

NUEVAS FORMAS DE IMPULSAR EL TURISMO EN POST-PANDEMIA DESDE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Roberto Carlos Leguizamón Gómez

Universidad Nacional de Tucumán:
Santander, Cantabria, España

E-mail: legui_1915@hotmail.com  <https://orcid.org/0000-0001-9418-4696>

Fecha de recepción:
20/01/2022

Fecha de aprobación:
15/02/2022

RESUMEN

La Diplomatura en Turismo Digital fue concebida a partir de la necesidad de reinención de la actividad turística y la paralización mundial total a causa de la pandemia sanitaria. Esta propuesta académica ofrece formar nuevos perfiles preparados para desempeñarse como gestores de herramientas digitales aplicadas al sector turístico; expertos en plataformas tecnológicas para fortalecer la comercialización de los destinos; especialistas en el desarrollo de técnicas y planificaciones digitales para hoteles, restaurantes, museos y/o espacios patrimoniales, arquitectónicos y culturales. Las metodologías de investigaciones científicas que se utilizaron principalmente para el desarrollo del conocimiento académico fueron: cualitativas, cuantitativas y Cuasi-experimental, esta última tomando como premisa por contingencias o variables que surgieron, y falta de ser contro-

ladas en su tratamiento, a consecuencias de las decisiones externas del proyecto educativo. El reto de proponer esta Diplomatura en Turismo Digital en la Facultad de Artes, es ponderar y adelantarse a las expectativas de los profesionales del turismo, para que los procesos digitales y las nuevas tecnologías, acompañen el crecimiento del sector. Con la tradición que ofrece la unidad académica, complementando el valor artístico y cultural de los profesionales en la materia, que puedan enfocar sus conocimientos enmarcados en el mundo turístico y digital. Por ello, fue clave articular ambos campos disciplinares a la luz de nuevos enfoques en el perfeccionamiento de la experiencia del usuario y la internacionalización de servicios y productos digitales para organismos públicos y privados, desde la Educación Superior.

Palabras Clave: *Reinención, turismo, tecnologías, internacionalización, educación.*

ABSTRACT

The Diploma in Digital Tourism was conceived from the need to reinvent tourism activity and the total global stoppage due to the health pandemic. This academic proposal offers to form new profiles prepared to perform as managers

of digital tools applied to the tourism sector; experts in technological platforms to strengthen the commercialization of destinations; specialists in the development of techniques and digital planning for hotels, restaurants, museums and / or heritage, architectural and cultural spaces. The scientific research methodologies

that were used mainly for the development of academic knowledge were: qualitative, quantitative and Quasi-experimental, the latter taking as a premise for contingencies or variables that arose, and lack of being controlled in their treatment, due to the consequences of the external decisions of the educational project. The challenge of proposing this Diploma in Digital Tourism at the Faculty of Arts, is to weigh and anticipate the expectations of tourism professionals, so that digital processes and new technologies accompany the growth of the sector, with the tradition offered by the academic unit,

complementing the artistic and cultural value of professionals in the field, who can focus their knowledge framed in the tourism and digital world. Therefore, it was key to articulate both disciplinary fields in the light of new approaches in the improvement of the user experience and the internationalization of digital services and products for public and private organizations, from Higher Education.

Keywords: *Reinvention, tourism, technologies, internationalization, education.*

Forma sugerida de citar: Leguizamón, R. (2022). Nuevas formas de impulsar el turismo en post- pandemia desde la educación superior. *Convergence Tech Revista Científica*. 6(1), 13 - 19. <https://doi.org/10.53592/convtech.v6iVI.44>

INTRODUCCIÓN

El proyecto nace a consecuencia del flagelo sanitario SAR-COV 19 y la transformación digital, abordando la necesidad de generar nuevos conocimientos que impulsen la actividad turística y atiendan la problemática, con herramientas que produzcan servicios, apoyadas en las nuevas tecnologías “La OMT Y la GSMA unen fuerzas para mejorar las competencias informáticas de las comunidades marginadas dedicadas al turismo” (OMT, 2021). El contexto geográfico donde se buscó impartir este ciclo de formación universitaria se encuentra en la ciudad de San Miguel de Tucumán, al norte de la República Argentina.

