

Artículo de investigación científica y tecnológica

Cómo citar: Megna Alicia, A., Estevez Torres, A., & Vasco Leal, J. F. (2024). Plataformas Tecnológicas: herramientas para la gestión del conocimiento tecnológico en estudiantes de Licenciatura en Turismo. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 12(1), 1-19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11123888>

Recibido: 13/10/2023
Aceptado: 05/04/2024
Publicado: 09/05/2024

Autor para correspondencia:
alexymegna@gmail.com

Conflicto de intereses: los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.

Alexey Megna Alicia¹

Universidad Autónoma de Querétaro
<https://orcid.org/0000-0001-6714-0452> 
alexymegna@gmail.com
México

Ailen Estevez Torres²

Universidad de Las Tunas
<https://orcid.org/0000-0002-4337-0250> 
ailenet94@gmail.com
Cuba

José Fernando Vasco Leal³

Universidad Autónoma de Querétaro
<https://orcid.org/0000-0003-2503-1332> 
jose.vasco@uaq.mx
México

Plataformas Tecnológicas: herramientas para la gestión del conocimiento tecnológico en estudiantes de Licenciatura en Turismo

Technology Platforms: tools for
the management of technological
knowledge in Tourism Business
graduate students

Plataformas Tecnológicas:
ferramentas para a gestão do
conhecimento tecnológico em
estudantes de Bacharelado em
Turismo

Resumen

Introducción: se consideran las Plataformas Tecnológicas (PT) como componentes vitales de la gestión del conocimiento en la formación de licenciados en Turismo y Negocios Turísticos de las universidades de Las Tunas, en Cuba y la Autónoma de Querétaro, en México respectivamente. **Objetivo:** demostrar el alcance y potencialidades de las PT como componentes de la gestión del conocimiento, en correspondencia con su fomento en la gestión turística, comercialización y posicionamiento. **Método:** se empleó una metodología cualitativa, con la revisión de documentos como método, se aplicó a una muestra de 37 y 23 estudiantes cubanos y mexicanos respectivamente y 15 expertos de ambos países. **Resultados:** destaca la importancia de integrar PT en la formación universitaria para gestionar conocimientos y mejorar la competitividad laboral, se identificaron y proponen PT claves, expertos reconocen su potencial, destacando la necesidad de adaptar los planes de estudio y mejorar la infraestructura para maximizar su impacto. **Conclusión:** las PT contribuyen a la actualización de los estudiantes para su desarrollo profesional, además, la integración con el proceso de formación representa un paso crucial hacia la competitividad laboral. El análisis de diversas PT destaca su potencial para la mejora de la experiencia estudiantil.

Palabras clave: plataformas tecnológicas, turismo, gestión del conocimiento

Abstract

Introduction: Technological Platforms are regarded as vital components of knowledge management in the training of graduates in Tourism Business from the Universities of Las Tunas, in Cuba, and the Autonomous Region of Querétaro, in Mexico, respectively.



Objective: to demonstrate the scope and potential of Technological Platforms as components of knowledge management, corresponding to its promotion in tourism management, marketing and positioning. **Method:** a qualitative methodology was used, with the revision of documents applied to a sample of 37 Cuban, 23 Mexican students and 15 specialists from both countries. **Results:** the importance of integrating Technological Platforms in university education to manage knowledge and improve labor competitiveness, as well as the identification and proposition of Technological Platforms. Experts recognize its potential, highlighting the need to adapt curricula and improve infrastructure to optimize the impact. **Conclusion:** technological Platforms contribute to update the students for their professional development. In addition, integration with the training process represents a crucial step towards labor competitiveness. The analysis of various Technological Platforms highlights its potential for improving the student experience.

Keywords: technology platforms, tourism, knowledge management

Resumo

Introdução: as Plataformas Tecnológicas (PT) são consideradas componentes vitais da gestão do conhecimento na formação de graduados em Turismo e Negócios Turísticos das universidades de Las Tunas, em Cuba, e da Universidade Autônoma de Querétaro, no México, respectivamente. **Objetivo:** demonstrar o alcance e o potencial dos PTs como componentes da gestão do conhecimento, em correspondência com a sua promoção na gestão, marketing e posicionamento turístico. **Método:** utilizou-se uma metodologia qualitativa, tendo como método a revisão de documentos, aplicada a uma amostra de 37 e 23 estudantes cubanos e mexicanos respectivamente e 15 especialistas de ambos os países. **Resultados:** destaca a importância da integração do PT na formação universitária para gerir o conhecimento e melhorar a competitividade laboral, os principais PT foram identificados e propostos, os especialistas reconhecem o seu potencial, destacando a necessidade de adaptar os planos de estudo e melhorar as infraestruturas para maximizar o seu impacto. **Conclusão:** os PT contribuem para a atualização dos estudantes para o seu desenvolvimento profissional, além disso, a integração com o processo de formação representa um passo crucial para a competitividade profissional. A análise de vários PTs destaca o seu potencial para melhorar a experiência do aluno.

Palavras-chave: plataformas tecnológicas, turismo, gestão do conhecimento

Introducción

En la actualidad, las plataformas tecnológicas se han consolidado como herramientas para la gestión del conocimiento (Barrios et al., 2012), las PT utilizadas en el Turismo han mostrado gran relevancia en la formación académica de estudiantes de la carrera Licenciatura en Turismo. Estos instrumentos digitales han transformado radicalmente la manera en que se imparte y se asimila el conocimiento en este campo en las universidades a nivel mundial, ofreciendo numerosas ventajas y oportunidades que enriquecen la experiencia educativa y la manera de gestionar este proceso universitario.

En primer lugar, las plataformas tecnológicas facilitan el acceso a una amplia gama de recursos para la promoción y comercialización en línea de los productos y servicios turísticos. Los estudiantes de Turismo y Negocios Turísticos pueden acceder a videos, presentaciones, y otros materiales relacionados con los atractivos del turismo de alta calidad desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto no solo les brinda flexibilidad a los gestores de estos productos, sino que también les permite explorar las dinámicas y los movimientos de turistas a nivel internacional.

Además, estas plataformas fomentan la interacción y la colaboración entre clientes y prestadores de servicios turísticos (Barzola Ramon y Jara Eusebio, 2022). A través de foros de discusión, chats en vivo, y herramientas de comunicación en línea, se promueve el debate de ideas y la resolución conjunta de problemas, lo que enriquece la comprensión de los conceptos y la capacidad de trabajar en equipo, habilidades esenciales en la industria turística, este conocimiento se puede adquirir desde la planificación de este proceso en los departamentos docentes universitarios.

Otro beneficio fundamental radica en la posibilidad de utilizar simulaciones y herramientas interactivas que reproducen situaciones del mundo real en el ámbito del turismo. Estas permiten experimentar y tomar decisiones en contextos de la vida real, lo que fortalece su capacidad para abordar desafíos y tomar decisiones informadas.

Gallegos Macías et al. (2023) reconocen que, la calidad requiere de información relevante, esta cualidad se pondera con el uso de las plataformas tecnológicas del turismo en la formación de los estudiantes de esta especialidad, en este punto la relación universidad-empresa turística cumple una función importante, al constituir esta última el contexto de aprendizaje organizacional que promueve el crecimiento del estudiante.

