

LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO



Javier F. García
Teresa De León
Eduardo Orozco
Editores



**Humboldt
International
University**

Navigating the Future Together!

**Las tecnologías de información y comunicación
para la innovación y el desarrollo**

**LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN
PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO**

Editores

Javier F. García

Teresa de León

Eduardo Orozco



*Las tecnologías de información y comunicación
para la innovación y el desarrollo*
© Humboldt International University, 2017

ISBN: 978-0-9915776-6-8

Library of Congress Control Number: 2017943286

Primera edición, 2017

Diagramación: Vilma Cebrian
Alexandria Library Publishing House
www.alexlib.com

Cubierta: Hairo Rodríguez
Online Marketing
Humboldt International University

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, en todo o en parte, ni registrada o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma y por ningún medio, sea fotoquímico, electrónico, magnético, mecánico, electroóptico, por fotocopia, o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de los editores.



Tabla de contenido

Introducción	9
1. Estudio de la influencia de la cultura organizacional en la innovación y la calidad del servicio en un hotel categoría de lujo en Guayaquil	11
2. Diseño colegiado de la oferta formativa en turismo en la Universidad de Deusto	29
3. El proyecto Knowledge Master: Sistema automatizado para el aprendizaje basado en redes semánticas	42
4. Correlación entre la percepción de las capacidades creativas y los resultados del test de Torrance.	53
5. Escritura creativa para una educación emocional en las aulas	61
6. El Hierro, un caso de desarrollo sostenible.	76
7. Estación de servicio SALSALSA para recarga de vehículos eléctricos	80
8. El uso de las TIC's en la Educación Superior para fomentar la competitividad de las empresas turísticas	83
9. Las Competencias Emprendedoras de los Jóvenes desde la Perspectiva de los Docentes	91
10. La importancia de la web como medio propio de comunicación en la promoción de los destinos turísticos	101
11. Incidencia del modelo de gestión tutorial para el CEC-EPN en el nivel de satisfacción del estudiante	110
12. Los Cursos MOOC, una alternativa de formación en tiempos de crisis.	119
13. Análisis del Estado Percibido del Sector Náutico por los Grupos de Interés: El Caso de las Islas Baleares	128
14. Practical value of competitive intelligence proposals at Humboldt International University's graduate studies.	144

15. Las Competencias Digitales de los futuros docentes: Educación básica. EduAction2017	157
16. Lenguaje y paisaje como patrimonio simbólico. La ruta literaria: de opción educativa a alternativa turística.	169
17. Propuestas para una didáctica del texto basada en su carácter multimodal en las situaciones comunicativas actuales	178
18. B2B Business and Social Media Marketing: use, measurement and Key Performance Indicators	187
19. La integración del aprendizaje móvil en el ambiente universitario: un enfoque fenomenológico-hermenéutico	200
20. Competencia Comunicativa en Inglés en la Educación Superior y los Recursos Tecnológicos	212
21. Formación y práctica universitaria: El uso del Aprendizaje Servicio en clases de turismo.	230
22. Análisis de las necesidades formativas en el ámbito del turismo MICE en Extremadura: propuesta de nuevas competencias profesionales	237
23. Nuevos retos en la profesión del Arquitecto: práctica docente en el Grado en Fundamentos de la Arquitectura	258
24. Hospitalidad. Desarrollo de competencias profesionales para enfrentarse a un mundo laboral altamente competitivo	266
25. O uso da tecnologia em turismo rural: os portais de reservas como instrumento de avaliação	277
26. Why should teachers tell stories at class? Narration for Educative and Identity Purposes	287
27. Los Webinars como estrategia para la transferencia e intercambio del aprendizaje entre universidad y comunidad.	309
28. Experiences of Hispanic Entrepreneurs in Miami's Entrepreneurial Ecosystem	320
29. Enrollments, Federal Title IV Student Loans and Higher Education	327
Índice de autores / Author Index.	331
Índice de palabras clave / Keyword Index	333
Índice de organizaciones / Institution Index.	338

El uso de las TIC's en la Educación Superior para fomentar la competitividad de las empresas turísticas

