

# **Aporte de las herramientas de Google en la formación de profesionales de turismo, una visión microempresarial**

*Contribution of google tools in the training of tourism professionals, a microenterprise vision*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4450391>

**AUTORES:** Darío Eliecer Calderón Suárez<sup>1\*</sup>

Manuel Alberto Segobia Ocaña<sup>2</sup>

Luisa Mirella Calderón Suárez<sup>2</sup>

**DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA:** \* [alsegob@gmail.com](mailto:alsegob@gmail.com)

**Fecha de recepción:** 02 / 10 / 2020

**Fecha de aceptación:** 28 / 12 / 2020

## **RESUMEN**

La presente investigación pretende realizar un acercamiento en cuanto a la correspondencia que tiene la aplicación de las herramientas de Google en la formación de profesionales a fin de que ellos puedan generar microemprendimientos en esta área. Este trabajo ha sido abordado desde la transdisciplinariedad ya que la Informática juega un papel preponderante en el mismo como base esencial para cumplir con los objetivos que la carrera exige en relación a las expectativas de la universidad. Tuvo como objetivo principal identificar el

---

<sup>1</sup>Licenciado en Ciencias de la Educación, mención Educación Básica, Universidad Estatal de Bolívar.

Magister en Docente Docencia y Currículo, Universidad Técnica de Babahoyo. Master Universitario en Formación del Profesorado de Educación Secundaria de Ecuador Especialidad en Orientación Educativa, UNED, España. Docente de la Unidad Educativa Ventanas, Ventanas. E-mail: [decs101@hotmail.com](mailto:decs101@hotmail.com) <sup>2</sup>  
Profesor de Segunda Enseñanza en la Especialización de Computación. Magister en Conectividad y Redes de Ordenadores. Docente a tiempo parcial , Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador – email: [alsegob@gmail.com](mailto:alsegob@gmail.com)

<sup>2</sup> Licenciado en Ciencias de la Educación, mención Ciencias Naturales, Universidad Técnica de Babahoyo. Magister en Docente Docencia y Currículo, Universidad Técnica de Babahoyo. Master Universitario en Formación Internacional Especializada del Profesorado Especialidad en Orientación Educativa, Universidad Complutense de Madrid. Docente de la Unidad Educativa Seis de Octubre de la ciudad de Ventanas, Ventanas. E-mail: [luisamirellacal@gmail.com](mailto:luisamirellacal@gmail.com)

impacto que tienen las herramientas Google en la vida de los profesionales de la rama de turismo. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, empleando los métodos inductivos, deductivos y hermenéutico, con un corte transversal; lo que fue un punto de partida para el diseño de encuesta a 247 personas, de las cuales 161 ya era profesionales graduados y en ejercicio; mientras que los 86 aún continuaban en sus estudios universitarios. Dentro de los resultados relevantes, se puede establecer que el uso de estas herramientas ha permitido comprender que las herramientas de Google si han generado un impacto significativo en el crecimiento empresarial de las comunidades locales, alcanzando hasta un 90% del dominio de las mismas en función de la visión que se presenta. Por último es necesario destacar que luego de la metodología aplicado y del estudio de campo realizado se pudo determinar la correspondencia directa de la formación profesional en turismo frente a una actitud emprendedora por parte de quienes toman decisiones de comenzar emprendimientos sin relación de dependencia lo que ha beneficiado no solo en el ámbito económico sino en el conocimiento de sitios turísticos que son un potencial en la comunidad.