Esta relación universidad-prestadores de servicios turísticos proporcionan acceso a recursos de alta calidad, fomentan la interacción y la colaboración, y permiten experiencias prácticas y realistas. En un mundo cada vez más digitalizado, estas herramientas son esenciales para preparar a los futuros profesionales del turismo para enfrentar los desafíos de la industria y ofrecer experiencias de viaje excepcionales a sus clientes.

La importancia radica en que el sector del turismo es uno de los más dinámicos y cambiantes de la economía global y a el que Cuba y México apuestan actualmente (Ayala Castro, 2020; Cortés, 2022; González Herrera, 2022). Desde la aparición de tecnologías digitales hasta la creciente conciencia de la sostenibilidad

y las tendencias de viaje, los desafíos que enfrenta la industria son múltiples y complejos (Dieste Cobo, 2020; Álvarez Tardón, 2023; Arteaga Dueñas et al., 2022). Esto significa que los profesionales del turismo deben estar constantemente actualizados y listos para adaptarse a nuevas circunstancias, una gestión del conocimiento con base en las plataformas digitales responde a ello.

Moreno-Izquierdo en su artículo “Reinvención del turismo en clave de inteligencia artificial. Buscando un modelo sostenible y competitivo para el siglo XXI” en 2022, plantea que, en la era actual, la industria turística se encuentra frente a innovaciones disruptivas que abarcan desde la aplicación de la inteligencia artificial (IA) hasta el desarrollo de la red 3.0, los NFTs y el metaverso. La IA se posiciona como el fundamento de esta nueva era tecnológica, brindando avances que nos conducen hacia nuevos desafíos y oportunidades en todas las industrias que conforman el sector turístico. Estas transformaciones tecnológicas prometen moldear el futuro del turismo de manera inevitable (Moreno-Izquierdo, 2022).

En Europa un caso interesante es que las empresas españolas gestionan algunos de sus servicios turísticos con los startups tecnológicos nacionales, como son Cabify, Trip4real o TravelPerk (Más-Ferrando, 2023).

El Internet de las Cosas (IoT) impulsa el desarrollo de un nuevo enfoque en el turismo, según (Pedreño-Muñoz et al., 2018) “el Big Data y la Inteligencia Artificial son elementos clave para una mayor eficiencia operativa y capacidad de respuesta en diferentes ámbitos”, y el turismo dentro de esos ámbitos, las PT posibilitan la utilización de tecnologías digitales disruptivas y el procesamiento de datos para transformar la experiencia turística. Mediante la interconexión de objetos y la recopilación de información en tiempo real, permite la creación de destinos inteligentes, mejorando la eficiencia, la personalización y la seguridad.

Estas innovaciones están cambiando radicalmente la forma en que los turistas planifican y disfrutan sus viajes (Patango Ayala, 2024), abriendo un mundo de posibilidades para la industria turística, esa posibilidad debe ser aprovechada por las universidades en su gestión a la hora de formar profesionales más competentes.

En el ámbito académico en Ecuador se realizó “un diagnóstico inicial del nivel de uso de las tecnologías 4.0 como elementos de apoyo didáctico, tanto a nivel medio como a nivel superior en las especialidades administrativas” (Fernández Villacrés, 2023) este diagnóstico demuestra el creciente uso de las plataformas tecnológicas como gestoras del conocimiento.

En la época actual, en el contexto de la IV Revolución Industrial, el conocimiento y la aplicación efectiva de las herramientas tecnológicas, a saber, software, APP, son fundamentales para el crecimiento y la competitividad de la industria turística, mas, cuando se logra sinergia con las universidades y su proceso de gestión.

La gestión del conocimiento en las universidades se ve mediada por las circunstancias de “la modernidad en la que se sitúan hoy nuestras sociedades avanzadas ha incorporado una serie de características que conviene tener presentes a la hora de analizar el impacto real producido por las nuevas tecnologías digitales en nuestra cultura” (de Pablos, 2018).

Contextualizando lo anterior a la realidad cubana, cabe destacar que no abundan las organizaciones que se dedican a investigación-desarrollo, un mal que se acrecienta en la dualidad sistemas gestión del conocimiento-gestión turística, no existe en el país un fondo para incentivar esta actividad en el turismo y las universidades, incluso siendo esta importante para el desarrollo a nivel micro territorial o local y de todo el turismo, que como se dijo anteriormente es un motor impulsor de la economía nacional, tampoco muchas instituciones que se dediquen a promover la utilización de tecnologías emergentes y exitosas en el turismo.

Estas PT se gestionarían en español, ya que el “Spanish is the third most popular language among internet users” (Venegas, 2023) y así se favorece la protección de la cultura nacional.

La innovación, crucial para el crecimiento y la supervivencia, trasciende las grandes empresas y países desarrollados. Actualmente, es vital para cualquier empresa o nación, especialmente en tiempos de crisis. Esta no solo impulsa el progreso, sino que también es esencial para adaptarse y competir eficazmente en un entorno económico global en constante cambio

Según el Manual de Oslo (2007), y en el uso formal de la palabra innovación, se puede decir que es:

La introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), o un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (Manual de Oslo, 2007)

La formación del profesional del turismo en las universidades en muchos casos se ven en desventaja respecto a las formas de gestión que se ejecutan en muchas empresas turísticas, lo que viene a sustentar la necesidad de legitimar la relación universidad-empresa (Morúa, 2020; Duarte y Torreira, 2020).

Para la gestión que se realiza en la universidad en relación con la formación del profesional de turismo el uso de los PT pudiera ser un componente de innovación determinante, resultado de la relación de la universidad con la empresa, lo que otorgaría visibilidad superior, pertinencia y actualidad.

Gestión del conocimiento en estudiantes universitarios de Turismo

Álvarez Gómez et al. (2021) coinciden con Mora y Barral, (2022) quienes plantean que la gestión del conocimiento en estudiantes universitarios de Turismo es un aspecto fundamental en la formación y desarrollo de futuros profesionales en esta disciplina. En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, la capacidad de adquirir, procesar y aplicar el conocimiento de manera efectiva se ha convertido en un elemento clave para el éxito en la industria del turismo. En este texto, exploramos la importancia de la gestión del conocimiento en estudiantes de turismo, sus principales desafíos y algunas estrategias para promoverla.

El turismo es una industria en constante evolución, impulsada por las tendencias económicas, tecnológicas y socioculturales. Para tener éxito en este campo, los estudiantes de turismo deben estar bien preparados para adaptarse a estos cambios y aprovechar las oportunidades que se presenten. La gestión del conocimiento se refiere a la capacidad de una persona para adquirir, almacenar,

organizar y aplicar información y experiencias de manera efectiva.

En el contexto de la educación superior en turismo, esto implica no solo aprender de manera pasiva, sino también ser capaz de utilizar el conocimiento de manera activa y creativa, en este sentido las organizaciones de educación superior deben preparar a los futuros profesionales para trabajar en entornos con dinámicas de mercado volátiles y expectativas sociales cambiantes (Aparisi-Torrijo, 2023).

Uno de los principales desafíos que enfrentan los estudiantes universitarios de turismo en la gestión del conocimiento es la gran cantidad de información disponible. En la era digital, la información está al alcance de la mano a través de internet y las redes sociales. Aprendemos cada vez más en contextos de actividad virtuales e híbridos y no solo presenciales (Coll et al., 2023).