Según Sunkel et al., (2013) las tecnologías digitales han asegurado su relevancia para el sistema educativo, ofreciendo ayuda para la generación en ascenso en prepararla para llevar la vida moderna en la sociedad digital. También cumplen con los requisitos para los empleados de cualquier ámbito profesional y nivel de habilidad. Por tal motivo, la planificación colectiva comienza desde el momento que las autoridades de la secretaría de posgrado de investigación de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Tucumán toman contacto con la Consultoría de Turismo y Educación, radicada en Barcelona, durante mediados del año 2020 desde Argentina hacia el viejo continente (Leguizamón, 2021).

A partir de este vínculo se comenzó a trabajar de manera remota, por distintos medios de comunicación, durante diez meses, donde la propuesta se presentó con un formato de una carrera universitaria de posgrado con nivel de especialización, pero culminó creada como Diplomatura por los plazos que requería el proceso que debiera transitar.

Para transferir y compartir dicho conocimiento se consideró replantear los tiempos a corto plazo, buscando generar una nueva oferta académica de impacto e innovación educativa. Esta revolución tecnológica, basada en las TIC, ha generado cambios sociales muy rápidos.

En el plano mundial, hoy en día las economías son interdependientes y han dado lugar a nuevas formas de relación entre estado y sociedad (Castells, 1997). Esto lleva a pensar que estamos ante un mundo hiperconectado, donde el futuro de todas las ciudades serán totalmente inteligentes, convirtiendo a la educación con gran dependencia a las plataformas virtuales. Todo ello implica la asistencia de tecnologías inmersivas como la realidad virtual y aumentada o la inteligencia artificial, buscando la calidad de la didáctica, evaluación y la transferencia de los contenidos curriculares impartidos.

De esta manera, es preciso pensar en la modalidad híbrida o semipresencial, salvaguardando la esencia humana y el contacto físico, mezclada con las técnicas digitales de las tecnologías educativas. Esta carrera persigue involucrar la transformación digital con el mundo del arte como herramientas indispensables para la creación del nuevo paradigma llamado Turismo Digital.

MÉTODO

El método de trabajo que se utilizó para diseñar esta carrera, en principio fue cualitativo con diseño de entrevistas puntuales a personalidades claves del medio educativo, en formato estructurado y abierto en algunos casos, también con técnicas de historia de vida apelando a la experiencia actual y propia para fortalecer el armado curricular (Chárriez, 2012). Por otra parte, se utilizaron métodos cuantitativos para medir cargas horarias parciales y totales, como también las proyecciones expresadas en estadísticas para cuantificar el proceso durante y después de cada aspirante a matricularse dentro de este nuevo conocimiento (Cadena et al., 2017). Este proceso permitirá a los estudiantes apropiarse de contenidos específicos, para generar nuevos recursos y soluciones tecnológicas para el sector turístico. Actualmente la carrera cuenta con una carga horaria de 360 horas reloj, duración de un año, con 10 cursos y una modalidad 100% virtual, a través de la plataforma educativa de la Universidad Nacional de Tucumán.

Las clases son asincronizadas en un 80%, con distintas herramientas digitales y bibliografía anexa, foros colaborativos, y el 20% restante están compuestas de manera sincrónicas, con webinar de consultas e invitaciones a profesionales que aporten experiencias, acrecentando el saber de los estudiantes, de esta forma permitirles analizar casos puntuales desde la perspectiva real en el medio que se enfoque el módulo o temática pertinente de cada dictamen del cursado de la Diplomatura en Turismo Digital en la Facultad de Artes (Leguizamón Gómez, 2021).

Según Restrepo et al., (2011, pág. 60-77) el diseño curricular apunta a indagar sobre el conocimiento previo del estudiante en el momento de iniciar el aprendizaje. En relación con lo que requiere saber para enfrentar con buenas probabilidades de éxito la nueva tarea, qué habilidades, qué actitudes y qué necesidades específicas tiene en relación con el objeto académico que enfrentará y con las tareas que el aprendizaje demandará. Todos estos aspectos fueron considerados en el estudio cuasi experimental, donde el grupo poblacional estudiado estuvo segmentado en niveles académicos, bachillerato, grado y posgrado.