Beatriz Jiménez¹, Daniel Alonso², José Luis de Godos³

Dpto. de Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León, Facultad de Económicas. Campus de Vegazana s/n. 24007 León, España

beatriz.jimenez@unileon.es dalom@unileon.es jlgodd@unileon.es

Resumen. *Introducción:* El principal objetivo de la iniciativa es proporcionar distintas herramientas, que mejoren las capacidades necesarias para crear y gestionar empresas turísticas de forma eficaz, eficiente, innovadora y creativa. *Metodología:* La metodología propuesta se basa en el uso de las TIC's. Concretamente, los instrumentos utilizados son páginas web, blogs y redes sociales. Los participantes de la iniciativa son 17 estudiantes del Grado en Turismo de una Universidad Española. *Resultados:* Hasta el momento, las páginas web creadas recogen información sobre las diferentes ideas de negocio del sector turístico. Asimismo, todas ellas están vinculadas a distintas redes sociales y blogs. Generando un feedback continuado que permite mejorar la efectividad de los negocios desarrollados. *Conclusiones:* La iniciativa desarrollada permite mejorar de las competencias académico-generales de los estudiantes, y al mismo tiempo les proporciona una visión más cercana de la realidad empresarial, lo que facilitará su incorporación al mercado de trabajo como futuros empresarios.

Palabras clave: Página web, Redes sociales, Blog, Sector turístico, competencias.

Abstract. *Introduction:* The main objective of this initiative is providing different instruments that can improve those required capabilities to set up and manage tourism enterprises in an effective, efficient, innovative and creative manner. *Methodology:* The methodology is based on the use of ICT's. Particularly, the used instruments are web pages, blogs and social networks. A total of 17 students of the Tourism Degree from a Spanish University take part in the project. *Results:* The developed web pages show information about different business ideas on Tourism Industry. Similarly, all these web pages are linked to different social networks and blogs in order to generate a continuous feedback for improving the effectiveness of the developed businesses. *Conclusions:* The main conclusions are related to the enhancement

of the different general-academic competences and the opportunity to obtain a closer vision of the business reality that facilitates students' incorporation to labour market as future entrepreneurs.

Keywords: Web Page, Social Networks, Blog, Tourism Industry, Competences.

1. Introducción

El sector turístico representa alrededor del 10% del PIB mundial, y genera uno de cada once empleos en todo el mundo (aproximadamente 277 millones en total) [1]. Este crecimiento exponencial ha generado la necesidad de buscar profesionales y expertos capaces de gestionar empresas turísticas en un clima de alta competitividad. En este sentido, la iniciativa desarrollada pretende dotar a los estudiantes participantes de las capacidades necesarias para crear y gestionar empresas turísticas en este tipo de situaciones. En concreto, se pretenden trabajar las competencias académicas generales: instrumentales, interpersonales y sistémicas [2], [3]. Por otro lado, tal y como ponen de manifiesto diversos estudios el uso de las TIC y de los diferentes medios audiovisuales contribuyen a mejorar la creatividad e innovación de los estudiantes [4], [5], lo que repercute directamente en la creación y detección de oportunidades de negocio.

La presente iniciativa, pretende ofrecer un valor diferencial frente a los distintos programas de formación y gestión de emprendimientos turísticos desarrollados en escuelas de negocios y centros de formación de todo el mundo. En los últimos años, los distintos organismos han orientado sus programas educativos tanto hacia la gestión como hacia el emprendimiento turístico. De esta forma, han surgido nuevos negocios turísticos asociados a los tradicionales, negocios caracterizados por una alta viabilidad y rentabilidad. Sin embargo, en todos estos casos, la creación de este tipo de negocios ha requerido básicamente de nuevas herramientas tecnológicas [6]. Estas herramientas permiten actuar sobre la estrategia empresarial y/o gestionar negocios turísticos de forma innovadora y eficiente, lo que permite incrementar el valor diferencial de este tipo de empresas [7]. Por otro lado, las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación (web sites, redes sociales, etc.) han descubierto oportunidades de negocio hasta el momento desconocidas [8], [9]. En este sector, la flexibilidad a la hora de adaptarse a las cambiantes necesidades de los clientes es especialmente importante y permite abrir nuevas oportunidades de negocio.

