la mejora de la experiencia de los turistas y visitantes en los destinos. No obstante, esto también requiere inversión para la adquisición de equipos informativos y también del personal calificado para su correcto manejo, en pro de obtener las metas estipuladas por las empresas turísticas.

Como resultado de la aplicación de las nuevas tecnologías en la actividad del turismo se encuentra la transformación de dicha actividad que se traduce en la solución de problemas y la mejora de las ofertas (Piguave, 2018). En este sentido, se infiere que, al emplear dichos recursos tecnológicos, se busca diversificar la oferta de actividades y recorridos turísticos, fortaleciendo la calidad del servicio prestado y también la satisfacción de las necesidades tanto de clientes como los habitantes de estos territorios donde se lleva a cabo la práctica del turismo en sus distintas ramas.

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), ha permitido importantes avances tecnológicos y especialmente los enmarcados en la gestión estratégica de las empresas, brindando diversas herramientas que le han concedido realizar un mejor rol, entre las que se encuentran los sistemas de información integrados, la minería de datos y los sistemas inteligentes (Parrales, 2017).

Las Tecnologías de la Información y Comunicación son un grupo de recursos tecnológicos digitales cuyo fin primordial es gestionar la información, permitiendo el crear, recoger, almacenar y difundir la información. La apropiación de las TIC de una manera abrupta en la educación provocó un cambio fundamental en la enseñanza a nivel mundial, debido a la pandemia (Mamani y Alvites, 2021).

1.2 Sector turístico

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2019).

A través del constante movimiento de personas hacia distintos destinos a nivel mundial se producen muchos beneficios de carácter económico. Aunque también esta actividad como tal aporta a la mejora considerable de servicios básicos, carreteras, incremento de oferta de locales de alimentos y bebidas, infraestructura hotelera y también se generan plazas de empleo para los habitantes locales.

El turismo es una actividad compleja con fuerte impacto en el territorio. La complejidad no sólo se refiere a las múltiples dimensiones en que se manifiestan los impactos de económicos, sociales, ambientales, culturales y políticos, sino a la interacción de todos ellos (Azcué, Cruz y Varisco, 2018). En vista de lograr el desarrollo turístico local, los gestores y autoridades deben planificar, organizar y elaborar estrategias que aporten a mejorar las actividades en los destinos. También deben realizar los controles respectivos en los espacios turísticos para medir la atención e índices de calidad en cuanto al servicio ofertado a los visitantes.

El sector turístico es uno de los de mayor dinámica en el planeta, con altas tasas de crecimiento, generador de divisas y empleo, el segmento de mercado de personas con algún tipo de discapacidad está en crecimiento lo que puede significar beneficios económicos, adicionalmente el concepto de sostenibilidad indica que los sectores deben estar pendientes no solamente de aspectos monetarios, también de aspectos ambientales y sociales (Rodríguez, 2018).

Según la OMT, (2020) el papel del turismo en la generación de empleo y el emprendimiento a menudo se subestima lo que se traduce en la falta de formulación e implementación de políticas adecuadas. Se necesitan nuevas políticas para maximizar el potencial del sector turístico para crear más y mejores empleos, al tiempo que se minimiza el riesgo asociado con una creciente desconexión entre habilidades y necesidades.

1.3 Destrezas tics

De acuerdo con Bermúdez y Rubio (2021) la industria turística es una de las más beneficiadas por los avances en materia de transición digital, un tema ampliamente tratado por la literatura científica acerca de su aplicación en la comercialización online y comunicación de destinos y atractivos turísticos; y que pone de manifiesto la relación creciente entre las nuevas tecnologías y el desarrollo operativo del sector, cuyo beneficio redundará en un mayor crecimiento económico y la generación de nuevos roles y labores conexas a la digitalización.

El uso de las nuevas tecnologías en la esfera educacional a finales del siglo XX, ha revolucionado la enseñanza en todos los niveles educacionales, convirtiéndose en una necesidad impostergable en los sistemas de educación de todos los países (Pinargote y Cevallos, 2020). Las TIC's por su naturaleza cohesionadora, moderna y pertinente a los requerimientos sociales de las actuales y nuevas generaciones debieron convertirse en protagonistas de nuevos escenarios que posibiliten el acceso a una educación más participativa, equitativa y de calidad (Quiroz y Tubay, 2021).

Como tal la tecnología cumple un rol protagónico en el desarrollo de las actividades diarias en las empresas, ya sean estas públicas o privadas. Su función básicamente consiste en optimizar el tiempo, acelerando los procedimientos de consultas y atención del cliente.

A nivel de la sociedad, la disrupción digital genera cambios en los modelos de comunicación, interacción y consumo que se reflejan en una mayor demanda de dispositivos, software con más funcionalidades, servicios de computación en la nube y de tráfico de datos, así como de habilidades digitales básicas para la utilización de las tecnologías asociadas. A su vez, la economía digital representa para los consumidores la posibilidad de acceder a información y conocimientos de toda índole en diversos formatos, así como a bienes y servicios, y a formas de consumo no presenciales más ágiles (CEPAL, 2022).

1.4 Tecnologías aplicadas al turismo

La industria turística se está enfrentando actualmente a un nuevo entorno derivado de las transformaciones a las que se ha visto sometida. Este aspecto ha venido a modificar las tendencias del sector antes las demandas de un mercado que requiere concepciones más personalizadas y flexibles del producto o servicio turístico (Avilés et al., 2018).

Desde luego, en el turismo estas tecnologías se encuentran presente en las distintas operaciones y actividades turísticas. Estas son utilizadas con el objetivo de agilizar procesos y optimizar el tiempo en acciones como la compra de tickets aéreos, registro de visitantes, recorridos virtuales por museos, check in-check out, entre otros.

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 (Quiñonez, Tapia y Andrade, 2019).

Desde luego, las empresas tratan de adoptar las TIC a sus actividades diarias para mejorar su capacidad de rendimiento en sus distintos departamentos. En el turismo la tecnología es empleada con el objetivo de optimizar el tiempo de los clientes, por eso se utilizan softwares sofisticados que apoyen a esta premisa.

En la actividad turística el teléfono móvil se convierte en un agente de viajes personalizado, el cual permite intervenir en procesos y a su vez accede a la planificación de reservas antes y durante el viaje por medio de las “Apps” o aplicaciones móviles. La tecnología móvil tiene la capacidad de contextualizar el consumo, geolocalizando la oferta de servicios (Kohen, 2018).

De acuerdo con los autores Castillo et al., (2021) se ha descubierto que el uso de tecnología de la información y la comunicación de última generación mejora la eficacia y la sostenibilidad de la industria del turismo y muchos países han optado por implementar herramientas de turismo inteligente como estrategia para adaptarse al perfil del turista en constante cambio.

Los jóvenes que aplican las TIC, especialmente aquéllos que se están formando profesionalmente para ejercer el turismo, desconocen los impactos de dichas tecnologías, simplemente las usan en su favor para facilitar sus desplazamientos, para satisfacer sus necesidades de hacer turismo, para potenciar sus experiencias de viaje (Castro, Suárez y Tamayo, 2018). En efecto, los profesionales del campo turístico deben tener el conocimiento preciso sobre el uso correcto de los recursos tecnológicos aplicados a su área, para desempeñar eficientemente sus tareas.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones se constituyen en un motor fundamental, la cual está presente en la industria turística, permitiendo a nivel mundial el desarrollo, organización y comercialización de la oferta turística; a su vez permite a las empresas acceder a mercados e interactuar de manera directa con los consumidores y distribuidores turísticos (Corozo, 2020).

En este mismo sentido, Medina y Guevara, (2015) afirman que estas han permitido a la industria turística alcanzar unos niveles de interactividad antes desconocidos, convirtiendo al consumidor en un usuario de servicios turísticos experimentado, más exigente, que además genera contenidos y puede influir en la reputación de las empresas turísticas.

La industria del turismo ha sido muy influenciada por el desarrollo de la información y tecnologías de la comunicación (TIC), como en el caso de la comunicación digital de boca en boca o e-WOM, que permite a los usuarios expresar opiniones sobre su experiencia como turistas en línea (Granata, 2020). A efectos de cumplir objetivos en las empresas turísticas, estas organizaciones se ven en la

necesidad de contratar profesionales capacitados en el manejo de los recursos tecnológicos.

En este contexto, 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 (Peralta, 2021).

1.5 Proceso de enseñanza-aprendizaje

Los autores Torres y Cobo, (2017) contemplan que la educación puede lograr sus finalidades más trascendentales mediante el uso sistemático de la tecnología educativa, empleando diversos medios y recursos para el aprendizaje escolar, ya sean los tradicionales (libros, pizarra, entre otros), o las herramientas que ofrecen las tecnologías de información y comunicación (TIC).

A criterio de los autores, en el campo educativo se utilizan muchos recursos tecnológicos, los cuales sirven como apoyo tanto para los estudiantes y docentes. En la actualidad esto ha tenido una mayor connotación, esto debido a la pandemia COVID-19, donde prácticamente todas las actividades se realizaron de manera online.

La tecnología se hace presente en el ámbito educativo en los universitarios mediante la necesidad de la búsqueda de la información, ya sea por no tener el material bibliográfico especializado de su carrera, o no contar con el tiempo y la disposición de trasladarse a la biblioteca de la institución académica (Estrada y Miranda, 2017).

Asimismo, Camacho et al., (2019) afirman que el sistema educativo en el siglo XXI ha buscado integrar los métodos de enseñanza, el rol del docente, la población estudiantil, con la tecnología educativa, pero a pesar de muchos esfuerzos, un gran porcentaje de la población se encuentra fuera del alcance tecnológico digital.

1.6 Competencias digitales

No cabe duda alguna que el siglo XXI es el siglo de la digitalización de la información, aspecto que engloba los cambios más radicales en los paradigmas que, al común del corriente, aún no se adaptan a tan severos cambios tanto cualitativos como cuantitativos. En correspondencia biunívoca con este enorme ecosistema de

información que corresponde a los entornos digitales, es la necesidad de apertura de mecanismos que redireccionen a tales cambios (Levano et al., 2019).

El objetivo de las nuevas aplicaciones consiste en guiar a los turistas a través de la recreación y del entretenimiento visual mediante dispositivos o gafas virtuales que faciliten al usuario la interacción hasta llegar a la personalización de la información. Uno de los campos tecnológicos emergentes está relacionado con las aplicaciones en destino, principalmente las vinculadas con la Realidad Virtual y la Realidad Aumentada y la más innovadora y en pleno desarrollo la Realidad Inmersiva, que permite ver un mundo virtual a través de dispositivos y llegar a conseguir en algunos casos una inmersión real total (Barceló y Sarmiento, 2019).

1.6.1 Competencias digitales sector museólogos

En la era digital actual, los museos pueden aprovechar muchas herramientas tecnológicas más allá de las audioguías. La utilización de los códigos QR con su respectiva aplicación móvil, las páginas webs, redes sociales, pantallas táctiles, geolocalización o realidad aumentada y la gamificación, gafas (Google glass), la realidad aumentada y virtual, la impresión y escaneo 3D, gadgets, soluciones de reconocimiento facial, entre otras (Fernández y González, 2019).

En ciudades donde la acción museística es un componente importante de la producción cultural, la conexión de los museos es indispensable no solo para la divulgación de información, sino para la interrelación con diversos actores: a) los públicos que de por sí son múltiples; b) otros museos que en conjunto estructuran comunidades y redes; c) actores culturales que son quienes mueven en parte la producción de la programación; d) artistas, críticos, antropólogos, que son la base del desarrollo del pensamiento (San Martín y Cordero, 2018).

Las posibilidades de comunicación y de difusión de las actividades e imagen del museo dada por el uso de las plataformas digitales se multiplican y con ella la participación del público para la interacción y la construcción de contenidos, en este sentido, la web 2.0 da la posibilidad al público además de la participación directa, generar información y ser parte del proceso informativo (Fiallos, 2015).

En la siguiente tabla (2), se agregan las principales tecnologías utilizadas en los museos para brindar una mejor experiencia a las personas que acuden a este tipo de establecimientos.

Tabla 2. Herramientas tecnológicas utilizadas en museos

| Tipologías | Características | Ejemplos |
|--|--|---|
| Audioguías | Reproductores de música, marcando los números que algunas obras muestran a su lado, ofrece explicaciones específicas y hacen las visitas más personalizadas. | Museo Thyssen. Actualmente es uno de los museos españoles más avanzados en audioguías. Posee una nueva audioguía conocida como Smartguide |
| Gamificación | Forma de aprendizaje a través de la interacción y juegos de carácter no lúdico, que permite que de una forma divertida se aprenda más en la visita | Museo Metropolitan de Nueva York. Este museo ha incluido en su página web un juego interactivo |
| Visitas virtuales y redes sociales sobre el museo. | Algunos museos poseen su propia página web y en ellas se pueden hacer visitas virtuales. Además, algunas pertenecen a redes sociales donde interactuar con todo aquel interesado y donde publicar diariamente noticias | El Museo Romántico utiliza mucho Twitter en su día a día actualizando información sobre sus actividades. |
| Tablets | Un nivel superior a las audioguías, pues además de reproducir música, tiene opciones audiovisuales, con videos y fotografías. | Museo de Bellas Artes de Cleveland. Usa de forma muy activa las pantallas táctiles. |
| Apps | Aplicaciones aptas para móviles y tablets que cada museo tiene disponible para descargarse y contiene información adicional. | El Museo del Prado posee 4 apps disponibles en su página web. |
| Códigos QR | Códigos bidimensionales, contienen información que se puede leer en dos dimensiones, son de forma cuadrada y los podemos encontrar en papel o en pegatina que junto con una aplicación móvil permiten leer | Museos como el Museo Nacional del Prado y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. |

| | | |
|--|--|--|
| | su contenido como si fuera una especie de código de barras. | |
| Beacons | Pequeños dispositivos no más grandes que una moneda y que mandan pequeñas señales recibidas a corto medio alcance por otros dispositivos como los móviles y que hace que sean geolocalizables. | El museo del Louvre utiliza los beacons para mejorar la experiencia y saber cuánta gente va y durante cuánto tiempo se quedan en obras específicas y en el museo. |
| Dispositivo VR (Gafas de realidad aumentada) | Permite una experiencia inmersiva e intuitiva de navegación que traslada los movimientos sutiles de la cabeza al campo de visión virtual. | FITUR 2017, en el stand de Castilla la Mancha. Utilizaron las Oculus Rift, simulando cabalgar entre molinos. |
| Impresión y escaneo 3D | Impresión a través de impresoras 3D, reproducen objetos físicos tridimensionales a partir de un modelo o imagen digital. | Museo de Brooklyn, utiliza el 3D para sesiones educativas mensuales con un tour sensorial “Teaching with a 3D Simulacrum |
| Realidad aumentada | Se basa en unir elementos digitales o virtuales dentro de un entorno real. | Project Tango, con un dispositivo móvil permite mapear espacios y zonas y proyectarlas en 3D, para poder establecer una guía, seguir la visita y dar información de cada cuadro. |

Fuente: Fernández y González (2019)

En general la tecnología es utilizada para el entretenimiento de las personas, pero en el caso de los museos, se la emplea para la distracción y al mismo tiempo a través de ella puede conseguirse un desarrollo social, siendo no sólo es necesaria para ganar cercanía con los visitantes sino también para todas aquellas personas con alguna minusvalía o deficiencias sensoriales que pueden disfrutar mejor de ellos, con la utilización de herramientas como la realidad aumentada (D’Agnano et al., 2015).