La universidad tiene que continuar con su actualización, por lo que el conocimiento de las TIC es necesario para garantizar el uso de la tecnología, pero no es suficiente por sí mismo, ya que sentirse seguro y competente en el uso de las tecnologías de aprendizaje es de suma importancia (Padilla-Carmona, 2022) para el estudiante de turismo, ahí es donde la unión de la universidad con la empresa desempeña un rol esencial.

Esto puede ser abrumador y dificultar la identificación de fuentes confiables y relevantes, por ello esta investigación pretende lograr sinergia entre las plataformas tecnológicas del turismo y los aprendizajes que deben adquirir en la universidad, (Fernández, 2023) con la intención de optimizar el proceso de formación.

Otro desafío es la rápida obsolescencia del conocimiento en la industria del turismo. Las tendencias, tecnologías y preferencias de los viajeros cambian constantemente (Chimbo Cujano, 2024). Los estudiantes deben estar preparados para aprender de manera continua y mantenerse actualizados en su campo. Esto requiere una mentalidad de aprendizaje permanente y la disposición para explorar nuevas fuentes de conocimiento, como conferencias, seminarios web, cursos en línea y redes profesionales.

La colaboración y el intercambio de saberes son aspectos clave en la gestión del conocimiento en el turismo (García-Méndez et al., 2021; Álvarez Montalvo, 2022; Sánchez et al., 2023), más cuando se da entre la universidad y la empresa turística. Los estudiantes no solo deben aprender de sus profesores, sino también de sus compañeros y de profesionales en la industria. Las discusiones en clase, los proyectos grupales y las pasantías o prácticas laborales son oportunidades para adquirir conocimiento práctico y perspectivas frescas del contexto externo a la universidad.

Además, el contacto con personas que ya trabajan en la industria (tutores, asesores, colaboradores) del turismo puede brindar valiosos conocimientos y aprendizajes. “Las universidades como instituciones de Educación Superior son a menudo un atractivo en sí mismas, atrayendo a estudiantes internacionales y visitantes académicos, y contribuyendo al turismo educativo y cultural (del Risco et al., 2023), ante esta realidad las plataformas tecnológicas ofrecen sus potencialidades para la formación académica.

Las herramientas digitales, como las aplicaciones móviles de viajes y los

sistemas de reservas en línea, son componentes fundamentales de la industria del Turismo (Cruz-Estrada y Miranda-Zavala, 2020) y en este caso se convierten en herramientas para gestionar el conocimiento.

Los estudiantes deben estar familiarizados con estas tecnologías y saber cómo utilizarlas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión de los destinos turísticos. Además, las redes sociales y las plataformas de revisión de viajes influyen en las decisiones de los viajeros, por lo que los estudiantes deben comprender cómo funcionan y cómo aprovecharlas para promocionar destinos y servicios, ese proceso de aprendizaje se da en la empresa con la guía del departamento docente universitario.

Para promover la gestión del conocimiento en estudiantes universitarios de Turismo, las instituciones de educación superior pueden implementar diversas estrategias, una de ellas es fomentar un enfoque activo de aprendizaje, donde los estudiantes participen en discusiones, debates y proyectos prácticos. Por otro lado, se pueden ofrecer programas de mentoría, donde profesionales de la industria guíen a los estudiantes y compartan sus conocimientos y experiencias, proceso encausado por la relación de la universidad con la empresa. Las universidades también pueden promover la participación en conferencias y eventos relacionados con el turismo, donde los estudiantes puedan aprender de expertos y establecer contactos en la industria.

La gestión del conocimiento es esencial para el éxito de los estudiantes universitarios de Turismo (Mora y Barral, 2022). La capacidad de adquirir, organizar y aplicar el conocimiento de manera efectiva les permite adaptarse a un entorno en constante cambio y destacar en la industria del turismo. En este sentido la gestión del conocimiento se presenta como una disciplina cuyo objetivo se centra en desarrollarlo mediante la adquisición, el almacenamiento, la transformación, la distribución y la utilización, con la finalidad de lograr ventajas competitivas (Canton y Ferrero, 2016).

Los desafíos incluyen la gran cantidad de información disponible y la rápida obsolescencia del conocimiento, pero mediante la colaboración universidad-empresa, el uso de tecnología y el enfoque activo de aprendizaje, los estudiantes pueden desarrollar habilidades sólidas de gestión del conocimiento y estar preparados para enfrentar los desafíos de la industria turística. Es por ello que, el objetivo es analizar el alcance de las plataformas tecnológicas como componentes de la gestión del conocimiento, el fomento de su uso en la gestión turística y en su comercialización y posicionamiento.

Materiales y métodos

A propósito del objetivo planteado, la investigación realizada es de tipo cualitativa. Según Alonso (2023) la investigación cualitativa:

(...) persigue la ilustración, representación, expansión o generalización de un marco teórico (generalización analítica), y no la enumeración de frecuencias de una muestra como en las encuestas y en los experimentos (generalización estadística); en

virtud de lo cual la generalización de los estudios cualitativos no radica en la extensión de los resultados de una muestra a una población, sino en el desarrollo de una teoría que puede ser transferida a otros casos (Alonso, 2023, p. 247).

En este sentido la propuesta de este artículo es susceptible de generalizarse a otras universidades.

La técnica fundamental empleada consistió en la revisión documental, “ya que es un elemento básico en las investigaciones cualitativas, (...) que permite revisar y evaluar documentos” (Maji et al., 2023, p. 217) que incluyó textos científicos, libros, resultado de investigaciones, informes o balances de proyectos de investigación, tesis de maestría y doctorado relacionados con el diseño de metodologías y procedimientos que utilizan las plataformas tecnológicas en la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos, y en la formación de los estudiantes de turismo.

Para la indagación empírica se diseñó una guía de revisión de documentos integrada por 17 ítems, dividida en 2 secciones. La primera de ellas recopila información sobre cuáles son las plataformas tecnológicas más utilizadas por el mercado objetivo de Cuba y México y cuáles son sus características sociodemográficas, en este caso se indagó su procedencia, sexo y edad.

En el caso de la sección dos se hace referencia a las preferencias por parte de los estudiantes de las plataformas tecnológicas a emplear en su formación y cuáles son los principales factores que inciden en su decisión, y las más factibles para utilizar en el contexto latinoamericano. También, se indagó en las potencialidades de estas plataformas para la gestión del conocimiento en estudiantes de Turismo desde la relación universidad-empresa, la búsqueda se realizó en los repositorios de las Universidades de Las Tunas (ULT) y la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ).

Para ello se tomó como muestra 37 estudiantes de la Licenciatura de Turismo de la Universidad de Las Tunas de una población de 40, seleccionados de los años tercero (17 estudiantes) y cuarto (23 estudiantes) debido a que contaban con los conocimientos previos para evaluar la utilización de las plataformas tecnológicas, se obtuvo con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% y 23 estudiantes de Negocio Turísticos de la Universidad Autónoma de Querétaro, de una población total de 24 estudiantes de sexto semestre con niveles de confianza y margen de error antes mencionados.