En concreto, la iniciativa desarrollada está centrada en la creación y gestión de la plataforma virtual de una empresa del sector turístico. Así, los estudiantes involucrados deben crear una página web y desarrollar el modelo de negocio y las estrategias asociadas a la misma. Cabe destacar que se trata de una empresa “ficticia” creada por los propios estudiantes. Para ello, deben detectar oportunidades de negocio en el sector turístico a través de las redes sociales, complementando así la formación teórica con la información recogida en este tipo de redes. De esta manera, la iniciativa desarrollada permitirá acercar a los estudiantes a la realidad del sector turístico y ofrecer una simulación controlada de las actividades que tendrán que realizar en un futuro. Por otra parte, se ha detectado que las actividades relacionadas con el uso de las TIC's conllevan una cierta autonomía que puede distraer a los estudiantes del verdadero objetivo de la iniciativa. Así, durante la misma se persigue realizar un continuo seguimiento al trabajo realizado por los estudiantes, lo que permitirá dotar al estudiante de un feedback constante que permitirá resolver los problemas de una forma más eficiente mejorando así sus competencias instrumentales. Adicionalmente, el uso de las TIC's permitirá mejorar la comunicación y las interrelaciones entre los estudiantes [10], [11] lo que contribuirá a mejorar las competencias interpersonales. Finalmente, estudios previos coinciden en señalar que la creación de equipos multidisciplinares, así como la interrelación entre los mismos, mejoran la creatividad y la viabilidad de las ideas de negocio [12], lo que supondrá una mejora en las competencias sistémicas.

2. Método

La presente iniciativa se centra en la creación y gestión de páginas web en el sector turístico y se está desarrollando durante el presente curso académico en de la asignatura Dirección Estratégica del Grado en Turismo de una Universidad española. En concreto, esta actividad representa un 20% de la calificación final del estudiante. En este sentido, a través de la creación y gestión de las páginas web, los estudiantes tienen que ir aplicando los contenidos teórico-prácticos impartidos durante la asignatura. Así, al finalizar la iniciativa, los estudiantes poseerán una visión de conjunto de lo que supone gestionar una empresa turística en la realidad.

En particular, se ha optado por el uso de esta metodología (las páginas web) porque ofrece una serie de ventajas, tales como (1) la posibilidad de seguimiento continuado, ya que periódicamente se pueden ir revisando los avances, en tiempo real, y (2) la posibilidad de interacción entre los

estudiantes, y con el público en general, al poder configurar distintas formas de contacto en la propia web.

Específicamente, centrándose en el desarrollo de la iniciativa, conviene empezar señalando que el editor de páginas web utilizado es Weebly (www.weebly.com), y que se ha elegido (1) por su facilidad de uso, dado su carácter intuitivo para incluir imágenes, textos, vídeos, etc., (2) por las distintas opciones de plantillas que permite que, en general, se pueden adaptar a las necesidades de los estudiantes; y (3) por su gratuidad. Así, dado que no todos los estudiantes tienen las mismas habilidades, y con el fin de observar las dinámicas y la organización del trabajo, se ha planteado como una actividad grupal. En general, con el fin de fomentar la interacción entre los estudiantes de los distintos grupos y controlar el desarrollo del proceso, se les exige que gran parte de los contenidos se articulen en un blog, para poder observar la fecha en que se ha realizado y posibilitar la opción de comentarios.

Por otra parte, también se han establecido los contenidos mínimos que tienen que ir plasmando en sus respectivas páginas web; (1) una portada, dinámica y atractiva, con el nombre de la empresa y una breve descripción de los componentes del grupo; (2) la misión, visión y objetivos generales que se plantean con la empresa en cuestión; (3) los principales stakeholders o grupos de interés con los que plantean relacionarse; (4) los recursos y capacidades fundamentales con los que debe contar la empresa; (5) su estrategia competitiva; y (6) sus potenciales direcciones y métodos de desarrollo, vinculados con el nivel corporativo de la estrategia. Más allá de estos aspectos, los estudiantes tienen la opción de complementar y completar su web con otros contenidos que puedan ser útiles o relevantes. Para el desarrollo de las páginas web, se han planteado varias sesiones de trabajo supervisado en el aula², partiendo de una primera, para aprender a manejar el editor. No obstante, la actividad también se complementa a través del trabajo autónomo de los estudiantes fuera del horario de clase.

Asimismo, cabe subrayar que, dado que se trata de una actividad que se desarrolla a lo largo de todo el semestre, la motivación o la participación de los estudiantes, más allá del gran interés inicial mostrado, puede estancarse en ciertos momentos, por eso, periódicamente, se van planteando

2 Para estas sesiones, los estudiantes deberán llevar un “diario” en el que, de manera informal, reflexionarán sobre el proceso de trabajo, reflejando, por ejemplo, sobre qué aspectos trabajaron, las ideas que discutieron, las fuentes de información que consultaron, etc.

retos, en los que se les da un plazo corto, de dos o tres días, para realizar una determinada actividad, por ejemplo, grabar un vídeo de uno o dos minutos en el que explican de forma atractiva qué pretende su empresa, o bien, elaborar un cuestionario sobre la página Web y vincularlo a sus redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), para conocer opiniones o sugerencias del público en general.