1.6.2 Competencias digitales sector guías turísticos

El presente de la actividad turística se debe enfocar al desarrollo de la Web o turismo 4.0, un nuevo modelo de internet que avanza hacia un servicio totalmente personalizado en función de los intereses, hábitos y preferencias del usuario donde el Big Data (utilización masiva de datos) y la inteligencia artificial son el elemento clave, fundamentalmente en una sociedad donde la utilización de dispositivos móviles es

generalizada. El usuario debe tener opciones más allá de la mera consulta de información, contratación de un determinado producto o percepción sobre el mismo (Pérez, 2021).

La necesidad de virtualizar el trabajo debido al Covid-19 ha acelerado la transformación digital, así como profundizado diferencias en las brechas de habilidades digitales entre personas y empresas. Esto indica que un número significativo de empleados requiere nuevas habilidades digitales en el lugar de trabajo a través de capacitación y aquellos que necesitan mejorar sus habilidades digitales antes de ingresar a la industria turística (Carlisle, Ivanov y Dijkmans, 2020).

Basado en lo anterior, se determina la existencia de una serie de herramientas digitales que cumplen varias funciones, las cuales son utilizadas actualmente en el desarrollo de las actividades turísticas a nivel mundial. Como tal, los actores privados realizan diversas gestiones para adquirir este tipo de herramientas tecnológicas, asimismo realizan capacitaciones a los colaboradores, todo esto con el objetivo de fortalecer la experiencia de cada turista.

Tabla 3. Tendencias digitales en el sector turístico

| # | Tendencia | Descripción | Ejemplos |
|---|---|--|---------------------|
| 1 | Nuevos modelos de intermediación | Aparición de nuevos modelos de negocio y agentes debido a las bajas barreras de entrada y la combinación de las diferentes tecnologías. | Startups turísticos |
| 2 | Negocios estacionales | Las plataformas tecnológicas basadas en cloud computing son ya el eje de cualquier sistema informático de una empresa turística. | Cloud Storage |
| 3 | Mobile | Los usuarios demandan nuevos productos y servicios turísticos para sus dispositivos móviles. El M-Commerce y las compras de última hora se han convertido en habituales. | Apps, Beacons |
| 4 | IOT-T (Internet de las cosas en el turismo) | Las primeras incursiones son el desarrollo de aplicaciones por parte | Tecnología wearable |

| | | | |
|----|---------------------------------------|---|---|
| | | de grandes cadenas hoteleras y parques temáticos. | |
| 5 | Smart cities turísticas | Son la apuesta de las Administraciones Públicas para desarrollar el turismo y están impulsando la aplicación de tecnologías avanzadas. | Sensorización: Beacons, Conectividad, BIG Data |
| 6 | Redes sociales | Canales de comunicación bidireccionales con los clientes. Las empresas e instituciones pueden recibir alertas y actuar con anticipación. | Facebook, Twitter, Instagram. Mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram), Blockchain |
| 7 | OTA'S y plataformas de intermediación | Nuevos modelos de negocio que incorporan a los sistemas de búsqueda y comparación los comentarios de los usuarios. | Comunidades de viajeros: Mi nube, TripAdvisor |
| 8 | Economía colaborativa | Un nuevo ecosistema de actividad en el que el valor se traslada de 9empresas y profesionales a personas y pequeñas empresas. | Trip-Real (Marketplace de experiencias turísticas), Freetours, Yuniqtrip (guías-acompañante en destino) |
| 9 | Innovación | Otras tecnologías que empiezan a tener protagonismo en el sector turístico son la geolocalización, la realidad virtual o la realidad aumentada. | Tecnología 3D, Realidad virtual y aumentada, gamificación |
| 10 | Big data | Tecnologías para la generación, la captura y el análisis de los datos que reflejan el comportamiento, las preferencias y los movimientos de los turistas. | Monitorización, gestión de la información |

Fuente: Fundación Orange (2017)

Los nativos tecnológicos son el verdadero riesgo del turismo humanizado, de los guías profesionales, ya que las nuevas generaciones no necesitan del contacto humano para el desarrollo de actividades económicas o sociales. Los hábitos de uso de la tecnología están llegando incluso a las generaciones ajenas a la tecnología informática. Por mencionar un ejemplo, se puede desarrollar el uso de aplicaciones relacionadas con el consumo de turismo patrimonial (Barceló y Sarmiento, 2019).

Por su parte, Arango, Tamayo y Delgado, (2020) consideran que la formación profesional permite la comprensión y el aprovechamiento de las tecnologías en los estudiantes para el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas que les permitan realizar sus actividades y trabajos de manera efectiva. En particular, el sector turístico se caracteriza por el uso de tecnologías para la prestación de servicios, así como por atender un mercado dependiente de estas tecnologías.

En definitiva, las tecnologías de la información y comunicación aportan considerablemente a mejorar las actividades dentro del campo turístico. No obstante, es necesario que los profesionales de esta rama se encuentran calificados para manejar adecuadamente estos recursos. Desde luego, este trabajo complementado permitirá brindar un servicio de calidad a los turistas que acuden a los diversos destinos en busca de diversión y ocio.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se abordan aspectos vinculados con el diseño y tipo de investigación, los métodos y técnicas a utilizar para recopilar información en el campo de estudio. También se elabora el cuestionario de encuesta y se determina la población y muestra.

2.1 Diseño de investigación

En esta investigación se emplea el diseño cuantitativo para efectuar el concerniente análisis de datos matemáticos-estadísticos, los mismos que son obtenidos a través de la utilización del cuestionario de encuesta. Asimismo, se utiliza lo cualitativo para recabar información de carácter no numérica, como son las opiniones de los personajes vinculados (museólogos y guías turísticos) con las competencias digitales aplicadas en el campo del turismo.

2.2 Tipo de investigación

La investigación es de carácter exploratoria, por tanto, se lleva a cabo el respectivo análisis acerca de las competencias que se encuentran vinculadas con la Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicadas a las empresas dedicadas al ámbito turístico, haciendo énfasis de manera específica en los profesionales de guianza en museos y demás guías turísticos que prestan sus servicios en las agencias de viajes.

2.3 Métodos

Mediante el uso del método deductivo - inductivo se logra la identificación de los fundamentos teóricos en cuanto a las competencias digitales en el sector turístico y luego se determinan los aspectos específicos para guías turísticos y museólogos. A través del método analítico-sintético se procede al análisis de contenidos enfocados a los marcos de competencias digitales y se sintetizan las ideas relevantes tanto del perfil profesional como las de mercado.

2.4 Técnicas

En esta investigación, se emplean las técnicas como: la revisión documental y también la encuesta. Se elaboran dos cuestionarios de encuesta, uno es aplicado a los proveedores turísticos del cantón Manta y el segundo a los guías de museos y demás guías turísticos que prestan sus servicios en empresas turísticas del cantón Manta.

2.5 Instrumentos

En este caso de estudio se utiliza el cuestionario como instrumento de recopilación de información. La encuesta para los proveedores contiene siete preguntas, mientras que los guías turísticos se estructuran por diez preguntas. Ambos cuestionarios emplean la escala de Likert para medir el grado de satisfacción sobre los indicadores propuestos con respecto a esta actividad (Ver anexo 1 y 2).

2.6 Población y muestra

La población objeto serán los proveedores de servicios que demandan competencias digitales para los museólogos y guías turísticos. A efectos de determinar la cantidad de personas a aplicar el cuestionario de encuesta, se utiliza un tipo de muestreo probabilístico. La fórmula es citada en el siguiente apartado.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = 175$$

$$Z = 1,96 \text{ valor para un nivel de confianza del } 95\%$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,10 \text{ probabilidad máxima de cometer errores}$$

Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 174}{(0,09)^2 (175-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 174}{0,0081(174) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \underline{167,1096}$$

1,4094+0.9604

n= $\frac{167,1096}{2,3698}$

2,3698

n= 70,51 redondeado a 71

Tabla 4. Unidades de análisis

| Agencias | Museos | Área protegida |
|---|--|-----------------------------------|
| Aeslit Cia.Ltda | Museo Centro Cultural Manta | Refugio de Vida Silvestre Pacoche |
| Viajes y Turismo A&F Delgado C Ltda | Museo Cancebí | |
| Junior Viajes S.A. | Museo Pacocha Dr. José Luis Reyes Cedeño | |
| Kite Ecuador S.A. | Museo del Mar | |
| Narwell S.A | | |
| Club De Viajes Y Turismo Vacatour Vacatoursa S.A. | | |
| Escuela Humboldt kites S.A. | | |
| Costamurciélago S.A. | | |
| Agencia De Viajes Luminus Travel Luminus Travel Ageluminus S.A. | | |
| Virtual Travel Agency S.A. Virtravag | | |
| Silver Island Operador Turístico Silverisland S.A. | | |
| Hydrofun Boats and Tours S.A. | | |
| Isaab Travel Isaabtravel S.A. | | |
| Flyboard Pacffica S.A. | | |
| Turquino Travel | | |
| ARIEL TRAVEL CIA. LTDA | | |

Fuente: Catastro turístico GAD Manta (2020)

2.7 Recopilación de datos

La recopilación de información se hará de manera presencial, el proceso consiste en aplicar los cuestionarios de encuesta a quienes están vinculados con las actividades turísticas (museólogos y guías turísticos) en el cantón Manta. Este proceso se lleva a cabo durante el mes de mayo del 2022.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este epíteto se presentan los resultados esperados por cada uno de los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación.

3.1 Resultado esperado: Objetivo 1

A efectos de dar respuesta al objetivo 1, el mismo que declara: “Fundamentar contenidos teóricos sobre las competencias digitales de los profesionales actuales para el campo turístico”, se procede a realizar una búsqueda bibliográfica partiendo como cadena de búsqueda: "competencias digitales en el campo turístico", obteniendo como resultado la matriz de contenido que se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Matriz de contenidos teóricos

| Bases de datos | Filtros | Total de artículos | Total de artículos seleccionados |
|----------------|---|--------------------|----------------------------------|
| GOOGLE SCHOLAR | Artículos del 2010 al 2022 | 65 | 4 |
| E-BOOK | Idioma: inglés/español Artículos científicos | 55 | 5 |
| Total | | 120 | 9 |

Fuente: Elaboración propia

Procediendo con la selección de estudios relevantes a la investigación se plantearon los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Inclusión

- Artículos que presentan marco de competencias digitales para el turismo
- Artículos que hacen referencia a competencias generales para el turismo

Exclusión

-Estos artículos no presentan alguna competencia relacionada con el turismo sino a otros sectores

-Artículos que no muestran en sus resultados alguna competencia digital

Obteniendo así un total de diez artículos seleccionados, que formarán parte de la revisión bibliográfica.

Resultados

A continuación, se presentan las competencias digitales para profesionales en el sector turístico identificadas en la literatura.

De acuerdo con Arango, Tamayo y Delgado, (2020) la incidencia de la formación profesional sobre la adquisición de las competencias digitales en estudiantes es fundamental, por lo cual se hace indispensable conocer cómo orientar los saberes que deben adquirir los estudiantes para enfrentar los avances tecnológicos, al mismo tiempo de desenvolverse en escenarios reales de trabajo.

Las innovaciones digitales, y más recientemente la inteligencia artificial (en adelante IA), ya están presentes en el turismo. La magnitud de los cambios es evidente en su grado de disrupción, alterando los modelos económicos establecidos, pero además no tiene precedentes en cuanto a la velocidad con que la ola de innovaciones impulsa al turismo a escala mundial, modificando las culturas de consumo, influyendo en la elección de los viajeros y alterando la forma de competir en el sector (WEF, 2017).

La industria turística, con raíces tradicionales, está viviendo un proceso de adaptación continua, acelerada por esta cuarta revolución industrial. Desde el surgimiento del e-commerce, a la disposición de grandes volúmenes de datos o las nuevas preferencias de una demanda cada vez más personalizable a través de algoritmos basados en la inteligencia artificial para fijar precios o segmentar mercados (Moreno et al., 2018).

La digitalización de las compañías turísticas es generalmente un proceso largo y complejo que tiene mucho que ver con la materialización de unas elevadas expectativas iniciales en resultados concretos y medibles a medio y largo plazo. En los últimos años, los directivos de las empresas han mejorado sus conocimientos sobre las tecnologías digitales y lo que hay detrás de ellas y han asumido en muchos casos la

importancia que tienen para su estrategia corporativa y para su éxito competitivo (Fundación Orange, 2016).

Atendiendo al rol que desempeñan el capital humano y las TIC en la actividad turística, resulta fundamental realizar un marco de competencias digitales que aporte a la descripción de los contextos y perfiles profesionales del sector. Aquello permitirá fijar estándares de referencias en distintas áreas, lo cual ayuda a la identificación y medición de las actuales competencias (Medina y Guevara, 2018).

La tecnología digital está planteando nuevos retos a nuestra economía que deben ser entendidos: aspectos como el ritmo del cambio, la transformación cultural, la reglamentación obsoleta, la identificación de las competencias necesarias para el futuro, la superación de las deficiencias de los sistemas heredados y la necesidad de financiar este proceso. Estos retos deben ser abordados por los líderes de los gobiernos para desbloquear los beneficios sustanciales que la tecnología digital ofrece a la sociedad y a la industria turística (Más, Rodríguez y Aranda, 2020).

