

LA DOCENCIA DE LAS COMPETENCIAS TIC EN EL GRADO EN TURISMO: LA PERSPECTIVA DEL EMPRESARIADO TURÍSTICO⁷

Ana María Campón Cerro (amcampon@unex.es)

Eduardo Alvarado Corrales (ecalvarco@unex.es)

José Manuel Hernández Mogollón (jmherdez@unex.es)

José Antonio Folgado Fernández (jafolgado@unex.es)

José Manuel Rodríguez García (jmrodri@unex.es)

José Manuel Mariño Romero (josemanumr@unex.es)

Jorge Mariño Romero (jorgemarino@unex.es)

Universidad de Extremadura

RESUMEN:

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) tienen un papel relevante en la industria turística, que ha de reflejarse en las competencias profesionales de su capital humano. La aparición y evolución de las TIC suponen un gran cambio en el entorno turístico, que ha de repercutir en los planes de estudio del Grado en Turismo. Los estudios defienden un enfoque más práctico y activo de la docencia en el contexto de las TIC, propuestas que se recogen en los nuevos planes formativos del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). En los foros de debate sobre las profesiones del turismo aparecen las TIC como las competencias más destacadas para estos profesionales. Pero también es necesaria la opinión del sector. Este trabajo se propone como objetivo conocer el grado de importancia que el empresariado turístico otorga a las TIC, así como cuáles son las exigencias del sector en este sentido. Para ello, se ha recurrido una muestra de 86 empresarios turísticos pertenecientes fundamentalmente a los ámbitos del alojamiento y restauración en Extremadura (España). Los resultados apuntan a que en el sector el trabajo con las TIC es imprescindible y, por tanto, la necesidad de incorporarlas a sus planes de estudio.

⁷ El presente trabajo se encuadra en un Proyecto de Innovación Docente concedido por el Servicio de Orientación y Formación Docente (SOFD) de la Universidad de Extremadura, perteneciente a la Convocatoria de Acciones para la Consolidación del Espacio Europeo de Educación Superior en la UEx 2013-1014.

PALABRAS CLAVE: innovación docente, Grado en Turismo, competencias, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), empresariado turístico.

**TEACHING SKILLS OF ICT IN THE DEGREE IN TOURISM: THE
PERSPECTIVE OF TOURISM ENTREPRENEURSHIP**

ABSTRACT:

The New Information and Communication Technologies (ICT) have a relevant role in the tourism industry, that has to be reflected in the professional skills of its human capital. The appearance and evolution of ICT represent a great change in the tourism environment, which has an impact on the curriculum of the Degree in Tourism. Studies advocate a more practical and active approach to the teaching in ICT context, proposals that are included in new curricula of the European Higher Education Area (EHEA). In discussion forums about tourism professions, ICT appear as the most important skills for these professionals. But also it is necessary the sector opinion. The aim of this work is to know the degree of importance that tourism entrepreneurship gives to ICT, as well as which are the requirements of the sector in that sense. It was obtained a sample of 86 tourism entrepreneurs, mainly pertaining to accommodation and restaurants in Extremadura (Spain). Results point out that working with ICT in the sector is essential and, therefore, the necessity of incorporating them into their curricula.

KEY WORDS: teaching innovation, Degree in Tourism, skills, Information and Communication Technologies (ICT), European Higher Education Area (EHEA), tourism entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) tienen un papel fundamental en la industria turística, que ha de reflejarse en las competencias profesionales de su capital humano. La aparición y evolución de las TIC suponen un gran cambio en el entorno turístico que ha de repercutir en los planes de estudio del Grado en Turismo.

Numerosos estudios defienden un enfoque más práctico y activo de la docencia en el contexto de las TIC, propuestas que se recogen en los nuevos planes formativos que convergen en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que utiliza como punto de referencia las competencias que han de adquirir los futuros profesionales del sector.

En los foros de debate sobre las profesiones del turismo aparece el uso de las TIC como una de las competencias más destacadas para estos profesionales. Sin embargo, los alumnos que acceden a la titulación, a pesar de que están familiarizados con el uso de las TIC, parecen no poseer conocimientos suficientes para una adecuada implementación profesional.