Una vez aplicadas las guías de revisión de documentos y a partir de los resultados obtenidos, se realizó una sesión de Tormenta de Ideas con el equipo de trabajo y se diseñó el inventario de plataformas más utilizadas desde la gestión del conocimiento en la gestión del turismo, las que se convertirían en medios para el aprendizaje de los estudiantes de esta disciplina.

Posteriormente y para triangular la información obtenida de la revisión documental, se sometió al criterio de expertos mediante la aplicación del análisis Delphi (Huitraleo Tranmaleo et al., 2019), con el fin de obtener consenso, reducir sesgos y lograr una mayor flexibilidad.

“Se define al Método Delphi como un método estructurado de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos tratar un tema complejo. El uso de este método permite el análisis prospectivo en base a la consulta de un grupo de expertos con el uso de cuestionarios estructurados, coordinados y analizados por el equipo de investigación” (Huitraleso Tranmaleo et al., 2019, p. 70).

Se determinaron 10 especialistas (expertos en turismo, negocios turísticos, negocios internacionales, Marketing y comunicación digitales) de la Delegación del Turismo, profesores universitarios de las carreras de Licenciatura en Turismo, todos de Cuba, y cinco investigadores en Gestión de la Tecnología y Negocios Turísticos de la Universidad Autónoma de Querétaro en México.

Para determinar el coeficiente de argumentación de los especialistas, se tuvieron en cuenta elementos importantes como: su conocimiento acerca del turismo digital, sus años de experiencia, sus conocimientos teóricos y sus posibilidades de identificación de las fortalezas y debilidades en la gestión de esta actividad, conocimiento acerca de las tecnologías, la gestión de las tecnologías y las plataformas tecnológicas en general y las particularmente dedicadas al turismo, la gestión del conocimiento y la gestión universitaria.

A este comité de 15 expertos se le aplicó la encuesta para evaluar la viabilidad de estas plataformas tecnológicas propuestas como herramientas de gestión del conocimiento, en la cual se tuvieron en cuenta los siguientes indicadores cualitativos:

- Percepción de la necesidad de utilización de las plataformas tecnológicas.
- Percepción de la adaptabilidad a las características y condiciones.
- Nivel de susceptibilidad para inclusión de las PT a la gestión integral del turismo.
- Nivel de adopción de aplicaciones y plataformas tecnológicas
- Nivel de desarrollo de la infraestructura para la conectividad y velocidad de internet
- Registro de las posibilidades de aplicación de las técnicas y herramientas propuestas.
- Nivel de factibilidad de aplicación.
- Nivel de posibilidades de generalización.
- Usabilidad y experiencia de los estudiantes con las plataformas tecnológicas como herramientas de gestión del conocimiento.
- Calidad, relevancia, precisión y actualización del contenido alojado en las plataformas tecnológicas.
- Evaluar la capacidad, interacción y colaboración de las plataformas tecnológicas para facilitar la gestión del conocimiento.

Resultados y discusión

Una vez aplicado las técnicas de indagación empírica con los estudiantes de la Universidad de Las Tunas y la Universidad Autónoma de Querétaro se reconoce que existen numerosas plataformas tecnológicas utilizadas en la venta, promoción y gestión de servicios turísticos, las cuales se pueden emplear como herramientas para la gestión del conocimiento para elevar la formación de los estudiantes de turismo y se inserten con mayor pertinencia en el ámbito laboral, que es cada vez más competitivo.

Aquí se presentan algunos resultados concretos de startups de mayor éxito en el turismo, en tanto se erigen como tecnologías disruptivas, las que se pueden emplear como herramientas para la gestión del conocimiento en el proceso de formación universitaria:

1. Booking.com: Plataforma líder en la industria del turismo, que permite a los usuarios reservar alojamientos en todo el mundo. Ofrece una amplia gama de opciones, desde hoteles hasta apartamentos, y brinda información detallada sobre precios, disponibilidad y reseñas de otros viajeros.

2. Airbnb: Esta plataforma ha revolucionado la forma en que las personas reservan alojamientos. Conecta a viajeros con anfitriones locales que ofrecen alquileres de viviendas y habitaciones a corto plazo. Los usuarios pueden encontrar desde apartamentos completos hasta habitaciones privadas, lo que brinda una experiencia más auténtica y personalizada.

3. Expedia: Es un sitio web que ofrece una amplia gama de servicios turísticos, como reservas de vuelos, hoteles, alquiler de coches y paquetes de vacaciones. Los usuarios pueden comparar precios y opciones, y realizar reservas en línea de manera conveniente.

4. TripAdvisor: Esta plataforma se centra en las opiniones de los viajeros. Los usuarios pueden acceder a información detallada y reseñas sobre hoteles, restaurantes y atracciones turísticas en todo el mundo. Esto les ayuda a tomar decisiones informadas al planificar su viaje.

5. Kayak: Es un motor de búsqueda de viajes que permite a los usuarios comparar precios de vuelos, hoteles, alquiler de coches y paquetes de vacaciones. Además, ofrece herramientas útiles como alertas de precios y gráficos de tendencias, lo que facilita la toma de decisiones al encontrar las mejores ofertas.

6. Viator: Es una plataforma especializada en la reserva de actividades y excursiones turísticas. Los usuarios pueden explorar una amplia selección de experiencias, como visitas guiadas, actividades al aire libre y eventos culturales, y realizar reservas en línea de manera segura.

7. Trivago: Es un metabuscador de hoteles que compara los precios y la disponibilidad de diferentes sitios web de reserva. Los usuarios ingresan su destino y fechas de viaje, y Trivago muestra una lista de opciones de alojamiento con sus precios correspondientes, lo que permite una comparación rápida y sencilla.

8. **Minube:** Es una plataforma de planificación de viajes y comunidad de viajeros. Los usuarios pueden buscar destinos y encontrar recomendaciones de otros viajeros, incluyendo información sobre lugares de interés, restaurantes y actividades. También pueden crear itinerarios personalizados y guardar lugares favoritos para futuros viajes.

9. **Wazypark:** Es una aplicación que ayuda a los conductores a encontrar aparcamiento. Los usuarios pueden ver en tiempo real los espacios de estacionamiento disponibles y recibir notificaciones sobre áreas de aparcamiento gratuito o tarifas reducidas. Esto facilita la búsqueda de aparcamiento y ahorra tiempo y dinero a los turistas que se desplazan en coche. Cabe destacar que esta plataforma todavía no es pertinente su uso en Cuba.

10. **Nightswapping:** Esta plataforma ofrece un intercambio de alojamiento entre usuarios, permitiendo a los viajeros alojarse en el hogar de otra persona de forma gratuita. Los usuarios ganan noches de alojamiento al hospedar a otros viajeros en su propia casa. Esto brinda una experiencia de viaje única y económica, y fomenta el intercambio cultural.

11. **Beetripper:** Es una aplicación que proporciona guías turísticas de audio para diferentes destinos. Los usuarios pueden descargar las guías en su dispositivo móvil y escuchar narraciones informativas mientras exploran la ciudad. También incluye mapas interactivos y recomendaciones personalizadas basadas en los intereses del usuario.