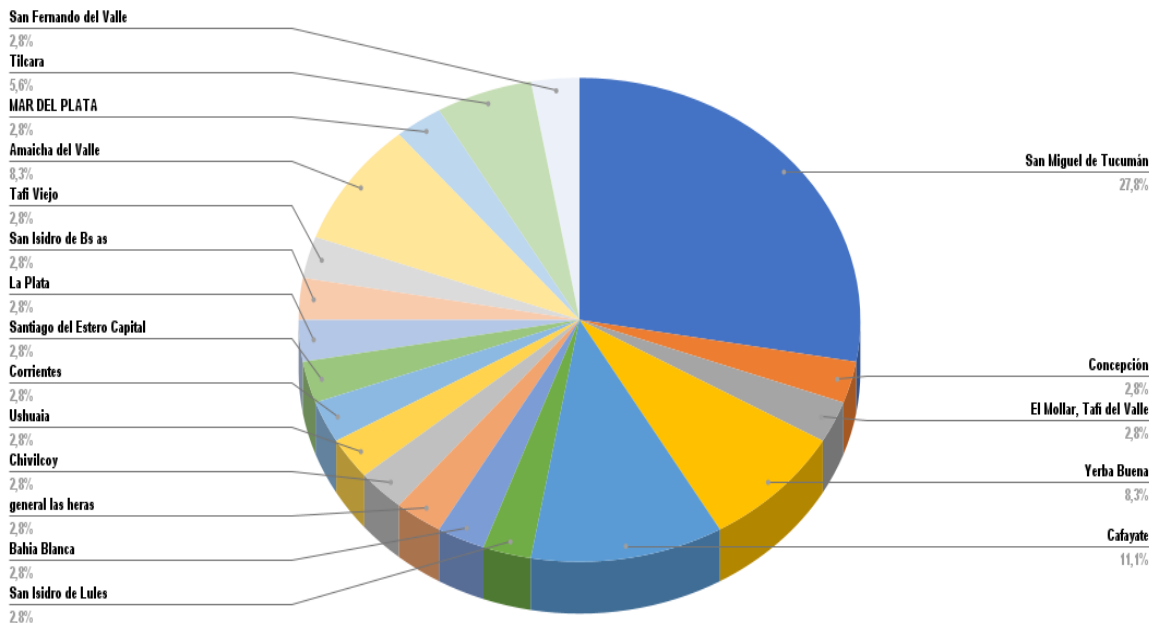
Por su parte, las variables de la investigación a veces, se podían controlar y otras no. Tratándose de una gestión de grupos de control con distintos rasgos y características. Este punto llevó a replantear la confección de una modificación en la formación académica, pasando a una transformación más abarcativa, abordando la necesidad de todo tipo de perfil en la admisión de los ingresantes. De igual forma, se amplía el abanico de posibilidades en la construcción colectiva para el diseño a corto plazo de una carrera con la magnitud de conocimientos en niveles de posgrado superior, pero adaptado a todos los perfiles profesionales o no profesionales.

De esta manera, se llegó a la creación de la primera carrera universitaria en el mundo basada en la transformación digital aplicada a la actividad turística, para fortalecer un sector que quedó totalmente devastado por la pandemia del Covid-19 y buscando generar nuevos puestos laborales dentro de la industria, tanto en el sector público como privado.

A continuación, en la Figura N° 1, se detalla una gráfica circular expresando la cantidad de aspirantes de todas las ciudades de Argentina y la tendencia de posibles conversiones a futuro, aplicando mayor asesoramiento y planes de marketing digitales personalizados para impulsar la conversión e interés de los mismos a cursar el ciclo formativo correspondiente a la cohorte dictada en su momento.