Estos razonamientos fuerzan la necesidad de incorporar estos contenidos competenciales en los estudios en turismo. De este modo, el Libro Blanco del Grado en Turismo incluye una competencia específica relacionada con el aprendizaje de las TIC.

Para poder conocer la importancia que el sector otorga al dominio de las herramientas TIC por parte de los futuros profesionales del turismo, así como cuáles son los conocimientos y competencias que deberían adquirir, interesa hacer una aproximación a la postura de los empresarios que trabajan en este sector, con el objetivo de incorporar estas cuestiones a los planes de estudio, fomentando la salida al mercado profesional de egresados que cuentan con las capacidades que demanda el sector turístico.

Por ello, el objetivo del presente trabajo es dar a conocer el grado de importancia que el empresariado turístico otorga a las TIC, así como cuáles son las exigencias del sector en este sentido.

Para obtener esta aproximación, se han analizado datos relacionados con la valoración que los empresarios hacen de las TIC, a partir de los resultados obtenidos de entrevistas personales en profundidad en las que han colaborado alumnos, obteniéndose

una muestra de 86 empresarios del sector turístico, pertenecientes fundamentalmente a los ámbitos del alojamiento y restauración en Extremadura (España).

El presente trabajo se estructura en cuatro apartados. El primero de ellos presenta el tema objeto de análisis, así como su objetivo, justificación y metodología. Posteriormente se profundiza en la importancia de la docencia de las TIC en el Grado en Turismo, así como la especificación de los agentes involucrados, haciendo especial referencia a los empresarios del sector. Posteriormente se destacan los resultados del análisis desarrollado sobre las opiniones de la muestra de empresarios. Finalmente se termina con algunas conclusiones y reflexiones finales.

2. LA DOCENCIA DE LAS TIC EN EL GRADO EN TURISMO

Las TIC parecen poseer un papel preponderante en la industria turística, que ha de reflejarse en su capital humano. La irrupción y evolución de las TIC suponen un gran cambio en el entorno turístico (Quirós y Díaz, 2010), por tanto, están surgiendo nuevas competencias profesionales que han de poseer los profesionales del turismo (Boix, 2010). Numerosos estudios defienden un enfoque más práctico y activo de docencia, contexto en el que las TIC juegan un papel importante (Medina y González, 2010).

Los estudiantes actuales están inmersos en una nueva sociedad caracterizada por nuevos canales de comunicación que permiten desarrollar nuevas formas de trabajo, pensamiento y aprendizaje. Como resultado de estos cambios, se han diseñado nuevos planes formativos que convergen en el EEES, que utiliza como punto de referencia las competencias que han de adquirir los estudiantes para su futuro profesional. Por este motivo se potencia más el papel del estudiante como elemento clave del proceso de enseñanza-aprendizaje, aun cuando no es el único agente involucrado (Boix, 2010).

Para la formación en TIC tienen un papel primordial los docentes, que deben aportar una visión actualizada y global al estudiante (Majó y Martínez, 2010). De hecho, la UNESCO en 2008 publicó los “Estándares de Competencias en TIC para Docentes”, como un marco para poner en marcha programas de formación para desarrollar en los estudiantes habilidades indispensables para el siglo XXI. Las diferencias entre alumnos y profesores en cuanto al uso de las TIC se evidencian significativamente en varios estudios. Pero los docentes han de enseñar competencias TIC para mejorar el proceso de trabajo y aprendizaje, modificando su metodología de enseñanza. Deberán ser capaces de diseñar módulos de aprendizaje que incluya el uso de herramientas como redes

sociales, herramientas comunicativas o de gestión de información a través de Internet (Boix, 2010).

En los foros de debate de las profesiones del turismo aparece el uso de las TIC como una de las competencias más destacadas para los futuros profesionales. El turismo es una industria donde la información y su intercambio es la base del negocio, lo que se refleja en la gran cantidad de flujos de información que se generan. Para gestionar toda esta información y agilizar su gestión es imprescindible el uso de las TIC (Majó y Martínez, 2010). Los alumnos que acceden a la titulación de Turismo pueden estar familiarizados con el uso de las TIC, pero no poseen conocimientos suficientes para una adecuada implementación profesional (Medina y González, 2010).