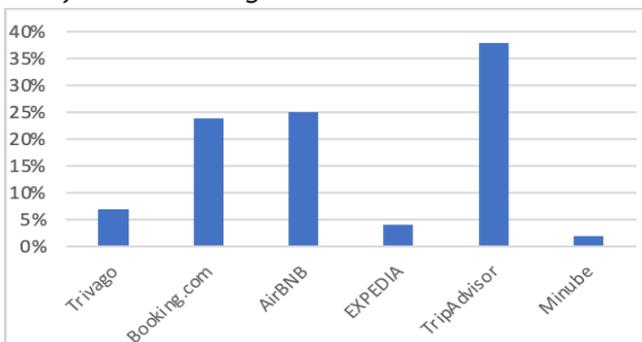
12. **Skyscanner:** Es un metabuscador de vuelos que compara precios y opciones de diferentes aerolíneas y sitios web de reserva. Los usuarios pueden buscar vuelos ingresando su origen, destino y fechas de viaje, y Skyscanner muestra una lista de resultados con los precios más bajos disponibles.

13. **Cicerone:** Es una plataforma que conecta a viajeros con guías turísticos locales. Los usuarios pueden buscar guías especializados en diferentes destinos y reservar visitas guiadas personalizadas. Esto brinda a los viajeros una perspectiva auténtica y enriquecedora durante su experiencia turística.

En la revisión de documentos realizada se identifican dentro de las plataformas mencionadas las consideradas como las más utilizadas, como se muestra en la figura 1.

Figura 1

Plataformas tecnológicas más utilizadas

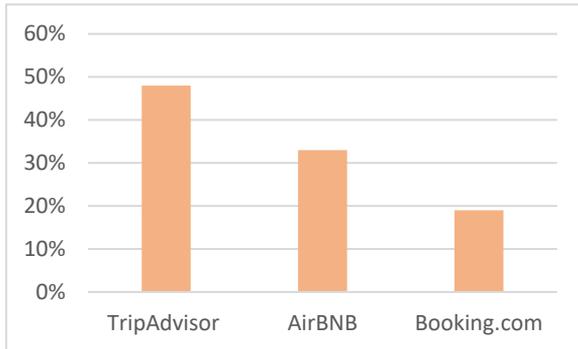


Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, los estudiantes de Licenciatura en Turismo y Negocios Turísticos expresan que las plataformas tecnológicas mejor utilizadas como medio para la gestión del conocimiento: TripAdvisor 48%, AirBNB 33%, Booking.com 19%, como se muestra en la figura 2.

Figura 2

Plataformas tecnológicas mejor utilizadas para la gestión del conocimiento



Fuente: Elaboración propia.

Utilizar plataformas tecnológicas para promoción y ventas en el turismo es fundamental en la era digital. Aquí se muestran los resultados específicos para aprovechar estas herramientas de manera efectiva en la gestión del conocimiento en la formación de Licenciados en Turismo:

1. Definir tus objetivos: Antes de comenzar, es importante establecer tus metas específicas. ¿Quieres aumentar las reservas, mejorar la visibilidad de tu destino o atraer a un nuevo tipo de cliente? Establecer objetivos claros te ayudará a tomar decisiones informadas.
2. Crear o mejorar tu sitio web: Un sitio web profesional y atractivo es fundamental. Asegúrate de que sea fácil de navegar y compatible con dispositivos móviles. Debe contener información actualizada sobre tu destino, alojamiento y actividades, además de opciones de reserva en línea si es posible.
3. Optimización para motores de búsqueda (SEO): Asegúrate de que tu sitio web esté optimizado para motores de búsqueda para que aparezca en los resultados de búsqueda cuando los posibles viajeros busquen información relacionada con tu destino.
4. Presencia en redes sociales: Crea perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) y comparte contenido relevante. Publica fotos, videos y artículos sobre tu destino para atraer a posibles visitantes. Responde a preguntas y comentarios de manera oportuna.
5. Publicidad en línea: Utiliza plataformas de publicidad en línea como Google Ads y Facebook Ads para llegar a un público específico. Puedes segmentar según la ubicación, intereses y otros criterios.

6. Colaboraciones con influencer y bloggers de viajes: Trabaja con personas influyentes en el mundo de los viajes para promocionar tu destino. Pueden compartir sus experiencias en sus redes sociales y blogs.

7. Ofrece reservas en línea: Si es posible, implementa un sistema de reservas en línea en tu sitio web. Esto facilita a los visitantes la reserva de alojamiento, actividades y otros servicios.

8. Recopilación y gestión de reseñas: Anima a los visitantes a dejar reseñas y calificaciones positivas en sitios como TripAdvisor o Google. También responde a las reseñas para mostrar tu compromiso con la satisfacción del cliente.

9. Analítica web: Utiliza herramientas de analítica web para rastrear el tráfico en tu sitio, la tasa de conversión y otros indicadores clave de rendimiento. Esto te ayudará a ajustar tu estrategia según sea necesario.

10. Mantén la seguridad y la privacidad: Asegúrate de que tu sitio web cumpla con las regulaciones de seguridad y privacidad en línea, especialmente si manejas información sensible de los clientes.

11. Capacitación del personal: Si tienes un equipo de ventas, asegúrate de que estén capacitados para utilizar las herramientas tecnológicas de manera efectiva y proporcionar un servicio al cliente excepcional.

12. Evolucionar y mejorar constantemente: La tecnología y las tendencias en turismo están en constante evolución. Mantente actualizado con las últimas novedades y adapta tu estrategia en consecuencia.

Utilizar estas plataformas tecnológicas para promoción y ventas en el turismo puede marcar la diferencia en la competitividad de tu destino. La combinación de un sitio web sólido, presencia en redes sociales, publicidad en línea y una estrategia de marketing digital efectiva puede ayudar a atraer a más viajeros y aumentar los ingresos.

Se muestran las bondades identificadas en las plataformas tecnológicas propuestas para mejorar la gestión del conocimiento en entornos universitarios:

1. Aulas virtuales y plataformas de aprendizaje en línea: Estas plataformas permiten a las universidades establecer sinergia con empresas turísticas. También son útiles para el almacenamiento y la distribución de material educativo, posibilitan la colaboración en proyectos e investigaciones conjuntas.

2. Bibliotecas digitales y repositorios de recursos: Las universidades pueden utilizar plataformas para crear bibliotecas digitales y repositorios de investigación que almacenan y facilitan el acceso a tesis, papers, libros y otros recursos académicos que pueden ser utilizados por las empresas. Esto mejora la disponibilidad y la gestión de la información académica y la interacción entre estos dos actores, universidad y empresa.

3. Plataformas de colaboración: Estas herramientas permiten a profesores y estudiantes colaborar con las empresas prestadoras de servicios turísticos en proyectos de investigación, trabajos en equipo y discusiones académicas. También son útiles para establecer comunidades de aprendizaje en línea, lo que favorece la gestión del conocimiento colaborativo.

4. **Sistemas de gestión del conocimiento:** Las universidades pueden implementar sistemas que permitan la recopilación, organización y distribución eficiente de conocimiento interno con las empresas. Esto es especialmente valioso para socializar el conocimiento institucional y facilitar la transferencia de conocimiento entre generaciones de estudiantes y profesionales externos.