A través de las páginas web y las redes sociales los museos tienen la oportunidad de utilizar más eficientemente las herramientas para mejorar la comunicación con los usuarios. Estas no deben ser concebidas como simples canales de autopromoción, sino que deben considerarse como espacios de participación e interrelación con el público. Los museos deben invertir en TIC que ayuden a comunicar mejor el mensaje a los usuarios y tengan una verdadera utilidad (Puiggrós, González y Fondevila, 2017).

Con respecto a la formación y desarrollo de competencias, los resultados demuestran que existe la necesidad de emprender de forma inmediata la formación para el desarrollo de las competencias gerenciales para: 1) analizar e interpretar rápida y correctamente los datos numéricos; 2) alcanzar la comprensión y fluidez a fin de comunicarse correctamente en forma verbal y escrita en otros idiomas; 3) analizar el entorno del negocio asegurando la supervivencia, crecimiento, rentabilidad, productividad y competitividad; 4) establecer relaciones interpersonales, superando conflictos emocionales; y, 5) gestionar conscientemente los recursos y capacidades por parte de los gestores (Castro L, 2012).

A continuación, se presenta en la tabla 6, un resumen de las competencias digitales propuestas por los autores de los artículos.

Tabla 6. Resumen de las competencias propuestas

| Artículo | Año de publicación | País | Competencias digitales genéricas | Competencias digitales específicas |
|--|---------------------------|-------------|--|--|
| Los usos de la alfabetización digital | 2021 | Reino Unido | Creatividad | Manejo digital y Navegación digital |
| Competencia digital y formación profesional en el turismo. Una revisión de literatura | 2020 | México | Profesionales dinámicos y polivalentes | Dominio de las TICS |
| Desarrollo de indicadores de alfabetización digital para estudiantes universitarios tailandeses utilizando métodos de investigación mixtos | 2018 | Alemania | Habilidades del pensamiento y creatividad | Alfabetización digital |
| Google forms en la evaluación diagnóstica como apoyo en las actividades docentes. Caso con estudiantes de la licenciatura en turismo. | 2018 | México | Competencias en digitalización Manejo de software | Habilidades personales en el uso de TICS Herramientas de comunicación |
| Evaluación de las competencias en el plan de estudios de tres licenciaturas en turismo en Puebla, México: Percepciones de los estudiantes. | 2018 | México | Manejo de segundo idioma Elaboración de proyectos | Competencias en Telemática y multimedia |
| Tecnologías de la información y comunicación en el turismo. Análisis de la producción académica en revistas brasileñas | 2016 | Brasil | Geo tecnologías | Adopción de TICs por el trade turístico e-Marketing, e-Commerce |
| Innovación metodológica y tecnológica en la enseñanza del inglés para turismo a distancia. | 2016 | España | Habilidades de gestión turística | Conocimientos en idiomas extranjeros a través de una propuesta |

| | | | | |
|---|------|-----------|---|--|
| | | | | didáctica online e-learning |
| Formación y desarrollo de competencias gerenciales para los gestores hoteleros. | 2012 | Venezuela | Analizar e interpretar rápida y correctamente los datos numéricos | Alcanzar; operar de manera rápida y sencilla las TIC Interacción en tiempo real a través de la Internet, Intranet, Extranet y las aplicaciones ofimáticas |

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Fundamentado en lo anterior, se determina que las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) han aportado mucho al crecimiento exponencial de la actividad turística en los destinos a nivel mundial. Actualmente, los profesionales de esta rama son capacitados de manera frecuente para el uso correcto de estas herramientas digitales. Dichos conocimientos ayudan a mejorar sus conocimientos, habilidades y destrezas durante el desarrollo de sus actividades diarias en su trabajo.

Entre las principales competencias digitales detectadas en estos estudios, se encuentran: Creatividad, manejo digital y navegación digital, Profesionales dinámicos y polivalentes, dominio de las TICs, alfabetización digital, geo tecnologías, e-Marketing, e-Commerce, interacción en tiempo real a través de la Internet, Intranet, Extranet y las aplicaciones ofimáticas, competencias en digitalización y fortalecimiento en habilidades del pensamiento, telemática y multimedia.

Cabe destacar que estas herramientas digitales para el turismo tienen un valor alto en el mercado, pero su adquisición debe ser tomada como una inversión a largo plazo por estas empresas. El aprovechamiento de estos recursos permitirá fortalecer la atención al cliente y sobre todo ayudará a la optimización del tiempo.

3.2 Resultado esperado del objetivo 2

Con este objetivo se busca identificar las competencias digitales específicas que los proveedores de servicio turístico requieren de los profesionales para guías turísticos y museos del cantón Manta.

3.2.1 Ficha metodológica para la encuesta

Objetivo:

Recopilar información sobre las competencias digitales específicas demandadas por el sector turístico para museólogos y guías turísticos en el cantón Manta. Este proceso es realizado a través de la aplicación de un cuestionario de encuesta.

Universo

Como población objeto se contemplan a los guías turísticos de agencias de viajes y a los guías en Museos del cantón Manta y a los proveedores de servicios turísticos relacionados.

Metodología empleada

En este proyecto la recogida de información es realizada de manera virtual, no obstante, se hace uso de la plataforma Microsoft Office 365 para crear un formulario en línea, lo cual facilita la contestación de las preguntas y la tabulación.

Muestra

Se determina lo siguiente:

En cuanto a guías turísticos se tiene un total de 85 guías, de los cuales 41 se encuentran al servicio de las agencias de viajes del cantón Manta y 37 trabajan de manera independiente. Asimismo, existen 2 guías en el Museo Central Cultural Manta, 1 guía Museo Cancebí y 1 en el Museo del Mar. También hay 3 guías en el Refugio de Vida Silvestre Pacoche

Campo

La aplicación del cuestionario de encuesta se efectúa durante el mes de junio del 2022 en el cantón Manta.

Se recopilaron un total de 71 encuestas a los proveedores turísticos que prestan sus servicios en el cantón Manta. Los resultados del cuestionario de encuesta se citan a continuación:

Pregunta #1. Seleccione el tipo de proveedor turístico

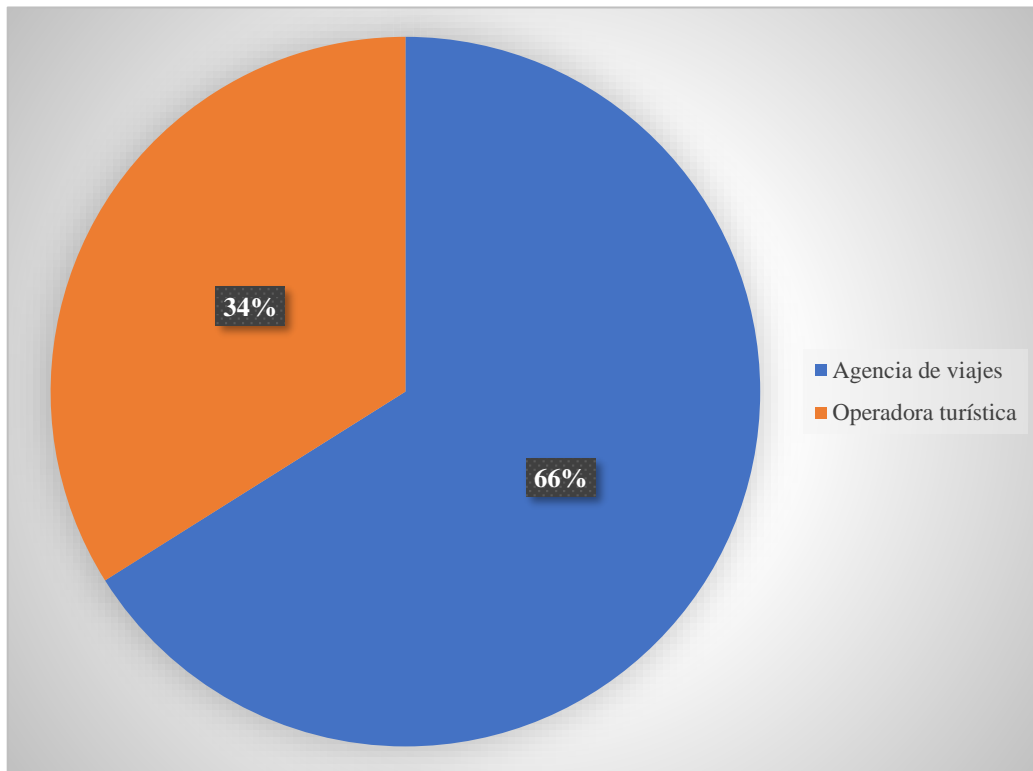


Figura 1. Proveedores turísticos

Nota: Elaboración propia

El 66% de proveedores turísticos que respondieron a este formulario de encuesta pertenecen a las agencias de viajes, mientras que el restante 34% funcionan como operadoras. Dentro del público objeto también se consideró a los museos del cantón Manta y al área protegida Pacoche, sin embargo, estos no resolvieron este cuestionario, desde luego su participación también era importante pero lamentablemente no se pudo lograr.

Pregunta #2. De las siguientes competencias señale cuáles son necesarias para los guías turísticos:

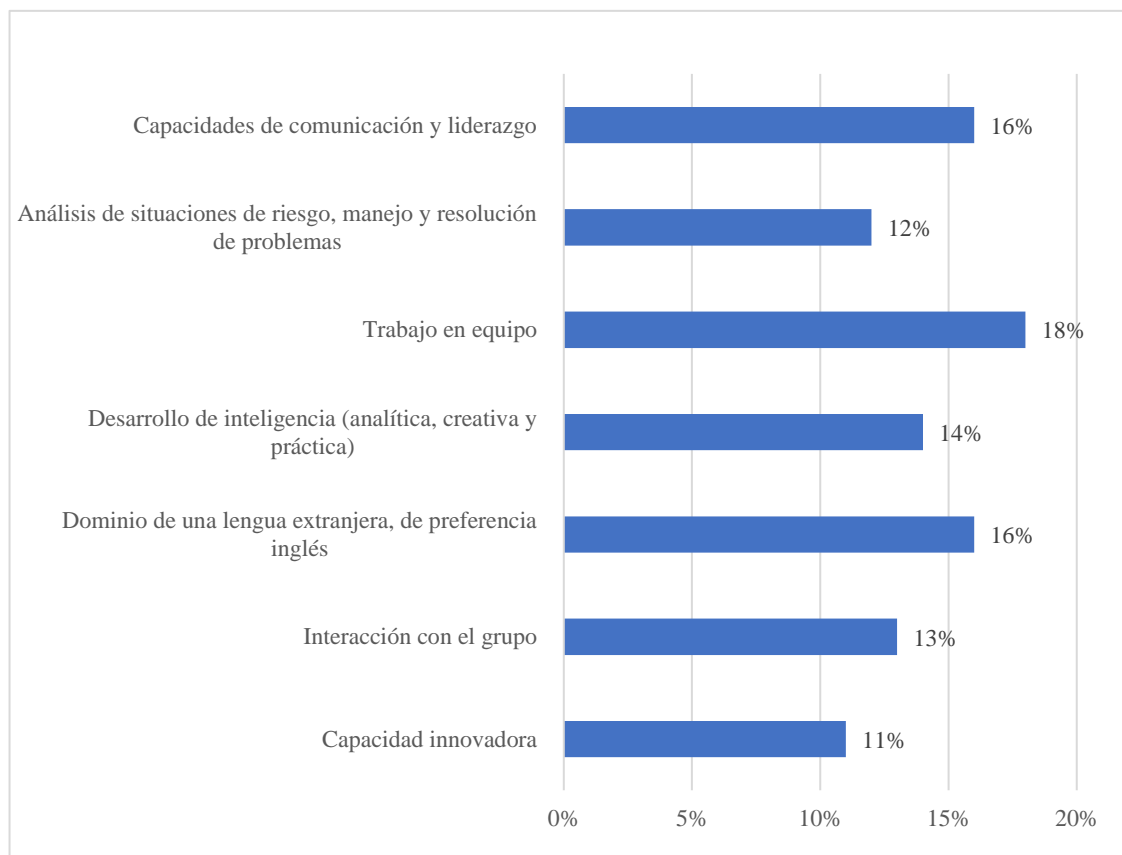


Figura 2. Competencias

Nota: Elaboración propia

Haciendo énfasis en las competencias para los guías turísticos, el 18% de los encuestados señala el trabajo en equipo, el 16% dominio de una lengua extranjera, de preferencia inglés, el 16% capacidad de comunicación y liderazgo, el 14% desarrollo de inteligencia (analítica, creativa y práctica). Por su parte, el 13% interacción con el grupo, el 11% análisis de situaciones de riesgo, manejo de resolución de problemas.

Desde luego es esencial que los profesionales que se desempeñan en esta rama posean las capacidades, habilidades y destrezas, de tal manera que desempeñen sus tareas de manera eficaz.