De esta forma, la evaluación de esta iniciativa para los estudiantes tendrá en cuenta: (1) los contenidos de la web (el interés de los mismos, la adaptación a las especificaciones propuestas, etc.); (2) las cuestiones formales (que la web sea atractiva, que los textos puedan leerse correctamente, etc.); (3) la originalidad, tanto en las aportaciones de la empresa, como en la utilización de las distintas posibilidades del gestor web; (4) la asistencia y participación en las sesiones de trabajo en el aula; 5) la calidad de los comentarios y críticas a las páginas web de los compañeros; y (6) la presentación final en la que cada uno de los grupos deberá reflexionar sobre su proceso de aprendizaje a través de esta metodología.

3. Resultados

Los resultados preliminares obtenidos en el presente estudio se recogen en la Tabla. Tal y como se observa en dicha tabla, se han creado cinco páginas web para la gestión de diferentes negocios del sector turístico: (1) un hotel rural que ofrece servicios de alojamiento y spa; (2) tres agencias de viajes, que se diferencian por el público objetivo o segmento de consumidores al que dirigen su oferta de servicios y (3) una empresa de guías turísticos que organizan y ofrecen tours gratuitos. Todas las empresas están constituidas por 3 o 4 socios y actúan a nivel regional, aunque con vistas a ampliar su ámbito de actuación en un futuro, si la evolución tanto de las empresas como del entorno en el que operan así lo aconsejan.

Asimismo, todas las empresas tienen sus páginas web vinculadas a distintas redes sociales, a través de las cuáles los estudiantes van interactuando y aportando comentarios constructivos (ideas, sugerencias, observaciones, etc.) sobre cómo los demás compañeros van desarrollando sus ideas de negocio. De esta manera, a través del feedback recibido los estudiantes pueden ir mejorando los distintos contenidos: misión, visión y objetivos de la empresa, servicios ofrecidos, stakeholders, etc.

Del mismo modo, los blog creados y vinculados a las páginas web, han permitido al profesor evaluar el proceso de aprendizaje mostrado por los estudiantes a lo largo de las distintas sesiones. Dada la finalidad del

blog, la creación de un diario de trabajo, se ha puesto de manifiesto los principales problemas y/o dificultades que han ido surgiendo entre los estudiantes a lo largo de la iniciativa. Ello, permitirá al profesor incidir en aquellos contenidos que no hayan quedado suficientemente asimilados.

Tabla 1. Información sobre las páginas webs creadas por los estudiantes

Nombre Empresa	Número Socios	Tipo de Negocio	Servicios que ofrecen	Ámbito de actuación	Redes sociales
Espejos de Luna	4	Hotel rural	Alojamiento Spa	Regional	Si Facebook Twitter Instagram
DALA Travel	4	Agencia de viajes	Servicios turísticos a medida	Regional	Si Facebook
Conoce León	3	Agencia de viajes	Organización de rutas turísticas	Regional	Si Twitter Facebook
Diamond Travels	4	Agencia de viajes	Viajes de lujo	Regional	Si Twitter Facebook
Enjoy the Trick	3	Empresa de guías turísticos	Tours gratis en la provincia de León	Regional	Si

4. Conclusiones

El crecimiento exponencial experimentado por el sector turístico en los últimos años, hace reflexionar sobre la importancia de contar con profesionales y expertos en la gestión de negocios turísticos en entornos altamente competitivos. Por ello, tal como se ha comentado previamente, el principal objetivo de la presente iniciativa es proporcionar, a los estudiantes participantes y futuros miembros del mercado laboral distintas herramientas, que les permitirá desarrollar las capacidades necesarias para crear y gestionar empresas turísticas de forma eficaz, eficiente, innovadora y creativa. En concreto, la metodología implantada está contribuyendo a que los estudiantes mejoren gran parte de sus competencias académicas generales: las instrumentales, las interpersonales y las sistémicas [2], [3].