5. **Plataformas de evaluación y seguimiento del desempeño:** Estas plataformas ayudan a evaluar el progreso académico de los estudiantes y recopilar datos sobre su desempeño y socializar datos de las empresas lo que facilita la formación áulica con información real y actualizada. También son útiles para realizar análisis de datos educativos que puedan utilizarse para mejorar el plan de estudios, las estrategias de enseñanza y la gestión universitaria.

6. **Simulaciones y experiencias virtuales**

Otro beneficio importante que han experimentado los estudiantes de turismo en las plataformas tecnológicas es su capacidad para ofrecer simulaciones y experiencias virtuales. Los estudiantes exploran destinos turísticos de todo el mundo a través de recorridos virtuales, lo que les permite conocer las atracciones, la cultura y la geografía antes de visitarlos en persona. Además, participan en simulaciones de gestión hotelera, planificación de eventos y otros escenarios de la industria para adquirir habilidades prácticas.

7. **Personalización del Aprendizaje**

La tecnología permitió la personalización del aprendizaje, lo que significa que los estudiantes pueden elegir rutas de estudio que se adapten a sus intereses y metas específicas en el campo del turismo. Las plataformas tecnológicas ofrecen una amplia variedad de cursos, módulos y recursos para satisfacer las necesidades individuales de los estudiantes.

En cuanto a los factores que identifican los estudiantes para utilizar las plataformas tecnológicas para la gestión del conocimiento en la carrera de turismo está la accesibilidad y conveniencia 23%, recursos diversificados y actualizados 17%, interactividad y engagement 7%, personalización del aprendizaje 21%, evaluación y retroalimentación 15%, facilidad de comunicación 17%.

Tabla 1

Factores que identifican los estudiantes para utilizar las plataformas tecnológicas

Factores	Porcientos identificados
Accesibilidad y conveniencia	23%
Recursos diversificados y actualizados	17%
Interactividad y <i>engagement</i>	7%
Personalización del aprendizaje	21%
Evaluación y retroalimentación	15%
Facilidad de comunicación	17%

Fuente: Elaboración Propia.

Después de aplicada la metodología con estudiantes de las universidades de

Las Tunas y Querétaro, y evaluada con los especialistas se identifican las fortalezas y debilidades para el incremento en la actividad turística con las PT para su gestión integral, sobre todo en la comercialización y posicionamiento del producto y se advierten sus potencialidades como herramientas para la gestión del conocimiento en estas áreas.

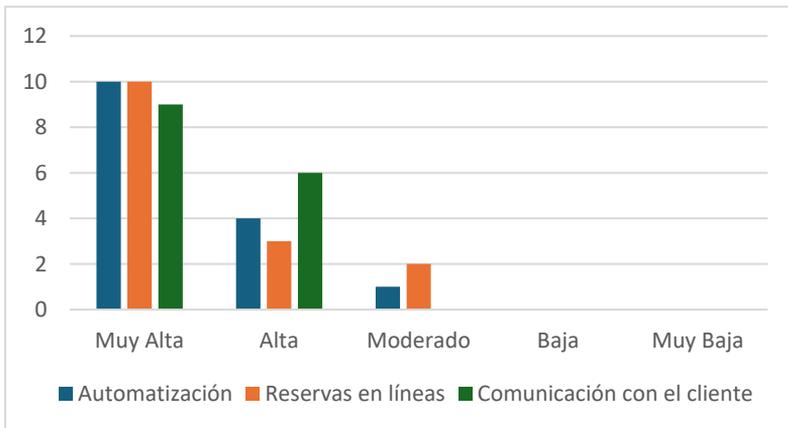
Una vez encuestados el panel de 15 expertos para evaluar la viabilidad de estas plataformas tecnológicas como herramientas de gestión del conocimiento, se obtuvo como resultado que el 86.6% expresó que ciertamente las universidades de Las Tunas y Querétaro en sentido general poseen las características endógenas para la inclusión de la PT en su proceso formativo, alrededor del 26.6% de los expertos argumentó que las condiciones de las universidades deben adaptar sus planes de estudios para maximizar el rendimiento de las PT.

Relacionado con la gestión universitaria, el 66.6% de los expertos argumentó que el modelo organizacional de las universidades se adapta para garantizar la viabilidad de la implementación de PT, considerando factores como acceso, nivel de conocimiento, condiciones endógenas de las mismas.

El gráfico representa la percepción de los expertos en la industria sobre la mejora en el proceso formativo en cuanto al desarrollo de conocimientos en los estudiantes relacionado con la automatización, reservas en línea y comunicación con los clientes.

Figura 3

Percepción de mejora del proceso formativo



Fuente: Elaboración propia.

Estos datos reflejan el impacto positivo que han tenido las tecnologías en la automatización y comunicación en las universidades. Este análisis destaca la importancia de seguir invirtiendo en innovaciones incrementales para continuar elevando los procesos universitarios.

El 86.6% de los expertos esgrimió cómo las PT amplían el alcance y la colaboración entre las universidades, como los sistemas de gestión de aprendizaje

compartidos, foros en línea donde estudiantes y profesores intercambian ideas, y aplicaciones móviles que conectan a estudiantes con oportunidades de pasantías y empleo en la industria del turismo, permitiendo un intercambio de conocimientos y experiencias más amplio y eficiente.

El 100% de los expertos advirtió de una potencialidad en las PT al mejorar la interacción con los clientes potenciales y reales al permitir la comunicación directa, la personalización de experiencias y la obtención de retroalimentación (feedback) en tiempo real.

Los expertos reconocen que las PT facilitan la gestión financiera, incluida la facturación electrónica, el seguimiento de ingresos y gastos, y la generación de informes financieros, por lo que su conocimiento por parte de los estudiantes eleva la pertinencia del futuro graduado.

El 73.3% de los expertos aboga por la importancia de adaptar los planes de estudios a las PT mediante la capacitación del personal en su uso y la adopción de tecnologías compatibles con las condiciones locales y las necesidades del mercado.

Estos resultados reflejan una tendencia positiva hacia la incorporación de tecnologías incrementales en el turismo, evidenciando un reconocimiento generalizado de la importancia de las herramientas digitales en la gestión y promoción de actividades turísticas. Sin embargo, también sugieren que aún hay espacio para el crecimiento y la implementación más amplia de soluciones tecnológicas en este sector. Este análisis destaca la necesidad de continuar impulsando la adopción de tecnologías incrementales en el turismo, al subrayar la importancia de equipar a los estudiantes de turismo en las universidades cubanas con habilidades digitales relevantes. Al incluir plataformas tecnológicas en el plan de estudios, se prepara a los futuros profesionales para aprovechar estas herramientas en la gestión y promoción de actividades turísticas, lo que contribuye al desarrollo sostenible del sector en Cuba.

Ciertamente existe una percepción generalizada de que, si bien se ha avanzado en la infraestructura para la conectividad y velocidad del internet, aún existen desafíos importantes por abordar por parte de las universidades cubanas. La evaluación de los expertos subraya la necesidad de continuar invirtiendo en mejoras significativas en la infraestructura de telecomunicaciones para garantizar una conectividad robusta y de alta velocidad, lo cual es fundamental para el desarrollo económico, social y tecnológico en la era digital, por ello es muy importante utilizar innovaciones incrementales porque no demandan cambios radicales, solo adaptar las circunstancias actuales de las universidades a lo novedoso.