Pregunta #3. Con respecto a las habilidades digitales, indique las más sobresalientes que debe poseer un guía turístico

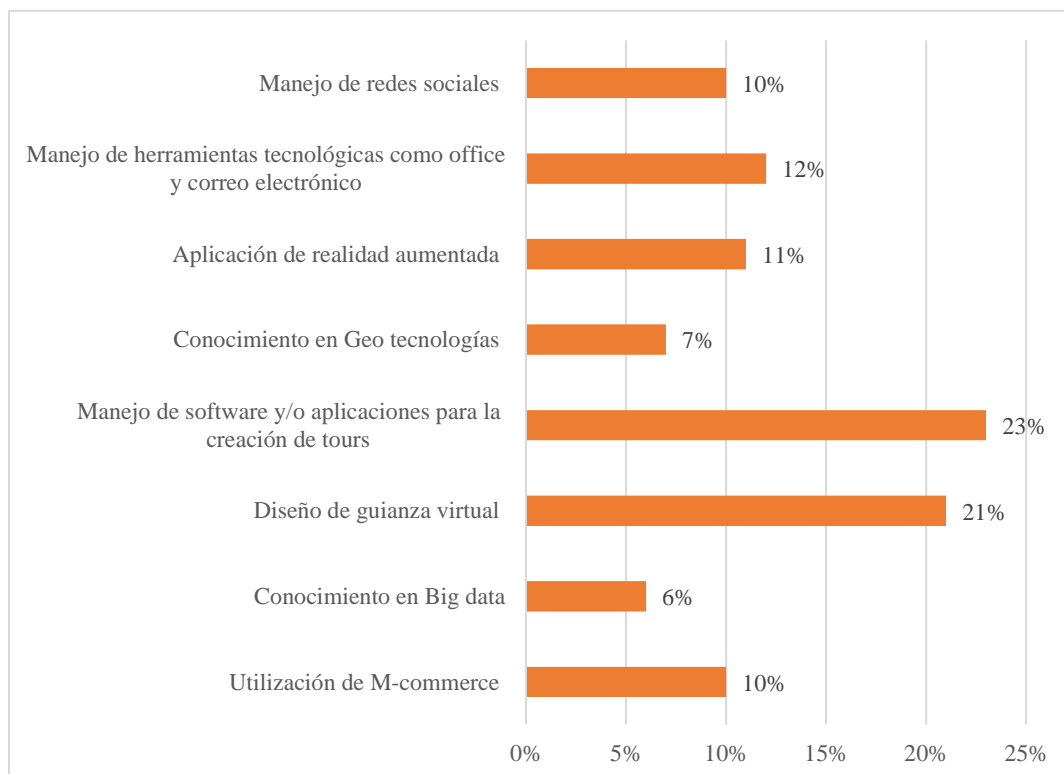


Figura 3. Habilidades digitales

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a esta interrogante se denota que el 23% solicita profesionales con habilidades en el manejo de software y/o aplicaciones para la creación de tours, el 21% diseño de guianza virtual, el 12% manejo de herramientas tecnológicas como office y correo electrónico. En este orden de apreciaciones, el 11% solicita conocimientos en la aplicación de la realidad aumentada, el 10% manejo de redes sociales.

Los profesionales del turismo deben capacitarse de manera frecuente, actualizar sus conocimientos para estar a la altura de las nuevas tendencias del mercado y de las exigencias tanto de los turistas como los visitantes.

Pregunta #4. En términos generales ¿Cómo califica las competencias digitales de los profesionales que se desenvuelven actualmente como museólogos y guías turísticos en el cantón Manta?

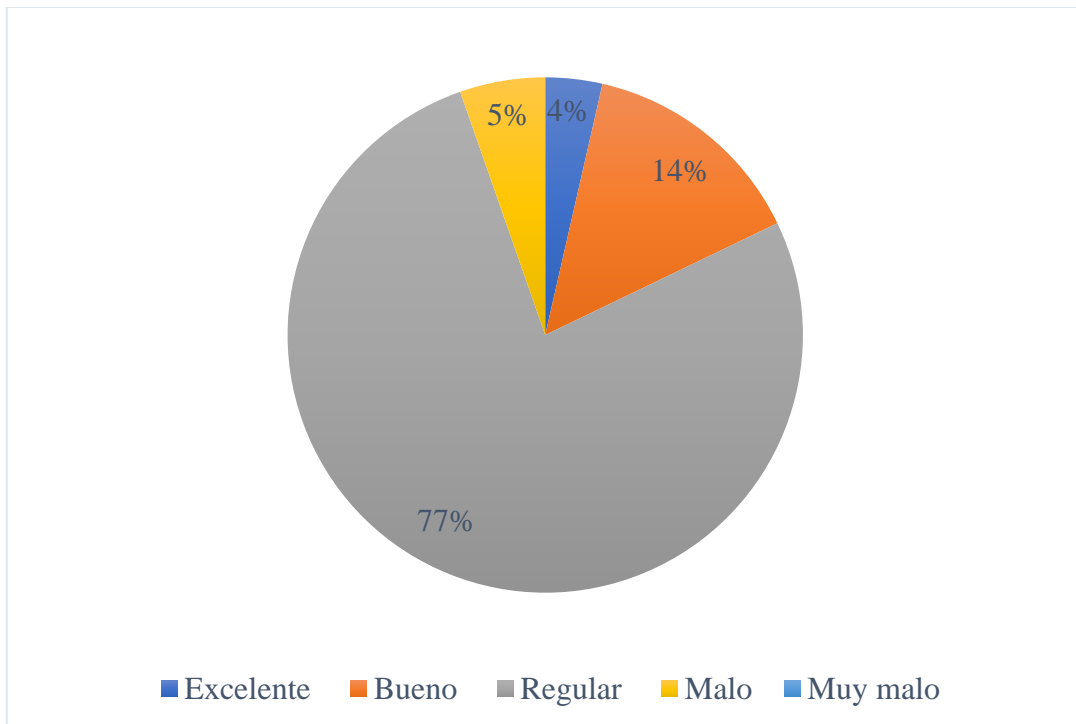


Figura 4. Ponderación de las competencias digitales

Nota: Elaboración propia

El 77% de los proveedores turísticos coinciden en que las actuales competencias digitales adquiridas por los profesionales que se desempeñen como guías son regulares, esto no permite brindar un servicio de excelencia, afectando así el crecimiento de esta actividad en particular. Con base a estas afirmaciones, se exhorta a los museólogos y guías en general a potenciar sus conocimientos a través de seminarios o cursos de capacitación.

Pregunta #5. De los siguientes tópicos, señale cuales deben ser fortalecidos para mejorar el desempeño de los profesionales turísticos en materia de guianza

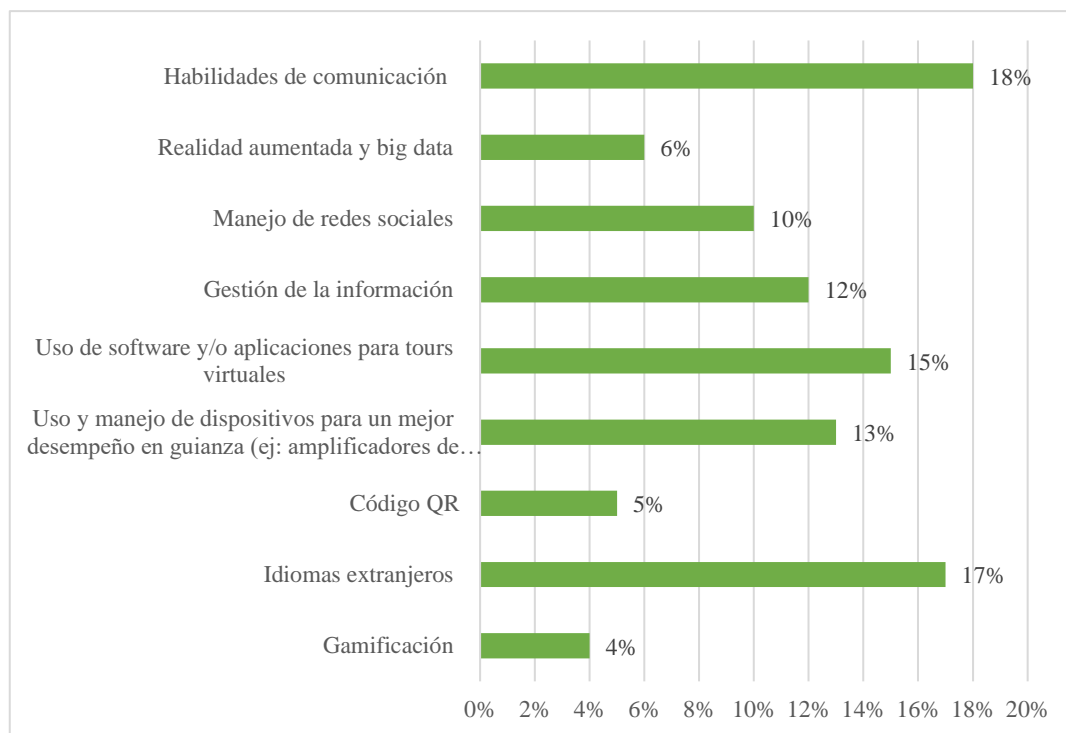


Figura 5. Aspectos a mejorar

Nota: Elaboración propia

El 18% de los proveedores de servicios turísticos señalan que se deben mejorar las habilidades de comunicación, el 17% idiomas extranjeros, el 15% uso de software y/o aplicaciones para tours virtuales. También se requiere del uso y manejo de dispositivos para un mejor desempeño en guianza, el 12% gestión de la información.

Estas sugerencias realizadas por dichas personalidades deben ser tomadas en consideración por todos los profesionales del ámbito turístico, a fines de mejorar sus destrezas.

Pregunta #6. Indique cuál de las siguientes alternativas contribuyen a mejorar las competencias digitales para los profesionales que se desempeñan en la rama del turismo

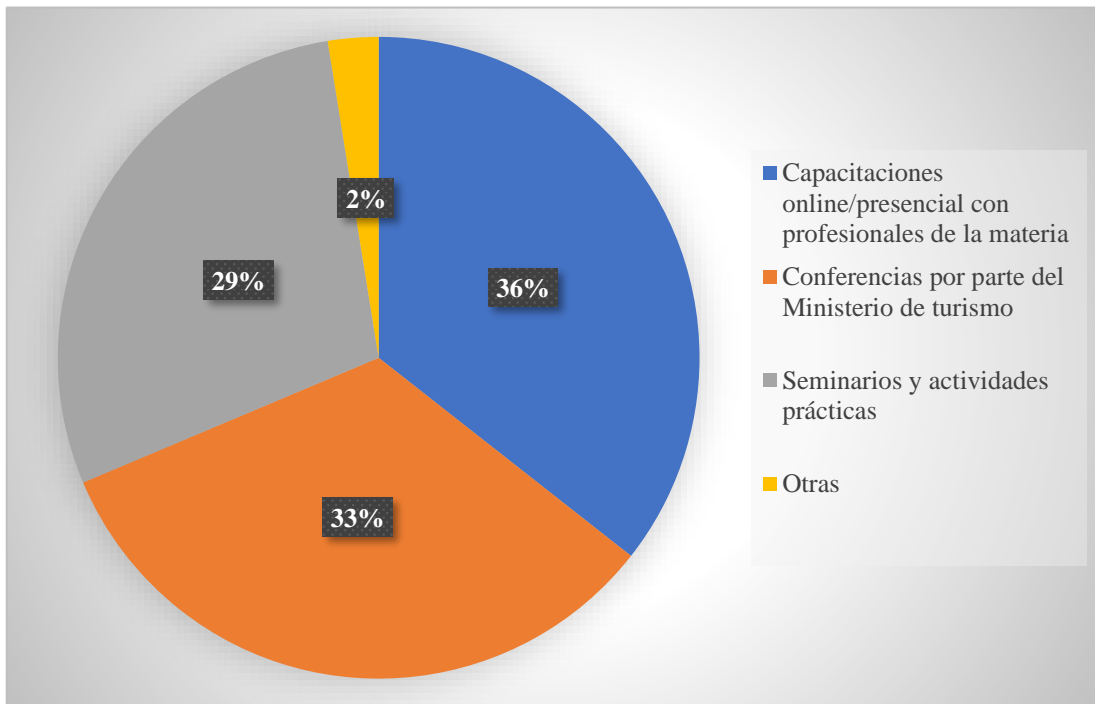


Figura 6. Alternativas para mejorar las competencias digitales

Nota: Elaboración propia

Con respecto a las propuestas para mejorar las competencias digitales de los profesionales en guianza, el 36% orienta a efectuar capacitaciones online/presencial con los profesionales de la materia, el 33% indica que se deben dictar conferencias por parte del Ministerio de Turismo. Por su parte, el 29% exhorta a asistir a seminarios y actividades prácticas.

Pregunta #7. ¿Quiénes son los responsables de impartir las capacitaciones o charlas que contribuyan al fortalecimiento de las competencias digitales de los profesionales de turismo?

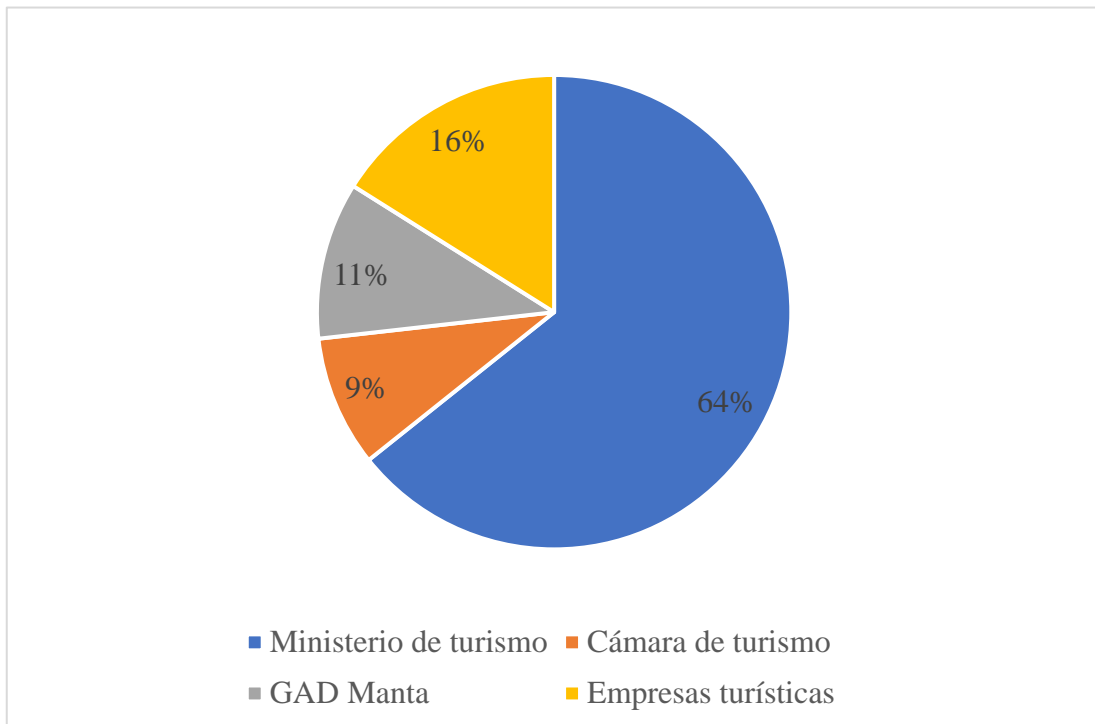


Figura 7. Responsables de las capacitaciones

Nota: Elaboración propia

En torno a la responsabilidad en materia de capacitaciones, el 64% del público encuestado indica que el Ministerio de Turismo al ser el órgano rector de esta actividad debe encargarse de planificar y organizar las actividades de capacitación. El 16% las empresas turísticas, el 12% GAD Manta y el 9% la Cámara de Turismo. A pesar de esta delegación de responsabilidades, es necesario que exista un trabajo articulado entre los sectores público-privado y la academia para lograr los resultados esperados.