**Palabras clave:** *Google, herramientas, microemprendimientos, turismo*

## **ABSTRACT**

This research aims to make an approach to the correspondence that has the application of Google tools in the training of professionals so that they can generate microenterprises in this area. This work has been approached from a transdisciplinary perspective, since computer science plays a predominant role in it as an essential basis for fulfilling the objectives that the career demands in relation to the expectations of the university. Its main objective was to identify the impact that Google tools have on the life of professionals in the tourism branch. The study had a quantitative approach, using inductive, deductive and hermeneutic methods, with a transversal cut; which was a starting point for the design of the survey to 247 people, of which 161 were already graduated and practicing professionals; while the 86 were still in their university studies. Among the relevant results, it can be established that the use of these tools has allowed us to understand that Google tools have generated a significant impact on the business growth of local communities, reaching up to 90% of their domain depending on the vision presented. Finally, it is necessary to emphasize that after the methodology applied

and the field study carried out, it was possible to determine the direct correspondence of professional training in tourism to an entrepreneurial attitude on the part of those who make decisions to start up businesses without a relationship of dependence, which has benefited not only in the economic area but also in the knowledge of tourist sites that are a potential in the community.

**Keywords:** *Google, tools, micro-enterprises, tourism*

## **INTRODUCCIÓN**

La actividad turística en el Ecuador ha tenido un crecimiento del 15% según lo expresado en la página web del Ministerio de Turismo del país. En este sentido se ha podido evidenciar un creciente interés en la población estudiantil, para obtener un grado académico de tercer nivel que se enfoque en la promoción turística, específicamente en los sitios no promocionados, lo que ha permitido que las universidades incluyan dentro de su formación profesional el dominio de herramientas que favorezcan el buen desempeño dentro del campo laboral en esta área.

Se ha podido identificar que muchos de los profesionales en formación y algunos de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Educación lo han tomado como una alternativa sustancial al momento de generar microempresas dedicadas a la promoción turística de sitios no conocidos comúnmente. .

Es por eso que en la Universidad Técnica de Babahoyo dentro de la planificación curricular se han establecido asignatura como: Informática aplicada y Manejo de software aplicado a áreas turísticas; las cuales proporcionan un valor agregado dentro de la formación profesional.

Es así que esta investigación tiene como objetivo conocer el impacto que tienen las herramientas de Google dentro de las microempresas dedicadas a la promoción turística en el país y el impacto que la formación la formación profesional ha generado en los profesionales, para ofrecer un servicio de calidad. A partir de ello podemos cuestionar lo siguiente ¿En qué medida los conocimientos adquiridos sobre la aplicación de la Informática al área turística beneficia la generación de microempresa dentro de esta área?

Esta investigación se la realizó a profesionales en el área de Turismo y que han comenzado a generar sus propios emprendimientos para dar a conocer los sitios turísticos que existen en la localidad, beneficiando así el crecimiento del mismo y por ende fortaleciendo las capacidades profesionales y empresariales de ellos, esta manera se pudo evidenciar las capacidades que se fueron generando en el momento de analizar la correspondencia de una formación profesional con una carrera empresarial independiente lo que será una fuente motivacional para la aplicación de su título en dicha área.

### **Informática y turismo**

Durante los últimos años, la ciencia de la tecnología en información y comunicación, también conocida como TIC, ha logrado desarrollar una serie de atributos que contribuyen en todo su contexto beneficios para los sectores productivos de la sociedad. Es habitual notar la presencia de la tecnología en las diversas actividades diarias, debido fundamentalmente al ininterrumpido prolongamiento de todo su proceso, que de acuerdo al desenvolvimiento de la oferta y demanda turística, requiere cada vez más de nuevos y mejores productos–servicios que puedan satisfacer las demandas y exigencias de los turistas.(Guevara & Cerezo , 2015). Según lo expuesto por Valles (1999) El impacto que han tenido las tecnologías de información en la industria del turismo en los últimos años, lo que ha generado cambios relevantes en la forma en que se brindan estos servicios, la interacción con los clientes y la forma en que trabajan las empresas que conforman esta industria, la administración empresarial y planeación estratégica de las empresas relacionadas con el turismo (...) utilizan mucho los cruces de información a través de un computador en más de un 90 % . Internet ha transformado la forma de hacer negocios en la sociedad actual”.

En ese mismo sentido debemos comprender lo expresado por Ortega, Medina & Osorio (2020) cuando expresan que en esta misma línea, la Organización Mundial del Turismo (OMT), con el mandato de Zurab Pololikashvili, planteó cinco pilares que marcarían el trabajo de su gestión: “La innovación y la transformación digital; inversiones y emprendimiento; educación y empleo; viajes seguros y continuados; y sostenibilidad social, cultural y ambiental” (OMT, 2018).