La formación en turismo ha evolucionado considerablemente en las últimas décadas, incorporándose la gestión del conocimiento como un proceso vital, incluso pasando de enfoques predominantemente teóricos a métodos más prácticos y orientados al mercado, en consecuencia, según Berrino (2023) algunas de las PT involucradas (Booking, TripAdvisor y Airbnb) en esta investigación vendieron alrededor de 676 millones de dólares al concluir el 2022, lo que continúa certificando la necesidad de incluir a las plataformas tecnológicas propuestas en esta investigación en el proceso formativo universitario. En este contexto, las plataformas tecnológicas pueden desempeñar un papel fundamental. Los estudiantes

ya no se limitan a aprender de libros de texto y conferencias; ahora pueden acceder a una amplia gama de recursos interactivos en línea.

Una de las ventajas más evidentes de las plataformas tecnológicas es su capacidad para proporcionar información actualizada en tiempo real. Los estudiantes de turismo acceden a datos sobre tendencias de viajes, destinos populares, estadísticas de la industria y mucho más. Esto les permite mantenerse al día con los cambios en la industria y comprender cómo los eventos globales, como la pandemia de COVID-19, afectan al turismo.

En un mundo donde la tecnología desempeña un papel cada vez más importante en la vida cotidiana y en la industria del turismo en particular, la integración de plataformas tecnológicas en la gestión universitaria es esencial para formar expertos capaces de adaptarse y prosperar en este emocionante sector. El turismo del futuro será impulsado por mentes bien educadas que han aprovechado al máximo las ventajas de las plataformas tecnológicas del turismo como herramientas para gestionar el conocimiento por parte de los estudiantes universitarios.

También corrobora lo imperioso de incluir las PT en la formación de los estudiantes de Turismo, el artículo de Bermúdez (2020) sobre “Plataformas tecnológicas recientes y su contribución en el fortalecimiento del sector turístico” donde a través del análisis documental de textos científicos, describe la necesidad de la incorporación de estas PT, ello es congruente con lo planteado en este artículo como resultado: la inclusión de las plataformas tecnológicas, visto por los expertos como interesante y muy necesario en la actualidad. Los mismo aprecian que la infraestructura presente en las universidades es adecuada para la conectividad y velocidad de internet necesarios para la utilización de las PT en este proceso formativo, una potencialidad para innovaciones incrementales que no demandan cambios radicales.

No ha sido objeto de este artículo, sin embargo, se sugiere realizar un estudio similar en las plataformas digitales de mayor tráfico en la actualidad, a saber, Facebook, Google y Mercado libre por su liderazgo en Latinoamérica.

Conclusiones

Las plataformas tecnológicas en el turismo proporcionan a los estudiantes acceso a información actualizada, experiencias virtuales, interacción y personalización del aprendizaje. Como resultado, los futuros profesionales del turismo están mejor preparados para enfrentar los desafíos y las oportunidades en esta industria en constante cambio.

La incorporación de plataformas tecnológicas en la formación universitaria de turismo es crucial para preparar a los estudiantes para un mercado laboral competitivo. Los resultados muestran que existe una necesidad y una viabilidad para incluir estas herramientas en los planes de estudio, lo que garantizará la relevancia y el éxito de los futuros graduados en la industria del turismo.

El análisis revela la importancia de seguir invirtiendo en innovaciones incrementales en el sector turístico, destacando el papel crucial de las plataformas

tecnológicas en la gestión del conocimiento y la mejora de los procesos universitarios. Esto demuestra la necesidad continua de adaptarse a las demandas del mercado y aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles.

Se aprecia que las plataformas tecnológicas propuestas favorecen la gestión del conocimiento en tanto posibilita la recopilación, organización y distribución efectiva de información y experiencia, se crea un entorno propicio para que los futuros profesionales del turismo adquieran las habilidades y el conocimiento necesarios para sobresalir en una industria dinámica y competitiva.

La metodología permite conectarlas con los estudiantes de turismo de la Universidad de Las Tunas y Negocio Turísticos de la UAQ de manera eficiente y directa, como resultado de un proceso de gestionar el conocimiento de manera más efectiva, además fomenta la oferta de experiencias auténticas y personalizadas a través del autoaprendizaje. Los estudiantes comprueban que estas plataformas facilitan la promoción y comercialización de los destinos turísticos tuneros y de Querétaro, mejorando la visibilidad y accesibilidad de estos. En consecuencia, se comprueba que son muy útiles para la gestión de reservas, retroalimentación de los gestores, los visitantes y recopilación de datos que permiten la toma de decisiones informadas.

Referencias

- Alonso, M. M. (2023). El Estudio de Casos como método de investigación cualitativa: Aproximación a su estructura, principios y especificidades. *Diversidad Académica*, 2(2), 243-267.
<https://diversidadacademica.uaemex.mx/article/view/20623>
- Álvarez Gómez, S. D., Goyes García, J., y Poveda Morales, T. C. (2021). La gestión del conocimiento y el rendimiento académico en la carrera de Turismo de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes-Ecuador. *Universidad Y Sociedad*, 13(S3), 86-96. Disponible en:
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2453>
- Álvarez Montalvo, A. (2022). Gestión del conocimiento en los emprendimientos de la provincia de Cotopaxi en el marco del desarrollo social rural en Ecuador. *Agroalimentaria Journal-Revista Agroalimentaria*, 27(53), 91-109.
<https://ageconsearch.umn.edu/record/320415/?v=pdf>
- Álvarez Tardón, S. (2023). *Estudio de la plataforma Airbnb: ¿intermediario o prestador de servicios?* <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/61782>
- Aparisi Torrijo, S., & Catalá Miguel, I. (2021). *Use of ICT for flexible and hybrid university teaching: a blended learning model for face-to-face and online learning.*
<https://aisel.aisnet.org/isd2014/proceedings2021/methodologies/19/>
- Arteaga Dueñas, D. N., Párraga Figueroa, L. J., & Pecot, C. (2022). *Diseño de un juego pedagógico de sensibilización y educación en temas de discapacidad para prestadores de servicios turísticos.* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral].
<https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53072>