3.2 Resultados de la encuesta realizada a los guías turísticos

Pregunta #1. Género

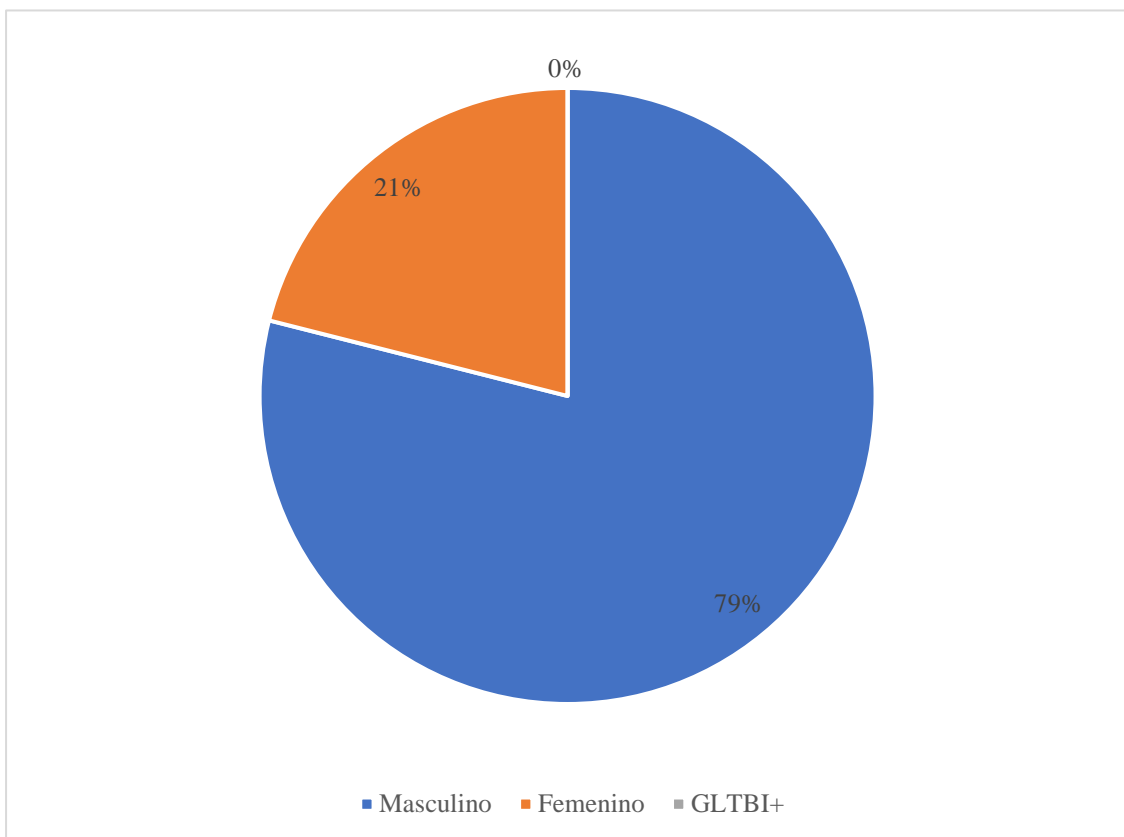


Figura 8. Género

Nota: Elaboración propia

El 79% de los guías turísticos consultados pertenecen al género masculino y el restante 21% correspondes al género femenino. En definitiva, existen predominio de hombres realizando esta actividad, no obstante, se le debería dar mayores oportunidades a las mujeres en este ámbito de guianza.

Pregunta #2. Edad

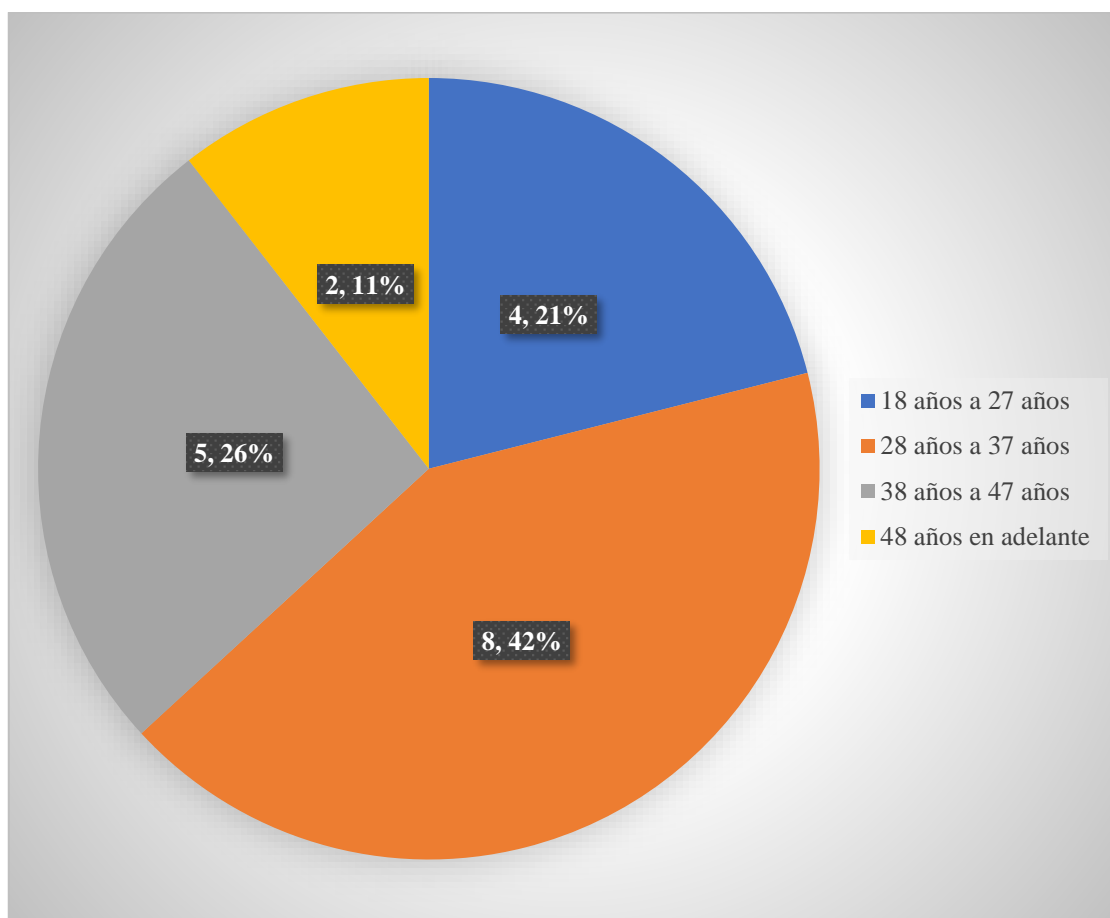


Figura 9. Edad

Nota: Elaboración propia

Con base a los resultados, se denota que el 42% de los encuestados oscila entre las edades de 28 a 37 años, el 26% de 38 a 47 años. Mientras que el 21% entre 18 a 27 años y el 11% de 48 años en adelante. Es decir que las personas dedicadas a la prestación de servicios turísticos tienen una edad por encima de los 25 años, ya que como tal necesitan de cierta experiencia de ejecutar esta práctica, sumado a los conocimientos que deben adquirir ya sea en la academia universitaria, institutos o cursos.

Pregunta #3. Seleccione a qué proveedor turístico presta actualmente sus servicios



Figura 10. Proveedores de servicios turísticos

Nota: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos en este enunciado, se observa que 19 de los consultados prestan sus servicios como guías turísticos a las agencias de viajes y solo 1 encuestado a los Museos ubicados en el cantón Manta. En definitiva, existe un predominio de profesionales que se desenvuelven como guías en las empresas turísticas de esta localidad.

Pregunta #4. Califique del 1 al 5, siendo 5 la nota más alta, el nivel de las siguientes competencias profesionales que usted como guía turístico posee

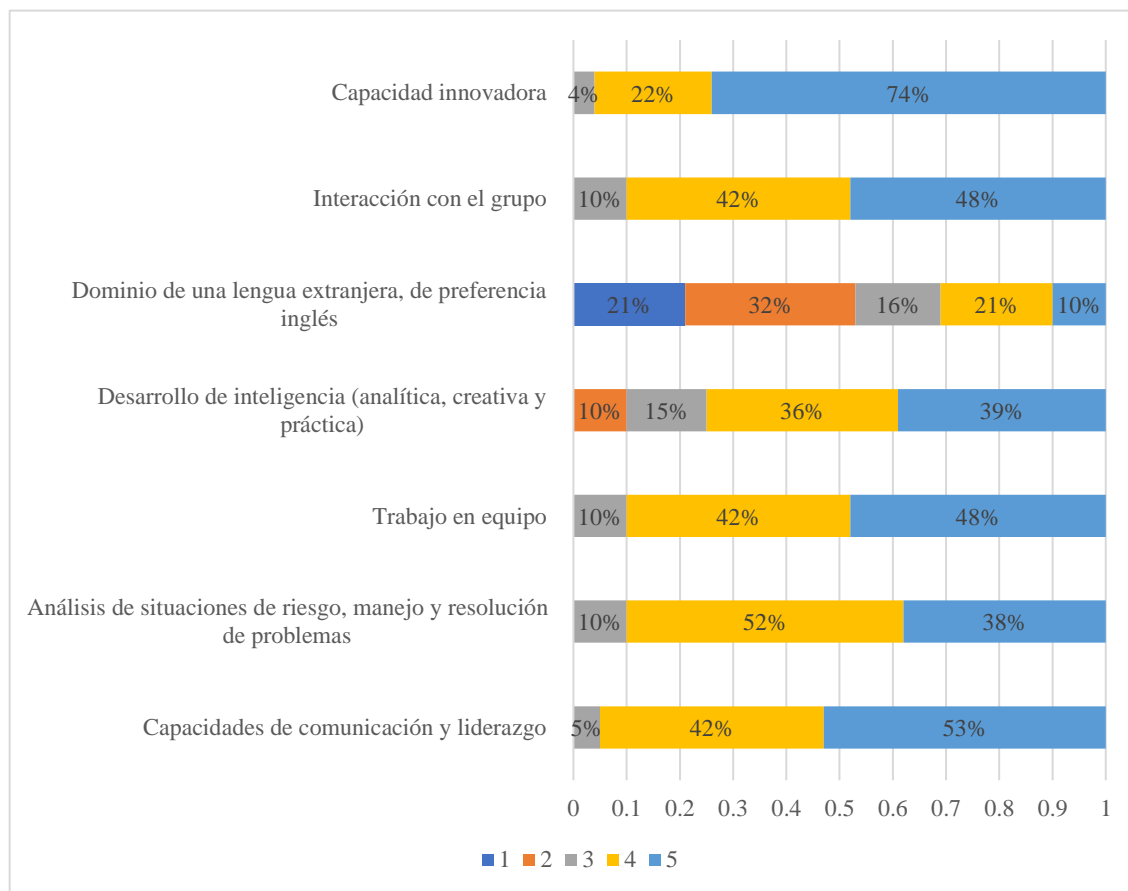


Figura 11. Género

Nota: Elaboración propia

Respecto a la capacidad innovadora, el 74% de los encuestados ponderan este indicador con 5 es decir que es aceptable. Acerca de la interacción del grupo, el 48 también lo califica con 5. En cuanto al desarrollo de la inteligencia, trabajo en equipo, análisis de situaciones de riesgo y las capacidades de comunicación y liderazgo, estos aspectos son evaluados de manera positiva. Sin embargo, haciendo énfasis en el dominio de una lengua extranjera existen marcadas falencias. En definitiva, se debe trabajar en los aspectos que no generen total armonía y que impidan el desarrollo de las actividades turísticas en esta localidad.

Pregunta #2. Califique las siguientes habilidades digitales que usted como guía turístico posee

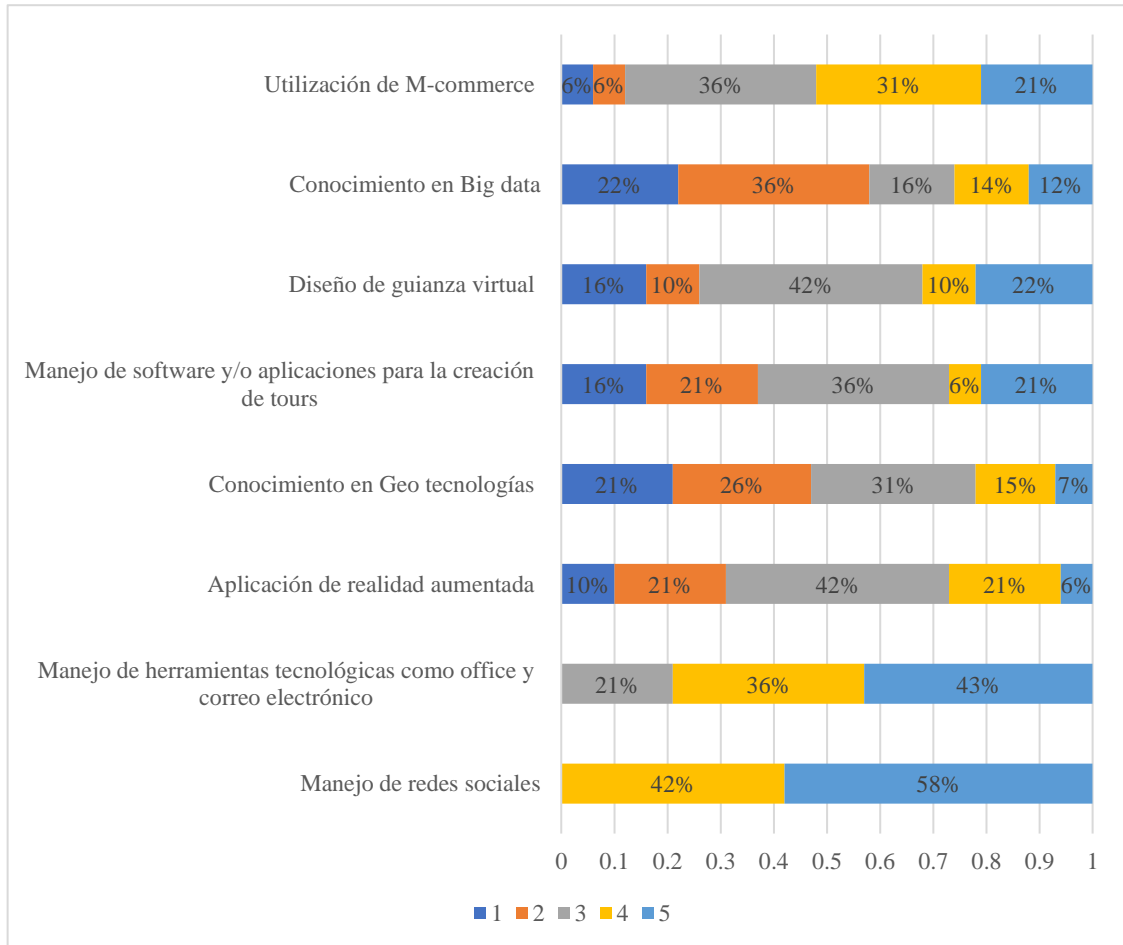


Figura 12. Habilidades digitales

Nota: Elaboración propia

En torno a las habilidades digitales, los encuestados se encuentran en un punto medio acerca de la utilización del M-commerce, conocimiento en big data, diseño de guianza virtual, manejo de software y aplicación para la creación de tours, conocimiento en geo tecnologías.