La necesidad de incorporar estos contenidos supone una clave para el desarrollo de los estudios en turismo. El nuevo título de Grado, en su Libro Blanco elaborado por ANECA, incluye una competencia específica relacionada con el aprendizaje de las TIC (Medina y González, 2010). En concreto, la competencia 24 se enuncia “analizar y utilizar las TIC en los distintos ámbitos del sector turístico”, cuyo desarrollo se explicita como “conocer las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo”, para lo que se enumeran una serie de conocimientos disciplinares (saber) y profesionales (saber hacer).

Varias son las investigaciones que se han centrado en el análisis de las competencias TIC en los estudios en Turismo y que vienen a refrendar el interés en investigar sobre esta temática (Guerreño *et al.*, 2008; Boix, 2010; Quirós y Díaz, 2010; Majó y Martínez, 2010; Medina y González, 2010).

Cabe destacar el estudio de Guerreño *et al.* (2008). Sus resultados apuntan a una carencia de disciplinas que incorporen las enseñanzas TIC en las facultades, aunque existe una necesidad generalizada de incorporar asignaturas relacionadas con las TIC a la formación en turismo, con el objetivo de mejorar la competitividad del título.

También los hallazgos de Medina y González (2010) son reseñables. Se refieren a que los alumnos de turismo valoran de forma muy favorable el uso de las TIC en su formación y manifiestan un gran interés en alcanzar un mayor conocimiento de las mismas.

Sin embargo, Majó y Martínez (2010) aclaran que la formación en TIC en turismo, no ha de ser una materia de estudio independiente, sino que se debe apostar por una aproximación transversal con otras disciplinas.

Aunque para que estas cuestiones se lleven a cabo y el profesorado puedan enseñar estas competencias es necesario conocer lo que opina el sector. Según el Libro Blanco del título de Grado en Turismo no tiene sentido diseñar un plan de estudios sin tener en cuenta las necesidades que son detectadas por los profesionales en su trabajo diario. Además, los profesionales quieren opinar ante las competencias que han de ser requeridas para la obtención de la titulación, así como que su opinión sea tenida en cuenta en la elaboración final de la propuesta (ANECA, 2004).

El proyecto desarrollado para dar lugar al Libro Blanco trató de validar las competencias profesionales identificadas como aquellas en las que debían ser formados los titulados en turismo. Para su contrastación, se desarrollaron reuniones sectoriales que agrupaban profesionales del subsector del alojamiento, la intermediación, representantes de Colegios Profesionales, de asociaciones y del sector público. El análisis dio como resultado que “conocer y aplicar las Tecnologías de la Información” fue la cuarta competencia mejor valorada, tras “tener una marcada orientación de servicio al cliente”, “trabajar en inglés como lengua extranjera” y “definir objetivos, estrategias y políticas comerciales”, de las 32 competencias identificadas en total para el título (ANECA, 2004).

Vista la importancia que el sector otorga a esta competencia, parece relevante conocer con mayor detalle el grado de relevancia que se le otorga al trabajo con las TIC en el desarrollo diario de la actividad profesional, áreas en las que se utilizan con mayor intensidad, así como qué competencias habría que exigir a un futuro profesional de este sector. A continuación se exponen los resultados del análisis.

3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

A continuación se presentan los resultados de los datos recopilados a través de metodología cualitativa (entrevista personal en profundidad) sobre una muestra de empresarios del sector turístico, fundamentalmente del sector de alojamientos (hotelero y extrahotelero) y de restauración, dos subsectores dentro del ámbito turístico, muy diferentes pero básicos para el desarrollo de la actividad.

Se ha tratado de hacer un esfuerzo recopilador de las ideas vertidas, tratando de obtener factores comunes que representen una aproximación a la opinión del sector de

una forma sintética. Se presentan datos numéricos y una síntesis de los comentarios realizados.

La TABLA 1 presenta los resultados del perfil de la muestra.