Figura 1 » Cantidad de Matriculados por Ciudades de la Carrera de la Diplomatura en Turismo Digital

MATRICULADOS POR CIUDADES A LA DIPLOMATURA EN TURISMO DIGITAL. Tucuman, Argentina- Elaboración Propia (2021)



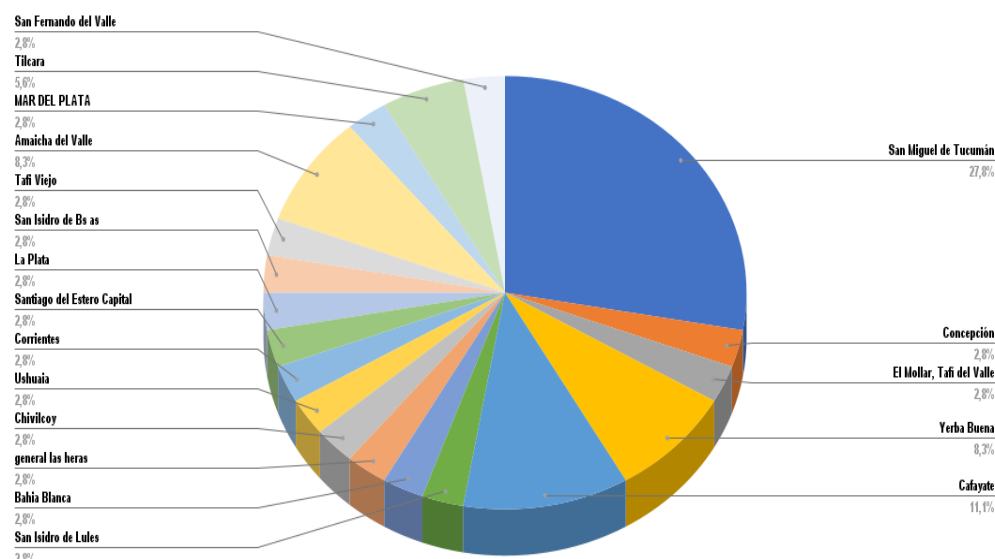
RESULTADOS

Los resultados que se obtuvieron fueron gratificantes, con un número de 36 matriculados y 4 becarios de 9 provincias de la República Argentina y un representante del país limítrofe Uruguay. De igual manera, fueron gestionados distintos convenios con instituciones públicas y privadas, entre ellos con la Cámara de Turismo de la Provincia de Tucumán y otro con la unión Hotelera y Gastronómica de la misma provincia, a fin de fortalecer la colaboración recíproca, y de esta forma garantizar a futuro una continuidad dentro de los beneficios expresados en un sistema de becas para sus afiliados, asociados e integrantes de estos organismos, con el propósito de capacitarlos dentro de la carrera universitaria (Leguizamón Gómez, 2021).

El impacto del proyecto dentro de la comunidad universitaria y el sector turístico fue muy aceptable e innovador. Dentro de estos convenios también se trabajó en puntos claves para la presentación de proyectos con-

juntos de las instituciones celebrantes que intervinieron en el mismo, por ejemplo: capacitaciones en cursos de extensiones universitarias que refuercen el material del contenido curricular de la carrera de la Diplomatura en Turismo Digital, también la participación activa por medio de invitaciones a las webinar de personalidades del comité de las organizaciones, aportando experiencia y conocimiento a las temáticas abordadas a los módulos impartidos en los cursos dictantes. Por último, se consideró tomar como punto de partida para la inclusión de sectores con gran capacidad para potenciarlos en materia de formación calificada, a los Sindicatos de trabajadores del ministerio de trabajo de la Provincia de Tucumán, Argentina. Los cuales son parte esencial de estas dos instituciones celebrantes en los convenios redactados a tipo de marco colaborativo. A continuación, en la Figura N° 2, se expresa en una gráfica circular el detalle del número de matriculados de la primera cohorte, segmentados por ciudades de distintos puntos de la República Argentina y el Uruguay.

Figura 2» Cantidad de Matriculados por Ciudades de la Carrera de la Diplomatura en Turismo Digital
MATRICULADOS POR CIUDADES A LA DIPLOMATURA EN TURISMO DIGITAL. Tucuman, Argentina- Elaboración Propia (2021)



DISCUSIONES

Diseñando esta carrera universitaria nos encontramos con el reto de unir disciplinas como el Turismo y el Arte, donde la primera propone un turismo de masas, causando excesos de consumos y degradación de patrimonios artísticos, culturales y arquitectónicos en los destinos, provocando un distanciamiento entre ambas profesiones, mediante una grieta basada en distintas posturas ideológicas (Pastor Alfonso, 2003). Según el plan de Desarrollo Sostenible de la OMT, (2016), “A partir de la implementación Turismo sostenible, ambos enfoques encontraron su punto de inflexión, desde la estrategia y planificación, para salvaguardar la cultura y tradición que tanto valor representa a cada sitio un atractivo turístico patrimonial”.