Solo el manejo de herramientas tecnológicas y las redes sociales son ponderadas como positivas. En general se observan muchas falencias en referencia al manejo de los recursos tecnológicos actuales para la realización de estas actividades de guianza.

Pregunta #6. ¿Considera Usted que los museólogos y guías turísticos estén capacitados en temas digitales?

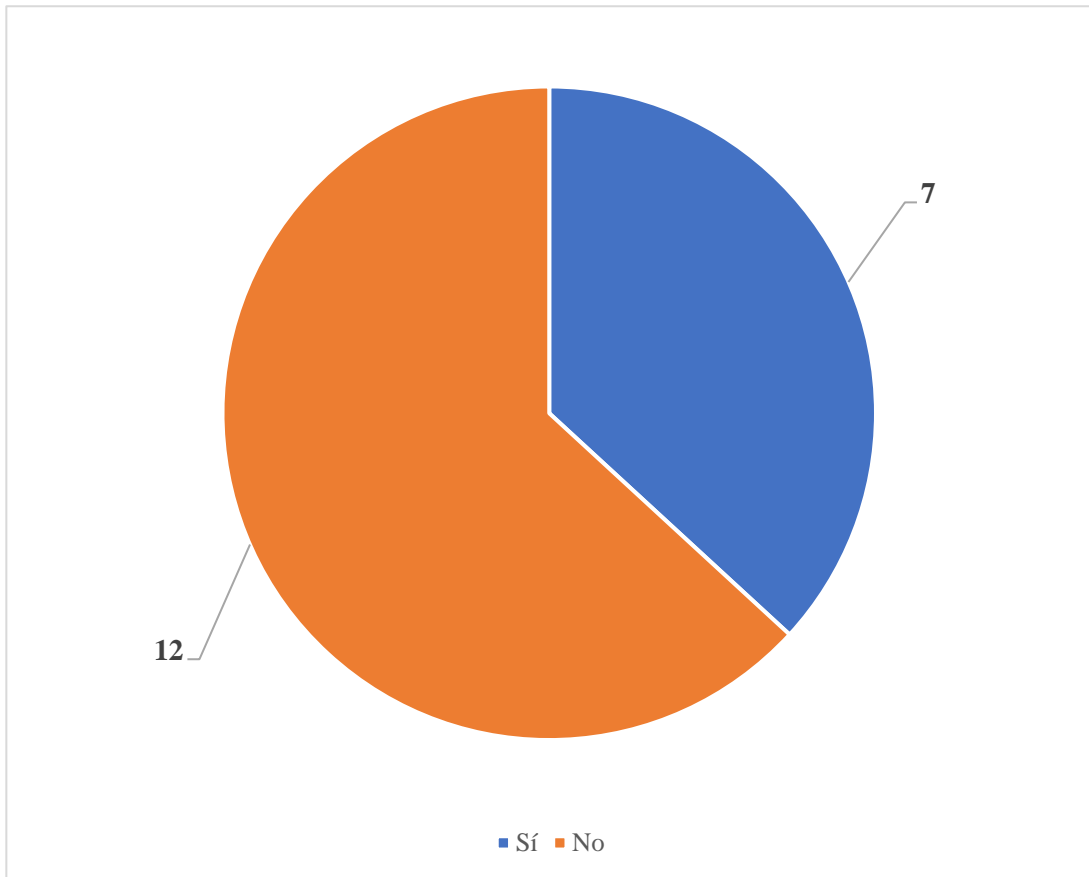


Figura 13. Capacitaciones en temas digitales

Nota: Elaboración propia

De los 19 encuestados, 12 consideran que no están totalmente capacitados para realizar sus funciones en relación a los temas digitales en los recorridos. Mientras que 7 opinan que si están aptos y poseen el conocimiento pertinente sobre estos temas. Con base a estos datos, se orienta desarrollar actividades como charlas o cursos, con el objetivo de suplir las falencias en cuanto a la falta conocimientos y elevar sus destrezas y habilidades en referencia a los temas digitales, de tal manera que se pueda brindar un servicio de excelencia a los turistas y visitantes.

Pregunta #7. ¿Usted ha recibido capacitaciones del Ministerio de Turismo, GAD Manta, Cámara de turismo sobre temas vinculados a las competencias digitales?

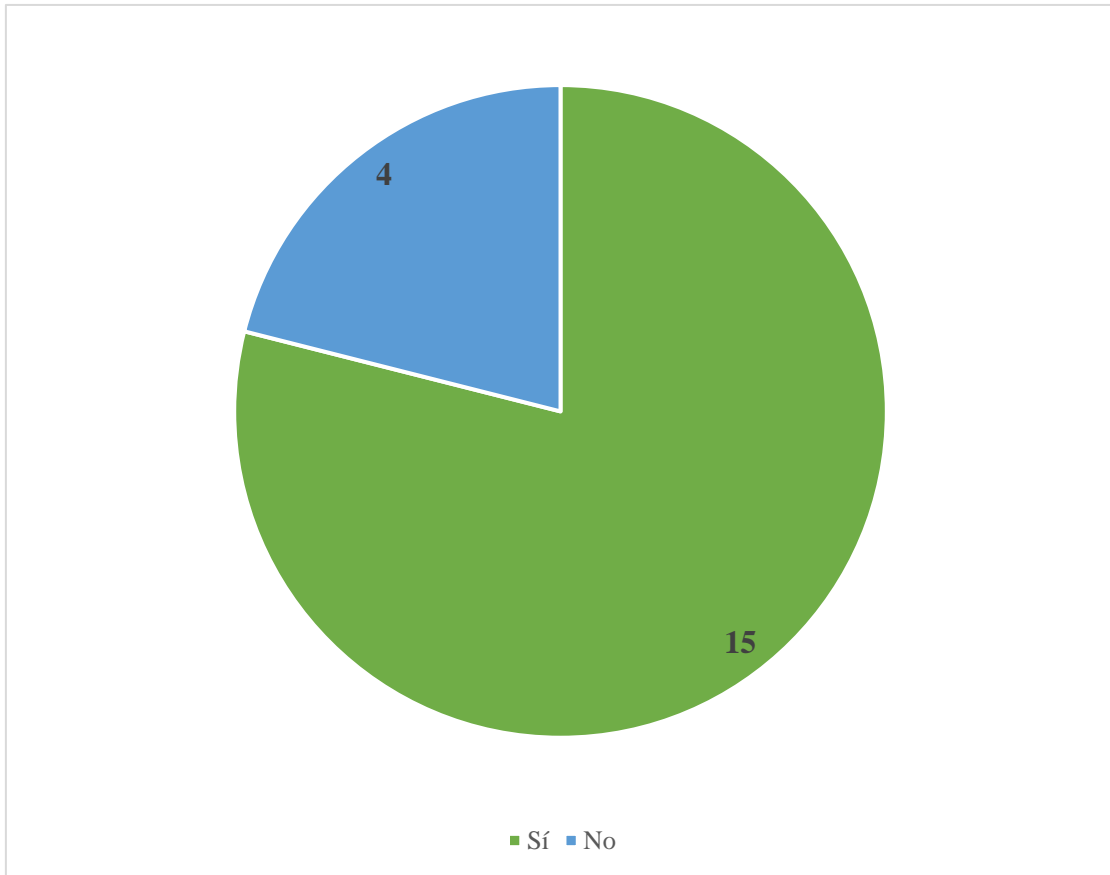


Figura 14. Capacitaciones

Nota: Elaboración propia

Respecto a las capacitaciones otorgados por alguna entidad pública en materia de turismo, 15 de los encuestados indican que si han recibido charlas de estos organismos y solo 4 no han tomado ningún curso. Con base a los resultados, se exhorta a las organizaciones encargadas del turismo en las localidades, a la realización de actividades como cursos, talleres o seminarios en las cuales participen los profesionales que se desenvuelven en esta área.

De esta manera se busca potenciar sus conocimientos, habilidades y destrezas de los guías turísticos, con la finalidad de brindar una atención de excelencia a los turistas y visitantes que acuden a las comunidades receptoras.

Pregunta #8. De la siguiente lista, señale los temas que se deberían fortalecer para formar profesionales en guianza

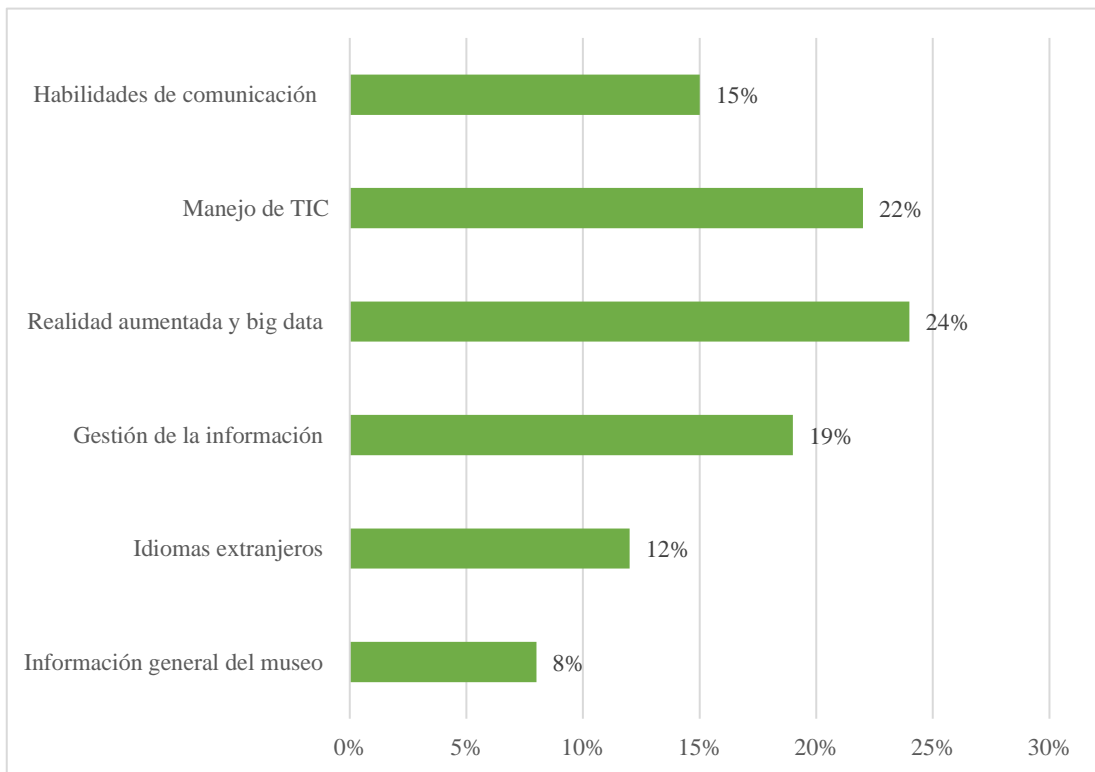


Figura 15. Fortalecimiento de capacidades

Nota: Elaboración propia

Con base a los resultados se demuestra que el 24% de profesionales que se desempeñan como guías turísticos consideran importante aprender el manejo de la realidad aumentada y el big data. Del mismo modo, el 22% consideran esencial ampliar sus conocimientos sobre las TIC. El 19% elige la gestión de la información, el 15% habilidades de la comunicación.

Desde luego, la capacitación en los temas mencionados anteriormente es fundamental para que los guías turísticos pulen sus debilidades y aumenten sus conocimientos. En este sentido, la academia también juega un rol protagónico en esta premisa, ya que su deber es formar profesionales que estén a la altura de las nuevas exigencias del mercado.