Por ello, es de vital importancia comprender que los cambios que se dan en la vinculación del profesional del turismo en cuanto a los nuevos escenarios que se dan en relación al uso

de la tecnología como mecanismo para la promoción del turismo en una era digital; es importante considerar que antes estos desafíos la carrera enfrenta un giro dinámico al encarar la formación de profesionales capaces, con habilidades y herramientas útiles que les permitan no solo buscar un trabajo, sino que ello puedan generar una promoción basado en la innovación de hacer turismo a través de las tecnología.

En ese sentido es importante comprender que las demandas de las personas evolucionan en función del cambio para adquirir esas habilidades ya que vivimos en un mundo que se va innovando cada día, en relación al estudio a lo largo de los años, las universidades han considerado estos nuevos desafíos a fin de aproximarse a cada situación que demanda el nuevo contexto del turismo a nivel mundial y de manera local.

Los nuevos modelos de aprendizaje en la perspectiva de la educación expandida inciden en la manera en que se ha modificado la forma de aprender en la era digital, la cual tiene un acentuado enfoque conectivista en virtud del tipo de enlaces que se generan para lograr propósitos educativos. De acuerdo con los principios del conectivismo, el aprendizaje depende de la conexión entre nodos especializados y de la diversidad de opiniones entre las fuentes de información (Siemens, 2004); por ello, la identificación de conexiones entre diferentes áreas, ideas y conceptos se vuelve una habilidad clave para la actualización del conocimiento, que es la intención de todas las actividades conectivistas de aprendizaje, lo cual favorece significativamente al profesional del turismo, empleando la Web 2.0

### **Las herramientas de Google en el turismo**

Como sabemos las herramientas que nos proporciona Google son muy variadas desde un correo electrónico, almacenamiento de archivos en la nube, gestión de formularios de encuestas, creación de blogs entre otras. Esto ha permitido que dentro de la formación de profesionales en el área turística se vayan generando nuevas oportunidades que favorezcan la adquisición de dichas habilidades, específicamente como un componente para la aplicación en el ámbito microempresarial.

Es por ello que uno de los componentes centrales para dicha promoción turística se centra en los blogs los cuales son un medio de comunicación colectivo que a la vez permiten la creación, edición y consumo de información creada en forma original, eficiente y confiable, que puede ser diseñada atractivamente, generando así el interés del cibernauta. A través de

estos blogs, se podrán promocionar de los sitios mediante imágenes, videos, encuestas de aceptación, formularios de contactos; complementados con las opiniones, comentarios y experiencias que se generen en el visitante al sitio web.

Una de las ventajas considerable que presentan las herramientas de Google es que son de forma gratuita, pero ¿En qué medida los profesionales del turismo las aprovechan? ¿Cuáles son las ventajas que tienen? ¿Qué capacidades y competencias informáticas han desarrollado para generar emprendimientos eficientes y rentables dentro del área de turismo?

### **Herramientas de Google aplicadas al turismo**

Según Google en su sitio web sobre los productos que ofrece, expone las herramientas que pueden ser útil al profesional del turismo en la generación de microempresas destinados a dichas áreas, las mismas que se detallan a continuación

**Google Adwords.** Esta herramienta facilita la creación de anuncios que pueden ser ubicados posteriormente en las páginas de resultados de la búsqueda de Google, así como en los Blog o páginas personales.

**Google AdSense.** El programa Google AdSense quien tiene un plan de políticas de recompensa económica, permite que otras empresas puedan patrocinar anuncios en nuestro sitio web basados en intereses de los usuarios. Esta herramienta permite que los editores reciban un rédito económico por dichas acciones.

**Google Blogger.** Es un servicio que adquirió Google hace unos años y permite publicar un Blog o Bitácora de forma gratuita en la red, en ese sentido este es una gran oportunidad para los profesionales del turismo que tienen sus emprendimientos y desean gestionar el marketing de sus empresas turísticas a grandes escalas.