TABLA 1. PERFIL DE LA MUESTRA

Variable	Indicador	Valor	Porcentaje
Provincia	Cáceres	50	58%
	Badajoz	32	37%
	Otro	4	5%
Tipo de empresa	Alojamiento	46	53%
	Restaurante	37	43%
	Actividades	3	3%
Propietario del establecimiento	Sí	59	69%
	No	27	31%
Director o gerente del establecimiento	Sí	72	84%
	No	8	9%
	Valor perdido	6	7%
Años de antigüedad o dedicación a la empresa turística	Media	15	-
	Desviación típica	10,2	-
Sexo	Hombre	58	67%
	Mujer	27	31%
	Valor perdido	1	1%
Edad	Menos de 30 años	6	7%
	Entre 30 y 50 años	56	65%
	Más de 50 años	23	27%

FUENTE: Elaboración propia

El 58% de los encuestados pertenecen a la provincia de Cáceres, mientras que el 37% a la provincia de Badajoz. El 5% restante se refiere a otras provincias. El 53% de las empresas participantes se dedican al alojamiento y el 43% al de la restauración. El 3% restante pertenece a empresas de actividades de ocio relacionadas con el turismo. Ante estos datos, se puede observar que la muestra es representativa de ambas provincias y de ambos sectores.

Por lo que respecta al perfil como empresario, el 69% de la muestra son propietarios del establecimiento, mientras que el 84% manifestó ser director o gerente del mismo. El valor de la media de los años de antigüedad o dedicación a la empresa

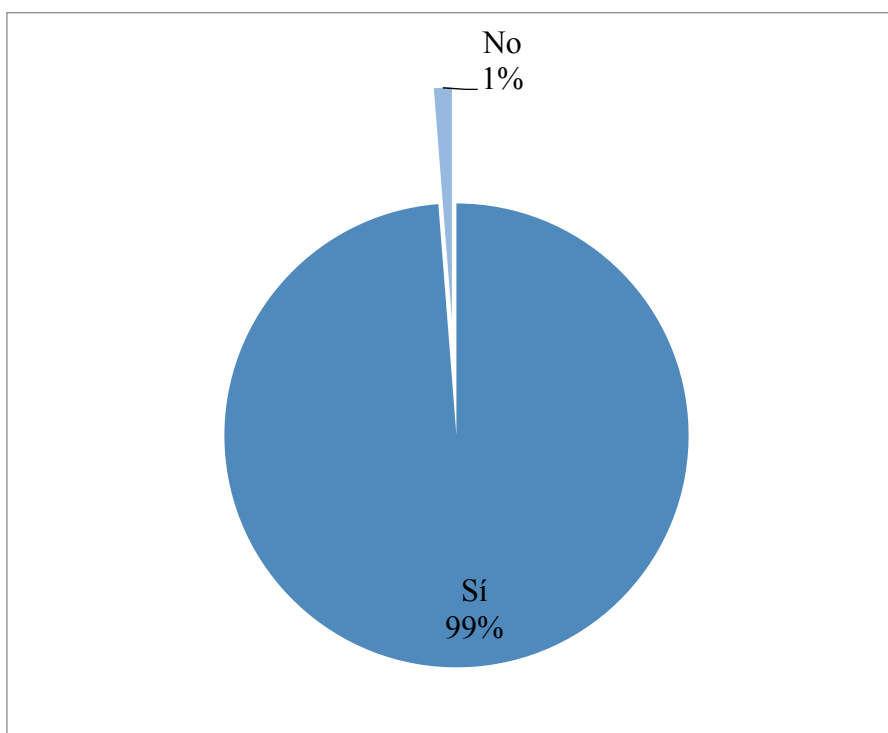
turística es de 15 años, aunque el valor de la desviación típica (10,2) muestra que hay algo de dispersión en los datos de este indicador.

Ante estos valores, parece viable afirmar que se trata de una muestra con experiencia en el sector y que en su mayor parte, tiene un alto grado de responsabilidad en las decisiones, cuestiones que son indicativas de que estamos ante una muestra de calidad para arrojar luz sobre estas cuestiones, por la responsabilidad asumida, conocimiento y experiencia que poseen del sector.

Por lo que respecta a la información sociodemográfica, el 67% de los encuestados eran hombres, frente al 31% que representa a las mujeres entrevistadas. La muestra se concentra principalmente al rango de edad que abarca de los 30 a los 50 años (65%), seguido de los empresarios con más de 50 años (27%). El hecho de que la muestra se agrupe en torno a una edad media y avanzada refrenda el hecho de la experiencia de los participantes.