Por tal motivo, los conceptos fueron desarrollándose de manera más impactante, logrando sumar herramientas digitales que optimicen procesos, y descomprima el impacto ambiental en los recursos naturales por ejemplo en la actividad vitivinícola, a través de visitas con tecnologías inmersivas aplicada con realidad virtual y realidad aumentada. De esta forma mostrando el lugar y poniendo a disposición la compra- venta de productos con un diseño de marketing online (Fernández, 2020).

Entonces cuando hablamos de poner en debate si se puede seguir acrecentando los conocimientos dentro del plano turístico con la era digital, nos estamos planteando una nueva línea de tiempo, para planificar el futuro de la educación superior basada en contenidos netamente enfocados en la tendencia del momento, generando nuevos perfiles profesionales, servicios adicionales o productos innovadores apoyados en técnicas, que acerquen más a la calidad en la relación que mantienen las empresas u organismos turísticos, entre los turistas y anfitriones de los destinos.

Segun Leguizamón (2021), otro punto muy importante para traer a colación, consecuentemente de este proceso de transformación digital, está enmarcado en la próxima revolución robótica y de automatización. En este contexto los países desarrollados ya están en proceso de implementación para optimizar gastos y costos, dentro de los sectores turísticos como la restauración, a través de servicios de brazos automatizados o bots camareros (Vallés, 2020). Otro sector totalmente en proceso de robotización es la hotelería a través del plan estratégico que anhela crear hasta 100 hoteles robotizados en cinco años, según Hideo sawada- CEO & fundador del primer hotel 100% robótico (Pons, 2019).

El sector de la transportación también se encuentra en proceso de implementación automatizada con los coches totalmente autónomos (El Futuro Es Apasionante de Vodafone, 2019, 4m50s). En el caso de París, hay un autobús lanzado en principio como prueba piloto para turistas, y el otro caso es el primer bus anfibia, diseñado por la empresa Volvo trucks, que también aspiran a potenciar este servicio turístico implementando el combustible eléctrico en sus máquinas (Pereyra, 2021).

Según Koch et al., (2019, Pág 45), en un documento titulado 'Robots and firms' elaborado por Michael Koch (Universidad de Bayreuth), Ilya Manuylov (Universidad de Aarhus) y Marcel Smolka (de la misma universidad), basado en

El análisis de los datos sobre las empresas manufactureras españolas entre 1990 y 2016, se evidencia que las empresas que apostaron por la automatización aumentaron su plantilla un 10%. Robotización y paro no son proporcionales si se hace estratégicamente.

Entonces para evolucionar a esta etapa debemos comenzar desarrollando técnicas y herramientas digitales con formaciones en la educación superior, para luego continuar con este proceso más complejo que ya se encuentra vigente.

CONCLUSIONES

Las proyecciones a futuro son:

- Aumentar el nivel académico a un posgrado en formato de especialización o maestría.
- Replicar la carrera en todo el país, mediante un plan federal impulsado desde el ministerio de Turismo y deportes de la Nación, llevando la formación académica a cada rincón del país.
- Ofrecer la oportunidad a los países interesados a sumarse a divulgar este nuevo conocimiento académico, desde la réplica en cada contexto geográfico, dependiendo de la reglamentación educativa del destino interesado a implementar la carrera.
- Crear la doble titulación para los estudiantes. a través de convenios bilaterales entre instituciones educativas.
- Promover la movilidad virtual intercurricular de los estudiantes, a fin de internacionalizar la educación superior y enfocar los conocimientos con una mirada compleja y didáctica.
- En conclusiones generales, la transformación digital que ofrece esta formación a partir de la transmisión y transferencia del conocimiento académico como oportunidad de aumentar las capacidades competitivas para enfrentar este flagelo sanitario, son sinónimos de reinención.