Específicamente, la creación y gestión de páginas web ayuda a que los estudiantes desarrollen diversas capacidades instrumentales como, por ejemplo, las cognitivas (análisis y síntesis de información), las metodológicas (organización, planificación y resolución de problemas derivados de la idea de negocio), las tecnológicas (uso adecuado de las TIC para potenciar una gestión más efectiva de sus ideas de negocio) y las lingüísticas (expresión oral y escrita, a través de la información publicada en las web y la presentación final de sus propuestas).

Del mismo modo, esta iniciativa contribuye al desarrollo de competencias de tipo interpersonal. En el ámbito intra-grupos, los estudiantes deben entrenar sus capacidades para saber cómo trabajar en equipo y comunicarse de forma efectiva con los demás. Es decir, para poder avanzar de forma satisfactoria en sus respectivos proyectos de negocio, dichos estudiantes tienen que interactuar, tomar decisiones (determinar roles, repartir tareas y responsabilidades, decidir qué contenido incluir y cómo hacerlo, etc.) y enfrentarse a situaciones que tendrán que saber gestionar de forma adecuada. Por su parte, la interacción y cooperación inter-grupos se puede alcanzar a través del uso de los blogs y de las distintas redes sociales a las que están vinculadas las páginas web creadas. El uso de estas herramientas permitirá a los estudiantes desarrollar una mayor capacidad crítica y auto-crítica, y mejorar su capacidad para apreciar la diversidad y la multiculturalidad, lo que es especialmente relevante en el ámbito del sector turístico.

Finalmente, la iniciativa puede ayudar a que los estudiantes desarrollen y/o mejoren gran parte de las competencias sistémicas, tales como la capacidad para relacionar y aplicar conocimientos teóricos a la práctica, las habilidades de investigación (identificación adecuada de la información necesaria y las fuentes de información a utilizar), el aprendizaje continuo, la creatividad, el liderazgo, la habilidad para trabajar de forma autónoma, la capacidad para diseñar y gestionar proyectos, el espíritu emprendedor y la motivación por llevar a cabo proyectos de calidad.

5. Citas y referencias

World Bank: World Bank Group Forum Highlights the Economic Power of Tourism. <http://www.worldbank.org/en/news/feature/2015/12/11/world-bank-group-forum-highlights-the-economic-power-of-tourism> (2015) Accedido el 24 de marzo de 2017.

Escalona, A.I.; Loscertales, B.: *Actividades para la enseñanza y el aprendizaje de competencias genéricas en el marco del Espacio*

- Europeo de Educación Superior*. Prensas Universitarias de Zaragoza (2005).
- Parvu, I.; Ipate, D.M.; Mitran, P.C.: Identification of employability skills e starting point for the curriculum design process. *Economics, Management, and Financial Markets*, Vol. 9, No. 1, pp. 237-246 (2014).
- Loveless, A.; Burton, J.; Turvey, K.: Developing conceptual frameworks for creativity, ICT and teacher education. *Thinking Skills and Creativity*, Vol. 1, No. 1, pp. 3-13 (2006).
- Jain, R.; Agrawal, R.: ICT Education and training services: Current scenario and future prospects in India. *Vision: The Journal of Business Perspective*. Vol. 11, No. 2, pp. 41–55 (2007).
- Añón-Higón, D.: The impact of ICT on innovation activities: Evidence for UK SMEs. *International Small Business Journal*, Vol. 30, No. 6, pp. 684-699 (2012)
- Corti, E.; Torello, R.I.: Promoting ICT Entrepreneurship in the Campania Region of Italy. *Industry and Higher Education*, Vol. 18, No. 1, pp. 33 – 37 (2016).
- Kahar, R.; Yamimi, F.; Bunari, G.; Habil, H.: Trusting the Social Media in Small Business, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 66, pp. 564-570 (2012).
- Kolokytha, E.; Loutrouki, S.; Valsamidis, S.; Florou, G.: Social media networks as a learning tool. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 19, pp. 287-295 (2015).
- Kirkup, G.; Kirkwood, A.: Information and communications technologies (ICT) in higher education teaching—a tale of gradualism rather than revolution. *Learning, Media and Technology*, Vol. 30, No. 2, pp. 185-199 (2005).
- Beauchamp, G. Kennewell, S.: Interactivity in the classroom and its impact on learning. *Computers & Education*, Vol. 54, No. 3, pp. 759-766 (2010).
- Vissers, G.; Dankbaar, B.: Creativity in Multidisciplinary New Product Development Teams Authors. *Creativity and Innovation management*. Vol. 11, No. 1, pp. 31-42 (2002).