A continuación se presentan el GRÁFICO 1, relacionado con la importancia que otorgan estas empresas a las TIC en el sector en su actividad diaria.

GRÁFICO 1. IMPORTANCIA DE LAS TIC

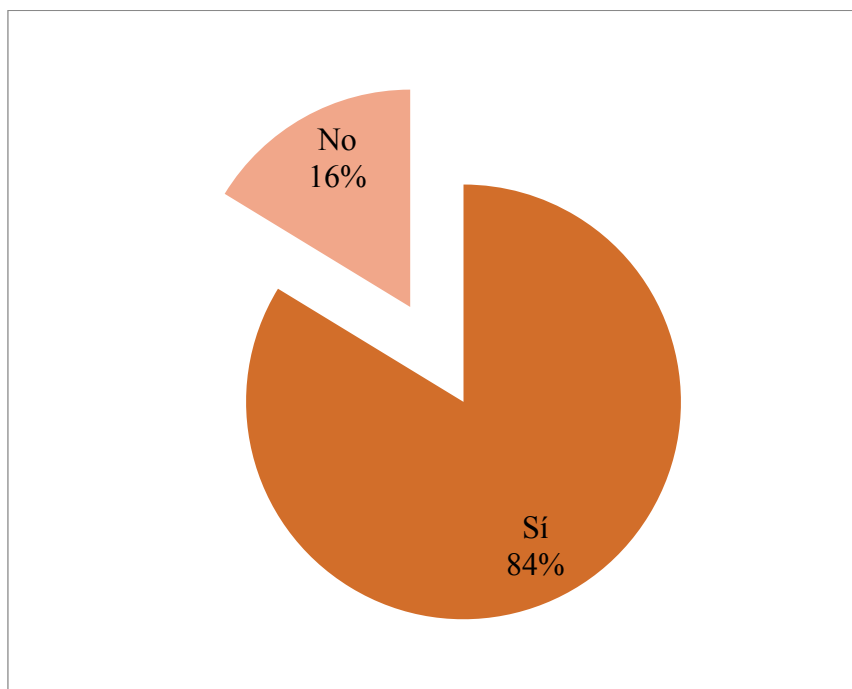


FUENTE: Elaboración propia

El 99% de la muestra afirma la importancia a estas cuestiones, por lo que el acuerdo es generalizado. Entre las funciones que confieren a las TIC estos empresarios, está el hecho de que es un factor fundamental para atraer clientes, puesto que es una herramienta de comunicación de su oferta y de promoción, facilitando además el contacto con los clientes. Además, es un medio importante para la realización de reservas, la comunicación interna y, en términos generales, la gestión del establecimiento.

El GRÁFICO 2 recopila la información relacionada con el uso que hacen estas empresas de las TIC para la realización de promociones y/o reservas.