Pregunta #9. En qué ámbitos tecnológicos le ha tocado autocapacitarse para cumplir con las demandas del mercado

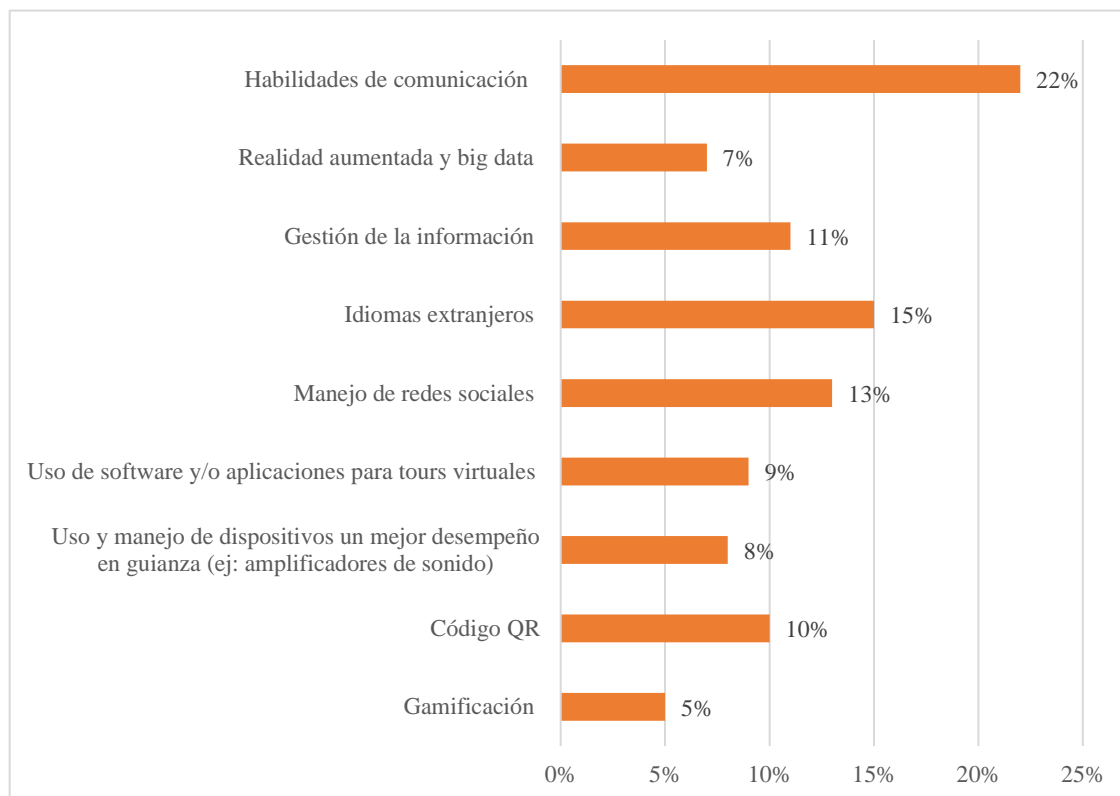


Figura 16. Autocapacitación

Nota: Elaboración propia

Con base a los datos recabados sobre esta interrogante, se determina que el 22% de los consultados se ha autocapacitado en el manejo de TIC. Por su parte, un 15% lo ha hecho en idiomas extranjeros, el 13% manejo de redes sociales, el 11% gestión de la información y el 10% código QR. Mientras que 9% ha adquirido conocimientos en el uso de software de y/o aplicaciones para tours virtuales.

De forma general se observa que existe un predominio de fortalecer conocimientos en cuanto al manejo correcto de las herramientas proporcionadas por Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), asimismo se reconoce como prioridad al estudio y aprendizaje de un idioma extranjera, de preferencia el inglés.

Pregunta #10. ¿Qué otras aplicaciones utilizan para la realización de sus actividades como guías?

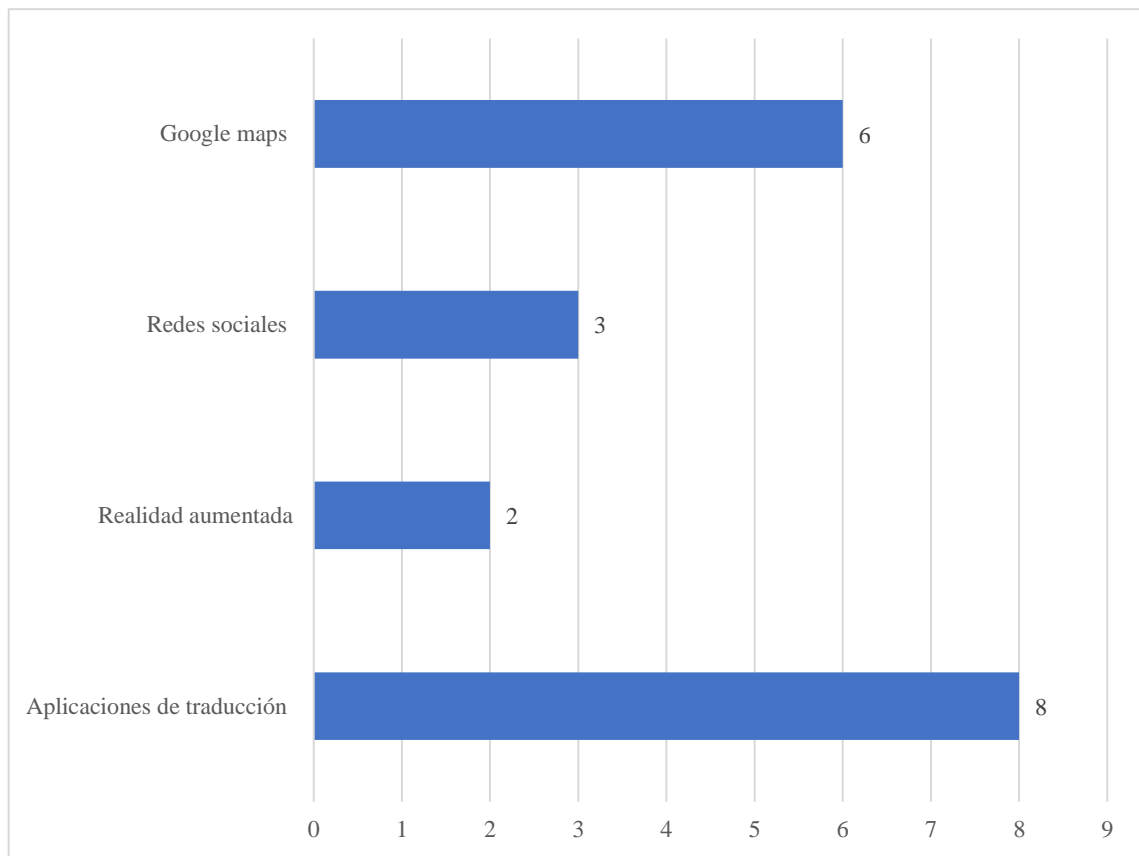


Figura 17. Otras aplicaciones

Nota: Elaboración propia

Los resultados obtenidos sobre esta interrogante demuestran que ocho profesionales que realizan actividades de guianza utilizan aplicaciones de traducción, como tal se denota una debilidad en cuanto al manejo de una segunda lengua (inglés). Mientras que seis profesionales hacen uso de la herramienta GPS de Google Maps durante sus recorridos. Hay tres guías que utilizan las redes sociales y 2 realidad aumentada.

3.3 Resultados objetivo 3

En este apartado se pretende dar respuesta al objetivo #3 que declara: Proponer un marco de competencias digitales que ayude a reducir la brecha entre las competencias del perfil profesional y las del mercado.

A efectos de dar cumplimiento a este objetivo se realiza una investigación en varias fuentes bibliográficas, en las cuales toman en consideración los resultados de los estudios realizados por Medina y Guevara, (2015); Contreras, Juárez y Ramírez, (2018); Castro, Suárez y Tamayo, (2018); Rivas, Cardoso y Cortés, (2019) y Arango, Tamayo y Delgado, (2020).

En la siguiente tabla 7, se ubica el siguiente marco de competencias.

Tabla 7. Marco de competencias

| # | Tipo | Competencias |
|---|---|---|
| | Saber (cognitivas, disciplinares y conceptuales) | Comprensión de la industria turística para el desarrollo de gestión en las diversas organizaciones y empresas turísticas, considerando aspectos de dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica. Conocimientos empresariales, de administración, marco legal y normatividad de las actividades turísticas. Mercadotecnia para la eficaz comercialización de los distintos productos turísticos e implementación de objetivos, estrategias y políticas comerciales. Análisis de los impactos generados por el turismo. Gestión del territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad en el ámbito turístico, y de proyectos turísticos rentables, socialmente participativos y ambientalmente responsables. Gestión de recursos financieros |
| 2 | Saber hacer (procedimentales e instrumentales) | Comunicación oral y escrita en lengua propia (español) Comunicación oral y escrita en una segunda lengua (preferentemente inglés y/o chino) Utilización de software especializado en turismo (sistema de reservaciones) y en tecnologías de información y comunicación Procedimientos administrativos y operativos del ámbito industrial de alojamiento, provisión de alimentos y bebidas, transporte de pasajeros por ferrocarril, carretera, agua, aéreo, así como alquiler de equipos de transporte, actividades de agencias de viajes y otros servicios de reservas. |

| | | |
|---|--|---|
| 3 | Ser (actitudinales y valóricas) | Motivación por la calidad Iniciativa y espíritu emprendedor Capacidad de trabajo en equipos multidisciplinares e interdisciplinares Apreciación de la diversidad y multiculturalidad por medio del conocimiento de culturas y costumbres de otras regiones y países. Habilidad de trabajar en un contexto internacional Creatividad Liderazgo Tener orientación marcada de servicio hacia el cliente |
| | Competencias genéricas - transversales | Habilidades de investigación Solución de problemas Capacidad de toma de decisiones Lealtad Capacidad de organizar y planificar Capacidad de análisis y síntesis Habilidades de gestión de información Compromiso ético Capacidad de aprender |

Nota: Elaboración propia a partir de Medina y Guevara Solución, (2015); Contreras, Juárez y Ramírez, (2018); Castro, Suárez y Tamayo, (2018) Rivas, Cardoso y Cortés, (2019) y Arango, Tamayo y Delgado, (2020).

La tabla (7) es tomada como ejemplo para desarrollar la matriz específica de las competencias de los profesionales turísticos que se desenvuelven en el ámbito de la guianza. Se logran identificar cuatro competencias: Saber: (cognitivas, disciplinares y conceptuales). Saber hacer: (procedimentales e instrumentales). Ser (actitudinales y valóricas) y también las competencias técnicas y transversales. En la siguiente tabla (8) se detallan con mayor precisión.

Tabla 8. Marco de competencias en profesionales de turismo

| # | Categorías | Competencias |
|---|-------------|---|
| 1 | Saber | Gestión de información Habilidades de comunicación |
| 2 | Saber hacer | Manejo del segundo idioma (inglés) Realidad aumentada y BIG data Uso de software/ y o aplicaciones para tours virtuales Aplicaciones para traducción de idiomas Manejo de GDS Manejo del sistema de información geográfica |

| | | |
|---|------------------------------|--|
| | | Manejo de redes sociales Gamificación Código QR Uso y manejo de dispositivos tecnológicos |
| 3 | Ser | Creatividad Liderazgo Capacidad innovadora |
| 4 | Genéricas - Transversales | Capacidad de análisis y síntesis Toma de decisiones Compromiso ético |

Nota: Elaboración propia

En el siguiente apartado se ubica un cuadro comparativo de las competencias propuestas con base en los resultados de la encuesta acerca de las competencias que no son cubiertas en el mercado y que son requeridas por los servidores turísticos.

Tabla 9. Cuadro comparativo

| Competencias no cubiertas por el mercado | | Propuestas | |
|--|--|------------------------------|---|
| Saber | Habilidades de comunicación Gestión de información | Saber | Gestión de información Habilidades de comunicación |
| Saber hacer | Limitado manejo de idiomas, especialmente el inglés Manejo de big data y la realidad aumentada Gamificación Código QR | Saber hacer | Manejo del segundo idioma (inglés) Realidad aumentada y BIG data Uso de software/ y o aplicaciones para tours virtuales Aplicaciones para traducción de idiomas Manejo de GDS Manejo del sistema de información geográfica Manejo de redes sociales Gamificación Código QR Uso y manejo de dispositivos tecnológicos |
| Ser | Falta de innovación Poca capacidad de liderazgo | Ser | Creatividad Liderazgo Capacidad innovadora |
| Genéricas - Transversales | Poca injerencia en la toma de decisiones | Genéricas - Transversales | Capacidad de análisis y síntesis Toma de decisiones Compromiso ético |

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

1. Las competencias digitales son muy importantes en la actualidad, por lo tanto, los profesionales que se desempeñan en el ámbito turístico también deben poseer el conocimiento, las habilidades y destrezas sobre el manejo de estas herramientas, para estar a la altura de las exigencias de los turistas y visitantes.

2. A través de la aplicación del cuestionario de encuesta se concluye que los profesionales turísticos necesitan habilidades en el manejo de software y/o aplicaciones para la creación de tours, diseño de guianza virtual, manejo de herramientas tecnológicas como office y correo electrónico. Asimismo, se solicita de conocimientos en la aplicación de la realidad aumentada y manejo de redes sociales.

3. Con el presente proyecto se ha propuesto un marco de competencias digitales con la finalidad de reducir la brecha entre las competencias del perfil profesional y las del mercado. Se identifican cuatro categorías o áreas: Saber (Gestión de la información y habilidades de comunicación). Saber hacer: (Manejo del segundo idioma (inglés), realidad aumentada y BIG data, uso de software/ y o aplicaciones para tours virtuales, aplicaciones para traducción de idiomas, manejo de GDS, manejo de redes sociales, gamificación, código QR y uso y manejo de dispositivos tecnológicos). Ser: (Creatividad, liderazgo y capacidad innovadora). Genéricas y transversales: (Capacidad de análisis y síntesis, toma de decisiones y compromiso ético)

RECOMENDACIONES

1. A través de esta investigación se pudo constatar que existen debilidades en cuanto a las competencias digitales de los guías turísticos en el cantón Manta. Por lo tanto, se orienta a los organismos encargados del turismo a impulsar eventos como: charlas, convenciones, seminarios en los cuales se aborden estos temas, permitiendo así elevar los conocimientos, destrezas y habilidades de los profesionales de esta rama.

2. Las unidades académicas universitarias también deben asumir responsabilidades, tomando decisiones como la reestructuración de las mallas curriculares, en las cuales se integren materias acordes a las exigencias del mercado actual. Estas acciones sin lugar a duda otorgarán mayores herramientas a los estudiantes, augurando así un mejor perfil profesional.