- Ayala Castro, H. (2020). Comportamiento de ingresos por turismo internacional en Cuba 2014-2018. *Economía y Desarrollo*, 163(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842020000100013&script=sci_arttext&lng=en
- Barragán, M. C., & Ayaviri, V. D. (2017). Innovación y emprendimiento, y su relación con el desarrollo local del pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), 71-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000600009>
- Barrios, C., Velez, J., Garcia Alsina, M., & Echevarria, L. (2012). *Contribución de la tecnología en la gestión del conocimiento entre los grupos de investigación del área de informática*. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/39722>
- Barzola Ramon, K. J., & Jara Eusebio, K. L. R. (2022). *Plataformas digitales para promover la reactivación turística en San Pedro de Casta-Huarochirí, 2022*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/135264>
- Bermúdez Villacreses, M., Hidalgo, G. F. J., & Tigre, Á. E. F. (2020). Plataformas tecnológicas recientes y su contribución en el fortalecimiento del sector turístico: Percent technological platforms and their contribution in strengthening the tourism sector. *Suplemento CICA Multidisciplinario*, 4(010), 108-124. <http://uleam.suplementocica.org/index.php/SuplementoCICA/article/view/40>
- Berrino, C. (2023). *Los impactos de la tecnología en el turismo*. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/2324>
- Cantón Mayo, I., & Ferrero de Lucas, E. (2016). La gestión del conocimiento en revistas de educación. *Educar*, 52(2), 0401-422. <https://ddd.uab.cat/record/158553>
- Chimbo Cujano, B. V. (2024). *La experiencia turística y el turismo inteligente caso de estudio: Quinta de Juan León Mera*. [Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/40361>
- Cobo, J. M. D. (2020). Las plataformas colaborativas como oportunidad para la innovación social. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (133), 21-30. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.67338>.
- Coll Salvador, C., Díaz Barriga Arceo, F., Engel Rocamora, A., y Salinas Ibáñez, J. (2023). Evidencias de aprendizaje en prácticas educativas mediadas por tecnologías digitales. *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, 26(2), 9-25. <https://doi.org/10.5944/ried.26.2.37293>
- Cortés, L. R. C. (2022). El turismo de interior en México. *Desde El Sur*, 14(3), e0042-e0042. <https://doi.org/10.21142/DES-1403-2022-0042>
- Cruz-Estrada, I., y Miranda-Zavala, A. M. (2020). Redes Sociales Digitales en la comunicación con los consumidores de restaurantes de la zona gastronómica de Tijuana. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y*

- desarrollo *regional*, 30(55).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7827635>
- de Pablos Pons, J. (2018). Las tecnologías digitales y su impacto en la Universidad. Las nuevas mediaciones. *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, 21(2), 83-95. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20733>
- del Risco Machado, R., Guerra, D. N., y Fernández, L. D. (2023). Cinco aportes desde la educación superior para la consolidación del turismo. *Negonotas Docentes*, (21), 43-56. <https://doi.org/10.52143/2346-1357.949>
- Duarte, J. Y. G., & Torreira, E. A. M. (2020). La alianza universidad-empresa: una mirada desde la formación curricular en la licenciatura Comunicación Social. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 5(1), 91-95. https://web.archive.org/web/20220703172221id_/https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/download/227/254/
- Fernández, A. J. (2023). Indicadores de la gestión en la capacitación en turismo agroecológico desde la plataforma Moodle. *Turismo y Patrimonio*, (20), 127-143. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2023.n20.07>
- Fernández-Villacrés, G. E., Minga-Gómez, J. C., y Arcos-Naranjo, G. A. (2023). Uso de la Tecnología 4.0 en las especialidades administrativas del ámbito educativo medio-superior en la ciudad de Ambato, Ecuador. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 10(02). <https://doi.org/10.24133/ris.v10i02.3125>
- Gallegos Macías, M., Galarza López, J., & Almuñías Rivero, J. L. (2023). Los sistemas de información estratégica en la gestión universitaria: problemáticas que enfrentan. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 11(1), 153-167. <https://revistas.unica.cu/index.php/regu/article/view/2444>
- García-Méndez, S., Gutierrez, J. C., & Hernandez, Y. G. (2021). Gestión del conocimiento en el sector hotelero: una revisión de literatura. *Criterio Libre*, 19(34), 95-112. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2021v19n34.6934>
- González Herrera, M. R. (2022). *Significado teórico de experiencias empíricas: estudio de caso múltiple sobre impactos percibidos del turismo en Cuba, Chile y México*. Instituto de Ciencias Sociales y Administración. <http://cathi.uacj.mx/20.500.11961/23390>
- Huitraleso Tranmaleo, O. F., Calisto Uribe, L. L., Mansilla Soto, M. E., & Gutiérrez Vega, C.A. (2019). Factores de resiliencia ante vulnerabilidad en destinos y empresas turísticas: Adaptación del método Delphi como instrumento de validación. *Revista de Estudios Latinoamericanos sobre Reducción del Riesgo de Desastres REDER*, 3(1), 69-84. <https://www.revistareder.com/ojs/index.php/reder/article/view/24>
- Maji, R. A. P., Yaucán, J. D. R. M., Villegas, M. X. D., & Castillo, G. A. C. (2023). Revisión documental de los observatorios turísticos ecuatorianos usando la técnica matemática de similaridad de Israel Lerman. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 7(1), 214-229. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v7.n1.2023.702>

- Más-Ferrando, A. (2023). *Economía de la innovación y la digitalización del turismo: un estudio del mercado de Airbnb aplicando técnicas econométricas y redes neuronales* (Doctoral dissertation, Universidad de Alicante). <https://acortar.link/6lIMDO>
- Mora, A. M., & Barral, O. P. (2022). Las Estrategias andragógicas para el aprendizaje significativo de la praxis profesional en los estudiantes de turismo: Andragogical Strategies for Meaningful Learning of Professional Praxis in Tourism Students. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 9(5), 48-72. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/708>
- Morúa, C. C. (2020). La universidad-empresa en América Central: el caso de la UCR. *Revista de Filosofía de la Universidad de Costa Rica*, 59(155), 101-120. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/filosofia/article/view/44619>
- OECD/Eurostat (2007), *Oslo Manual: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, 3^a edición, Tragsa. <https://doi.org/10.1787/9789264065659-es>.
- Padilla-Carmona, T., Gil Flores, J., & Rísquez, A. (2022). Autoeficacia en el uso de TIC en estudiantes universitarios maduros. *Educación XX1*, 25(1), 19-40. <https://doi.org/10.5944/educXX1.30254>
- Patango Ayala, N. R. (2024). *Diseño de estrategias de promoción turística basada en herramientas web para el cantón La Maná*. [Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11935>
- Pedreño Muñoz, A., Plaza Penadés, J., Moreno Izquierdo, L., & Iranzo Cabrera, M. (2018). Big Data e Inteligencia Artificial. Una visión económica y legal de estas tecnologías disruptivas.
- Sánchez, Y. P. M., Sánchez, D. P. V., Sagñay, M. A. G., y Gaibor, V. P. C. (2023). La gestión del conocimiento y las TICs como herramientas del marketing digital en la administración de empresas. *Bibliotecas. Anales de investigación*, 19(1), 7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8821114>
- Venegas Cedeño, J. P., & Valencia Medranda, J. A. (2023). Language tourism as a development opportunity for Olón, Ecuador. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación*, 7(47), 50-57. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol7iss47.2023pp50-57>

Sobre el autor principal

Alexey Megna Alicio es Doctor en Ciencias Pedagógicas y Profesor Titular de la carrera de Licenciatura en Turismo en la Universidad de Las Tunas. Ha publicado varios artículos e impartido conferencias en las áreas de Turismo y las ciencias pedagógicas. Cuenta con investigaciones en Gestión Universitaria y es parte de RED-DEES y RILCO.

Declaración de responsabilidad autoral

Alexey Megna Alicio 1: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología, Recursos, software, Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización, Redacción/ borrador original, y Redacción, revisión y edición.

Ailen Estevez Torres 2: Metodología, Recursos, software, Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización, Redacción/ borrador original, y Redacción, revisión y edición.

José Fernando Vasco Leal 3: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología.

Financiación

Esta investigación se llevó a cabo mediante recursos propios.