GRÁFICO 2. REALIZACIÓN DE PROMOCIÓN Y/O RESERVAS POR WEB



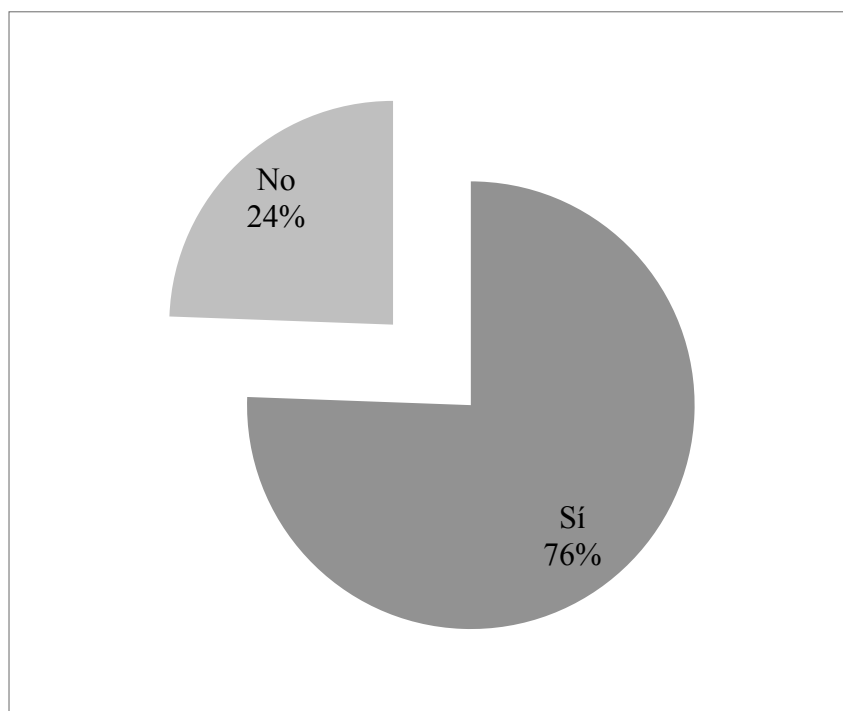
FUENTE: Elaboración propia

Según el GRÁFICO 2, el 84% utiliza las TIC para la promoción y/o reservas de sus servicios. Algunos de estos empresarios utilizan su web para ambas tareas. Otros manifiestan que sí utilizan las TIC para hacer promoción de su establecimiento y su oferta, pero no para las reservas, que suelen realizarse por contacto directo a través de la vía telefónica. Las empresas de alojamiento manifiestan que también utilizan frecuentemente portales de reservas como Booking, Toprural, ruralzoom.com, micasarural.com, o los portales de las asociaciones de empresarios de turismo. Los

restaurantes también utilizan estos portales para su promoción y reservas, y citan ejemplos como Tripadvisor, Reservamesa o eltenedor.es.

El GRÁFICO 3 representa la utilización que hacen estos establecimientos de las redes sociales para su promoción.

GRÁFICO 3. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

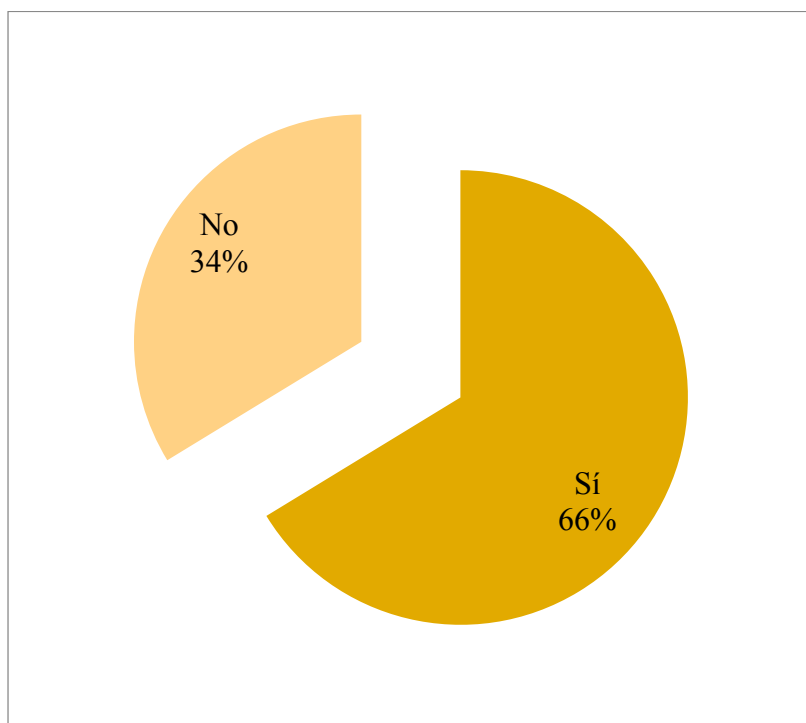


FUENTE: Elaboración propia

Según la información contenida en el GRÁFICO 3, el 76% de los empresarios declara utilizar las redes sociales para su promoción, mientras que el 24% todavía no hacen uso de las mismas. La red social más referida de forma libre por los empresarios es Facebook, seguida de Twitter. Otras que se han citado son Youtube, Instagram o Foursquare. Por tanto, lo que parece cierto es que las redes sociales son un mecanismo muy utilizado para la promoción, además de la propia página web.