3. En definitiva, los resultados de este estudio pueden ser considerados como pauta para futuras investigaciones sobre las competencias digitales de los profesionales en otros sectores relacionados al servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, F., & Correa, C. (2016). Tecnologías de la información y comunicación en el turismo. Análisis de la producción académica en revistas brasileñas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 304-318 .
- Arango, J., Tamayo, L., & Delgado, A. (2020). Competencia digital y formación profesional en el turismo. Una revisión de literatura. *Revista de Investigación Educativa. ISSN 1870-5308* , 63-87.
- Avilés, G., Vélez, C., Machado, J., Córdova, M., & Tapia, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador). *Revista Espacios, Vol. 39(No. 44)*, 1-12.
- Azcué, I., Cruz, G., & Varisco, C. (2018). *Impactos económicos dle turismo*. Universidad Nacional de Mar de Plata.
- Barceló, A., & Sarmiento, J. (2019). Guías virtuales versus guías turísticos en la economía del siglo XXI. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 335-358.
- Bárcena, E., Martín, E., & Jornado, M. (2016). Innovación metodológica y tecnológica en la enseñanza del inglés para turismo a distancia. *Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*, 39-62.
- Bermúdez, J., & Rubio, M. (2021). Nuevas profesiones y TICs en las organizaciones turísticas: Ocupaciones, perfiles y competencias. *Sociedad y Tecnociencia* , 188-208.
- Bermúdez, L. (2015). Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de las PYMES . *Revista de las Sedes Regionales*, 1-25.
- Camacho, R., Rivas, C., Gaspar, M., & Quiñonez, C. (2019). Innovación y tecnología educativa en el contexto actual latinoamericano. *Revista de Ciencias Sociales*, 460-471.
- Carlisle, S., Ivanov, S., & Dijkmans, C. (2020). The digital skills divide: evidence from European Tourism Industry . *Journal of tourism future* , 1-28.

- Castillo, D., Gavilanes, A., Muñoz, E., Chávez, C., & Borz, S. (2021). An Evaluation of the Importance of Smart Tourism Tools in the Riobamba Canton, Ecuador. *Sustainability*, 13, 1-22.
- Castro, D., Suárez, L., & Tamayo, A. (2018). Tecnologías en línea populares para viajar: ¿cuáles utilizan los jóvenes universitarios para hacer turismo? *Revista actualidades investigativas en educación*, 18(2), 1-30. doi:<https://doi.org/10.15517/aie.v18i2.33149>
- Castro, L. (2012). Formación y desarrollo de competencias gerenciales para los gestores hoteleros. *Cuadernos de Administración*, 64-76.
- CEPAL. (2022). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*. Santiago: CEPAL.
- Contreras, M., Juárez, J., & Ramírez, B. (2018). Evaluación de las competencias en el plan de estudios de tres licenciaturas en turismo en Puebla, México: Percepciones de los estudiantes. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9-17.
- Corozo, D. (2020). Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aplicadas al turismo en Colombia . *Research Gate* , 1-10.
- Cuevas, H., Estrada, S., & Larios, E. (2016). The effects of ICTs as innovation facilitators for a greater business performance. . *Procedia Computer Science*, 47-56.
- D'Agnano, F., Balletti, C., Guerra, F., & Vernier, P. (2015). Tooteko: a case study of augmented reality for an accessible cultural heritage. Digitization, 3D printing and sensors for an audio tactile experience. . *International Society for Photogram*, 207-213.
- Estrada, I., & Miranda, M. (2017). TIC en estudiantes universitarios de Turismo de la Universidad Autónoma de Baja California, México. *El periplo sustentable* , 528-563.
- Fernández, A., & González, R. (2019). Análisis del uso de la tecnología en los museos: los museos inteligentes. Estudio de casos en la ciudad de Madrid. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio* , 96-139.
- Fiallos, B. (2015). E-Comunicación y contenidos digitales en los museos del Siglo XXI . *Revista de información artística* , 1-12.

- Fundación Orange. (2016). *La transformación digital en el sector turístico* . Madrid, España : Fundación Orange, .
- Gieler, L. (2019). *Cambios potenciales para empresas a través de procesos digitales basados en Inteligencia Artificial y Big Data*. Madrid, España : Universidad Pontificia Comillas.
- Gisbert, M., Yáñez, C., & Peñamaría, A. (2013). La estrategia digital de los museos. Un primer paso en la evaluación. *ResearchGate* , 1-12.
- Granata, G. (2020). Digital Communication Tools: E-Wom in the Tourism & Hospitality Industry . *International Journal of Advances in Management and Economics*, 57-63.
- Jaramillo, M. (2020). Diseño de un modelo de perfiles de competencias para la gestión de selección de personal en la empresa Química Suiza Industrial del Ecuador. *Maestría en Desarrollo del Talento Humano*. Quito, Pichincha , Ecuador : Universidad Andina Simón Bolívar .
- Jones, C., Motta, J., & Alderete, M. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. . *Estudios Gerenciales* , 4-13.
- Kohen, P. (2018). Sistema de Gestión de Destinos Turísticos.
- Levano, L., Sánchez, S., Guillén, P., Tello, S., Herrera, N., & Collantes, Z. (2019). Competencias digitales y educación . *Propósitos y representaciones* , 569-588.
- Leyva, H., Pérez, M., & Pérez, S. (2018). Google forms en la evaluación diagnóstica como apoyo en las actividades docentes. Caso con estudiantes de la licenciatura en turismo. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9-17.
- Mamani, F., & Alvites, C. (2021). Herramientas Digitales para Entornos Educativos Virtuales. *Revista LEX*, 317-332.
- Más, A., Rodríguez, A., & Aranda, P. (2020). La revolución digital en el sector turístico. Oportunidad para el turismo en España. *Ekonomiaz*, 229-251.

- McDougall, J., Readman, M., & Wilkinson, P. (2018). The uses of (digital) literacy. *Learning, Media and Technology*, 263-279.
- Medina, A., & Guevara, A. (2015). Necesidades formativas tecnológicas en turismo. Estudio de caso de Andalucía. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* , 913-929.
- Medina, A., & Guevara, A. (2018). Propuesta de un marco de competencias digitales . *International Journal of Information System and Tourism* , 29-39.
- MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Moreno, L., Egorova, G., Peretó, A., & Más, A. (2018). Exploring the use of artificial intelligence in price maximisation in the tourism sector: its application in the case of Airbnb in the Valencian Community». Investigaciones. *Investigaciones regionales: Journal of Regional Research* , 113-128.
- OMT. (2019). *Glosario de términos*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Ortega, N., Medina, L., & Osorio, M. (2020). La formación profesional en turismo entre conexiones y redes de aprendizaje. *Sinéctica*, 1-18. Obtenido de [https://doi.org/10.31391/s2007-7033\(2020\)0054-007](https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2020)0054-007)
- Parra, C., & Rodríguez, F. (2015). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Revista Investigación Desarrollo Innovación* , 131-143.
- Parrales, J. (2017). Gerencia Estratégica y Tecnología de la Comunicación e Información –TICs. *Dominio de las Ciencias*, 218-236.
- Peralta, J. (2021). *El turismo en Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales* . Ciudad de México, México: CEPAL.
- Pérez, J. (2021). Aplicación de nuevas tecnologías aplicadas al ámbito turístico. Principales herramientas y oportunidades de desarrollo . *UNEX*, 386-413.

- Piguave, C. (2018). Influencia de la tecnología en el turismo: El internet. *Polo de Conocimiento* , 429-440.
- Pinargote, Y., & Cevallos, A. (2020). El uso y abuso de las nuevas tecnologías en el área educativa. *Dominio de las Ciencias* , 517-532.
- Puiggrós, E., González, N., & Fondevila, J. (2017). Innovación, turismo y TIC: el caso de los museos de Barcelona. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 619-632.
- Quijano, I. (2018). El uso de la arqueología experimental como recurso didáctico en el proceso de aprendizaje: Una experiencia educativa en estudiantes de administración turística de Lima, Perú. . *Revista Electrónica Educare*, 287-313.
- Quiñonez, M., Tapia, G., & Andrade, D. (2019). La utilidad de las TIC en el turismo comunitario. *Polo del Conocimiento*, 67-92.
- Quiroz, A., & Tubay, F. (2021). Las TIC´s como teoría y herramienta transversal en la educación. *Perspectivas y realidades* . *Polo del Conocimiento* , 156-186.
- Rivas, R., Cardoso, O., & Cortés, J. (2019). Propuesta de las competencias profesionales en turismo desde el enfoque del empleador. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, Vol. 9(No. 18), 1-20.
- Rodríguez, D. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *Revista Facultad Ciencias Económicas de Colombia*, 26(1), 125-146. doi:<https://doi.org/10.18359/rfce.3142>
- San Martín, B., & Cordero, V. (2018). Los museos y las tecnologías de la comunicación en Cuenca. *Revista Killkana Sociales*, 171-178.
- Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2018). Development of digital literacy indicators for Thai undergraduate students using mixed method research. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 215-221.
- Torres, P., & Cobo, J. (2017). Tecnología educativa y su papel en el logro de los fines de la educación. *Revista Venezolana de Educación*, (68), 31-40.
- UNWTO. (2018). *Las Tics en el turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- WEF. (2017). *The travel & tourism competitive ness report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. . Geneva, Switzerland.: WEF.

Zamaquero, L. (2018). Los juegos de rol como estrategia de enseñanza-aprendizaje para fomentar la adquisición de competencias: una experiencia en la titulación de Grado en Turismo. *Revista Jurídica de Investigación e Innovación Educativa*, 43-56.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

| |
|---|
| <p style="text-align: center;">Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</p> <p style="text-align: center;">Encuesta dirigida a proveedores de servicio turísticos del cantón Manta</p> <p>Las TIC han revolucionado los negocios a nivel mundial y el turismo no es la excepción. De la misma manera, han transformado el sector hotelero, de restaurantes y de servicios de viaje, jugando ahora un papel importante en las reglas que rigen el mundo comercial. La encuesta es aplicada con el objetivo de identificar las competencias digitales requeridas de los profesionales que se desenvuelven en el turismo: museólogos y guías turísticos en el cantón Manta. Gracias por la comprensión.</p> <p>1. Seleccione el tipo de proveedor turístico</p> <p>Museos Agencias de viajes Operadora turística Área protegida</p> <p>2. De las siguientes competencias señale cuáles son necesarias para los guías turísticos:</p> <p>Capacidades de comunicación y liderazgo Análisis de situaciones de riesgo, manejo y resolución de problemas Trabajo en equipo Desarrollo de inteligencia (analítica, creativa y práctica) Dominio de una lengua extranjera, de preferencia inglés Interacción con el grupo Capacidad innovadora Otros</p> <p>3. Con respecto a las habilidades digitales, indique las más sobresalientes que debe poseer un guía turístico</p> <p>Manejo de redes sociales Manejo de herramientas tecnológicas como office y correo electrónico Aplicación de realidad aumentada Conocimiento en Geo tecnologías Manejo de software y/o aplicaciones para la creación de tours Diseño de guianza virtual Conocimiento en Big data Utilización de M-commerce Otras</p> <p>4. En términos generales ¿Cómo califica las competencias digitales de los profesionales que se desenvuelven actualmente como museólogos y guías turísticos en el cantón Manta?</p> <p>Excelente Bueno Regular Malo Muy malo</p> <p>5. De los siguientes tópicos, señale cuales deben ser fortalecidos para mejorar el desempeño de los profesionales turísticos en materia de guianza</p> <p>Habilidades de comunicación Realidad aumentada y big data Manejo de redes sociales Gestión de la información Uso de software y/o aplicaciones para tours virtuales Uso y manejo de dispositivos un mejor desempeño en guianza (ej: amplificadores de sonido) Código QR Idiomas extranjeros Gamificación</p> |
|---|

Otros

6. Indique cuál de las siguientes alternativas contribuyen a mejorar las competencias digitales para los profesionales que se desempeñan en la rama del turismo

Capacitaciones online/presencial con profesionales de la materia

Conferencias por parte del Ministerio de turismo

Seminarios y actividades prácticas

Otras

7. ¿Quiénes son los responsables de impartir las capacitaciones o charlas que contribuyan al fortalecimiento de las competencias digitales de los profesionales de turismo?

Ministerio de turismo

Cámara de turismo

GAD Manta

Empresas turísticas

Academia

Otros

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Formato de encuesta

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Encuesta dirigida a los guías turísticos del cantón Manta

Las TIC han revolucionado los negocios a nivel mundial y el turismo no es la excepción. De la misma manera, han transformado el sector hotelero, de restaurantes y de servicios de viaje, jugando ahora un papel importante en las reglas que rigen el mundo comercial. La encuesta es aplicada con el objetivo de identificar las competencias digitales requeridas de los profesionales que se desenvuelven en el turismo: museólogos y guías turísticos en el cantón Manta. Gracias por la comprensión.

1. Género
 Masculino
 Femenino
 GLTBI+

2. Edad

3. Seleccione a qué proveedor turístico presta actualmente sus servicios
 Museos
 Agencias de viajes
 Operadora turística
 Área protegida

4. Califique del 1 al 5, siendo 5 la nota más alta, el nivel de las siguientes competencias profesionales que usted como guía turístico posee:

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Capacidades de comunicación y liderazgo | | | | | |
| Análisis de situaciones de riesgo, maneja y resolución de problemas | | | | | |
| Trabajo en equipo | | | | | |
| Desarrollo de inteligencia (analítica, creativa y práctica) | | | | | |
| Dominio de una lengua extranjera, de preferencia inglés | | | | | |
| Interacción con el grupo | | | | | |
| Capacidad innovadora | | | | | |

5. Califique las siguientes habilidades digitales que usted como guía turístico posee:

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| Manejo de redes sociales | | | | | |
| Manejo de herramientas tecnológicas como office y correo electrónico | | | | | |
| Aplicación de realidad aumentada | | | | | |
| Conocimiento en Geo tecnologías | | | | | |
| Manejo de software y/o aplicaciones para la creación de tours | | | | | |
| Diseño de guianza virtual | | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------|--|--|--|--|--|
| Conocimiento en Big data | | | | | |
| Utilización de M-commerce | | | | | |

6. ¿Considera Usted que los museólogos y guías turísticos están capacitados en temas digitales?
Sí
No

7. ¿Usted ha recibido capacitaciones del Ministerio de Turismo, GAD Manta, Cámara de turismo sobre temas vinculados a las competencias digitales?
Sí
No

8. De la siguiente lista, señale los temas que se deberían fortalecer para formar profesionales en guianza
Habilidades de comunicación
Manejo de TIC
Realidad aumentada y big data
Gestión de la información
Idiomas extranjeros
Información general del museo
Otras

9. En qué ámbitos tecnológicos le ha tocado autocapacitarse para cumplir con las demandas del mercado
Habilidades de comunicación
Realidad aumentada y big data
Gestión de la información
Idiomas extranjeros
Manejo de redes sociales
Uso de software y/o aplicaciones para tours virtuales
Uso y manejo de dispositivos un mejor desempeño en guianza (ej: amplificadores de sonido)
Código QR
Gamificación
Otros.....

10. ¿Qué otras aplicaciones utilizan para la realización de sus actividades como guías?
.....
.....
.....

Fuente: Elaboración propia