BIBLIOGRAFÍA

Alfonso Pastor, M. J. (2003). El Patrimonio Cultural como opción Turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 97-115. [10.1590/S0104-71832003000200006](https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006)

El Futuro Es Apasionante de Vodafone. (7 de marzo de 2019). Así son los autobuses sin conductor que ya funcionan en París. [Archivo video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OXZ63W99tPo>

Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., de la Cruz-Morales, F. d. R., Sangerman-Jarquín, D. m. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. 2007-0934

Castells, M. (2005). *La Era De La Información Economía, Sociedad Y Cultura* (Vol. 2-3). Alianza Editorial.

CEPAL examina el proceso de transformación digital de las mipymes turísticas de los países del SICA | Noticias | Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021, junio 30). CEPAL. <https://www.cepal.org/es/noticias/cepal-examina-proceso-transformacion-digital-mipymes-turisticas-paises-sica>

Chárriez Cordero, M. (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. *Revista Griot*, 5(1), 50-67. <https://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/view/1775>

- Desarrollo sostenible | OMT. (2016). UNWTO. Retrieved diciembre 29, 2021, from <https://www.unwto.org/es/development-sustainable>
- El caso de digitalización de la Familia Fernández Rivera. (2020). Tecnovino. <https://www.tecnovino.com/el-caso-de-digitalizacion-de-familia-fernandez-rivera-enoturismo-virtual-con-un-proyecto-de-realidad-aumentada/>
- Koch, M., Manuylov, I., & Smolka, M. (2019, abril 08). Robots y empresas. *Econpapers*, 45. <https://econpapers.repec.org/paper/aahaarhec/2019-05.htm>
- La OMT y la GSMA aúnan fuerzas para mejorar las competencias informáticas de las comunidades marginadas dedicadas al turismo. (2021, diciembre 7). UNWTO. <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-y-la-gsma-aunan-fuerzas-para-mejorar-las-competencias-informaticas-de-las-comunidades-marginadas-dedicadas-al-turismo>
- Leguizamón Gómez, R. C. (2021). El turismo está golpeado en el mundo, hay que reinventarse. *LV12*. <https://www.lv12.com.ar/el-turismo-esta-golpeado-el-mundo-hay-que-reinventarse-n90587>
- Leguizamón Gómez, R. C. (2021). La transformación Digital del Turismo (Radio Tv Turística ed.) [Entrevista por Fernando Milo de la Radio TV Turística de Argentina. Cómo afecta y afectó a la actividad turística la digitalización y todos los conceptos arraigados a la misma.]. YouTube. Retrieved diciembre 28, 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=N8PKPLtM-ng&t=366s>
- Leguizamón Gómez, R. C. (2021, octubre 14). Convenio de Cooperación y Colaboración con la Facultad de Artes de la UNT. Unión Hotelera y Gastronómica de Tucumán. <https://uhgtucuman.com.ar/convenio-de-cooperacion-y-colaboracion-con-la-facultad-de-artes-de-la-unt/>
- Leguizamón Gómez, R. C. (2021). Entrevista Radio Universidad (94.7) "Diplomatura en Turismo Digital" [Canal Digital]. YouTube. Retrieved diciembre 28, 2021, from https://youtu.be/CWu_182P7C8
- Pereyra, C. A. (2021, August 18). Motor1.com. Primer bus anfibio para recorrer París. <https://ar.motor1.com/news/536513/primer-bus-anfibio-para-recorrer-paris/>
- Pons, P. (2019). Un hotel japonés despide a la mayoría de sus robots tras las quejas de los huéspedes. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20190117/454183483654/hotel-robots-japon-despido-quejas-tecnologia.html>
- Restrepo Gómez, B., Maldonado, C. R., Londoño Giraldo, E., Ramírez González, D., & Ospina Ospina, A. (2011). Evaluación diagnóstica inicial en programas de educación superior virtual de la Universidad Católica del Norte Fundación Universitaria. Estudio cuasi experimental. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (34), 60-77. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194222473004>
- Sunkel, G., Trucco, D., & Espejo, A. (2013). La Integración de las Tecnologías Digitales en las Escuelas de América Latina y el Caribe [Una mirada multidimensional]. *repositorio.cepal.org*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/21681/S2013023_es.pdf
- Vallés, R. (2020). HIP 2020: Así son los robots que te van a cocinar o servir y que te repartirán la comida a domicilio. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/comer/20200205/473298809950/asi-son-robots-cocinar-servir-hosteleria-comida-domicilio-hip2020-brl.html>