El GRÁFICO 4 hace referencia a la utilización de aplicaciones informáticas concretas para la gestión.

GRÁFICO 4. UTILIZACIÓN DE APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN

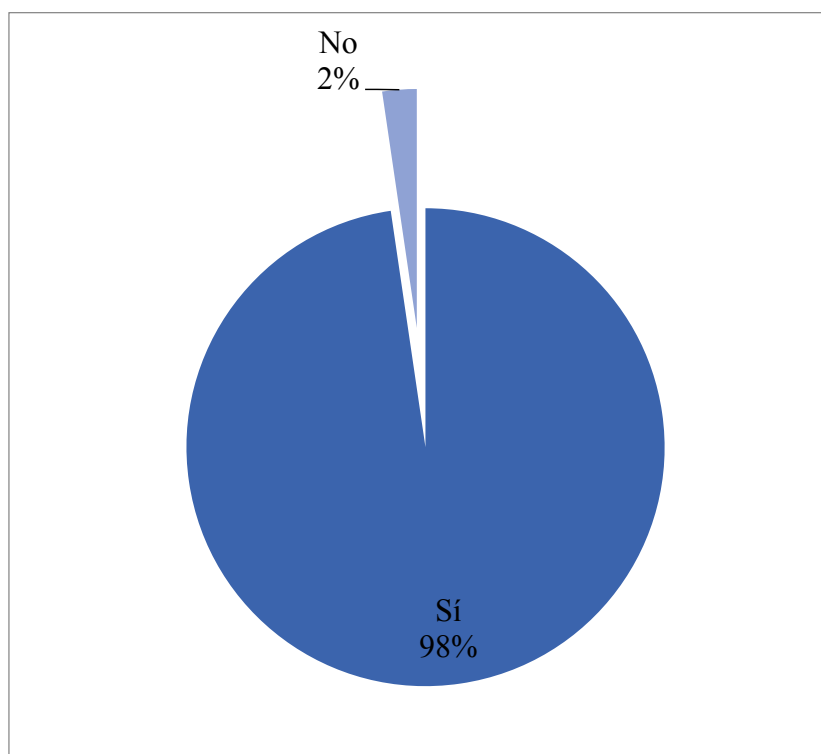


FUENTE: Elaboración propia

El GRÁFICO 4 identifica que el 66% de la muestra sí utiliza aplicaciones concretas para la gestión del establecimiento. Como ejemplos se citaron programas generalistas para llevar la contabilidad, la facturación, nóminas, y programas de gestión en general. Dentro de los programas más específicos del ámbito turístico se mencionaron TPVs, gestión de inventarios, gestión de reservas o la aplicación Ruralgest.

Finalmente, el GRÁFICO 5 recoge la importancia de que los futuros profesionales del turismo adquieran competencias TIC durante su formación, para salir al mercado laboral con estos conocimientos prácticos.

**GRÁFICO 5. IMPORTANCIA DE QUE LOS FUTUROS
PROFESIONALES DEL SECTOR TENGAN
CONOCIMIENTOS EN TIC**



FUENTE: Elaboración propia

Según refleja el GRÁFICO 5, el 98% de los empresarios corrobora la importancia de la docencia de las competencias TIC en el Grado en Turismo, siendo únicamente el 2% de la muestra la que no le otorga tal relevancia. Buena parte de la muestra manifiesta que estos conocimientos son de vital importancia e imprescindibles para los profesionales del turismo, pues facilita el trabajo, mejora múltiples aspectos del negocio, y tareas básicas como la gestión de reservas o la promoción se realizan a través de las TIC.

A la luz de este análisis, resulta innegable la importancia que tienen las TIC para el sector turístico, resultado en la línea de la importancia que otorga el Libro Blanco a la competencia TIC en el Grado en Turismo, situándola en la cuarta posición de 32 competencias en total, lo cual promueve la reflexión sobre la importancia de incorporar los contenidos necesarios al plan de estudios para eliminar posibles “gaps” entre lo que se enseña y lo que demanda el sector.

4. CONCLUSIONES

Las TIC parecen demostrar un papel relevante en la industria turística, lo que ha de reflejarse en su capital humano. Sin embargo, para que no haya disparidades entre lo que se enseña y lo que demanda el sector es necesario realizar un análisis sobre la importancia que otorga el empresariado del sector turístico a las TIC en el desempeño del sector, así como lo que se le debe exigir a un futuro profesional.

Los resultados ponen de manifiesto la relevancia de las TIC tanto en el día a día de estas empresas como, la necesidad de que los futuros egresados cuenten con estas capacidades. Actividades básicas como la promoción, la gestión de las reservas o la utilización de programas generalistas de gestión o específicos del sector turístico requieren conocimientos mínimos de las TIC. O al menos, los planes de estudio deberían ser capaces de fomentar una actitud de aprendizaje de las TIC, que pueda ser fomentado y desarrollado con el tiempo y la práctica profesional.

El análisis de las percepciones del empresariado sobre la docencia de las competencias TIC da una primera visión del fenómeno, aportando información sobre cuáles son las exigencias del sector, pero aún es necesario profundizar mucho más en estos aspectos, pues de ello depende la eficiencia del capital humano de este sector.

Para ello sería interesante conocer también la perspectiva del profesorado y del alumnado, es decir, el grado en que los profesores introducen las competencias TIC en sus programaciones, y el grado en que los alumnos adquieren tales competencias y el grado de exigencias del sector.

Esta triple perspectiva facilita, además de una evaluación del grado de implantación de estas competencias en el Título, la identificación de un posible “gap” entre lo que el profesorado pretende transmitir en cuanto a las TIC, lo que el alumnado consigue saber y saber hacer, y lo que exige el sector, con el ánimo de poder solventar las posibles deficiencias existentes en cuanto metodologías de trabajo para una mejor adquisición de estas competencias e implementación profesional.

Los resultados han de dar lugar a un conocimiento ajustado del grado de implantación y adquisición de estas competencias en el Grado en Turismo, así como lo que han de ser posibles áreas de mejora de la docencia de las competencias TIC. Esto permitiría establecer un plan de mejoras que pueda ser transmitido al profesorado involucrado en la titulación, de cara al fomento del trabajo de estas competencias con el alumnado del citado Grado, vista su importancia.

En cuanto a las limitaciones de este trabajo, proceden del tipo de análisis desarrollado, pues los datos cualitativos aunque poseen más calidad en matices, ofrecen más riesgos en cuanto a la posible subjetividad en la interpretación de los datos.

Como limitación también se podría citar el hecho de que únicamente dos subsectores hayan quedado reflejados. En futuras investigaciones habría que abarcar el resto de perfiles profesionales del turismo, con especial relevancia de la intermediación, pues intensivamente utilizan las TIC en sus funciones.

En definitiva, parece relevante desarrollar estudios más exhaustivos sobre estas cuestiones para garantizar que los futuros egresados del Grado en Turismo posean todos los requerimientos del sector, favoreciendo la adaptación de este capital humano a las exigencias del mercado laboral.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ANECA (2004): *Libro Blanco. Título de Grado en Turismo*. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, Madrid.
- Boix, E. (2010): “Las competencias en TIC del profesorado de los estudios de turismo. Estudio de caso”. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*. Nº 19.
- García, J. V.; Pérez, M.C. (2008): “El Grado en Turismo: un análisis de las competencias profesionales”. *Cuadernos de Turismo*. Nº 21. Pp. 67-83.
- Guerreño, B.; Abad, M.; Goytia, A.; Alzua, A. (2008): “TIC y Postgrados en Turismo: un acercamiento al análisis de la oferta”. *VII Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” Turitec 2008*.
- Majó, J.; Martínez, J. (2010): “El enfoque curricular de las TIC en la formación turística”. *Séptimo Simposium Iberoamericano en Educación, Cibernética e Informática: SIECI 2010*.
- Medina, S., González, R. (2010): “La formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) en la titulación de turismo: ¿es adecuada?”. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, TESI*. Vol. 11. Nº 3. pp. 371-388.
- Quirós, F.J.; Díaz, M.C. (2010): “Importancia de las tecnologías de la información en la enseñanza universitaria de turismo”. *VIII Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” Turitec 2010*.