**Google Docs.** Es un programa gratuito basado en Web para crear documentos en línea con la posibilidad de colaborar en grupo. Incluye un Procesador de textos, una Hoja de cálculo, Programa de presentación básico y un editor de formularios destinados a encuestas; este último es una gran herramienta para la recopilación de información esencial para la promoción de las empresas turísticas o de servicios que desee promocionar el profesional del turismo.

**Google Youtube.** Es un programa gratuito que permite subir a la red videos generando enlaces que son útiles para compartir en otros sitios web, y que en la nueva tendencia de la

Web 2.0 han favorecido considerablemente la difusión de información en diferentes entornos, lo cual ha sido un motor esencial en el impulso de las pequeñas empresas y de los negocios de turismo a nivel local, nacional e internacional.

**Google Mail (Gmail).** Es el servicio de correo electrónico de Google. Brindando muchas facilidades al usuario, mediante ellos y respetando las políticas de privacidad y suscripción se pueden remitir información relacionada a los emprendimientos turísticos que se generan en el entorno.

## **METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de esta investigación se empleó un enfoque cuantitativo, que permitió la utilización de los métodos inductivo, deductivo y hermenéutico los cuales favorecieron el acercamiento directo hacia los profesionales para poder obtener la información necesaria de cómo ellos fundamentaban sus prácticas profesionales, especialmente en el campo laboral.

Además, se emplea un corte de estudio transversal de tipo documental relacionado con el turismo y la incorporación de las herramientas de Google que permiten la gestión de dichos procesos favoreciendo así el fortalecimiento profesional. A partir de ello se elaboraron ideas y reflexiones que permitan contrastar la formación académica en dicha área con la aplicación en el campo microempresarial turístico.

Se procedió al análisis de estas herramientas colaborativas aplicadas que al turismo para conocer las características que tienen y cuál es el impacto que generan al momento de tomar decisiones frente a la promoción turística, estableciendo así una categorización de los planteamientos descritos.

Para la selección de la muestra probabilística aleatoria, seleccionando un total de 247 personas entre los cuales 161 son profesionales de turismo y 86 aún cursan sus estudios universitarios, a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas cuyas respuestas facilitaron el análisis y comprensión de los resultados de nuestra investigación.

## **RESULTADOS**

La primera pregunta se basó esencialmente en la determinación de la cantidad de profesionales en el área turística, de los cuales el 34,82% de ellos aún eran estudiantes y el

65,18% de profesionales graduados del área de turismo, esto en relación a la muestra aplicada nos permite comprender que la carrera tiene una relevancia entre los estudiantes universitarios

Otro de los factores que fueron claves de este estudio, consiste en el dominio de las herramientas de Google, que han obtenido durante su formación en el área del sector turística, lo que dio como resultado que del 100% de estudiantes que recibieron una cátedra de computación orientada al turismo, un 85,83% han desarrollado un dominio eficiente de dichas herramientas considerándolas como un referente para su vida laboral, por otro lado, un 13,36% consideran que el aprendizaje de estas herramientas digitales no son su fuerte y prefieren realizar una promoción turística basada en modelos tradicionales de marketing turístico y un 0,81% de los encuestados manifestaron que no dominan esas herramientas al no considerarlas relevantes a pesar de la popularidad que tienen en la tendencia de la Web 2.0

Otro de los factores claves que permitió comprobar nuestro estudio fue la visión que tienen los profesionales y estudiantes del área de turismo al incursionar en la parte empresarial, vemos que ellos consideran el desarrollo de la tecnología como un fuerte avance en el área profesional, ya que el 91,09% de ellos ha considerado la oportunidad de trabajar en forma independiente haciendo promociones turísticas en lugares de su comunidad o de otros sectores, lo cual ha favorecido la utilización de estas herramientas como mecanismo de promoción y marketing digital, por su parte el 8.91% de las personas encuestadas consideran que es mejor trabajar de forma tradicional y no están dispuestos a la innovación tecnológica y turística.

Otro de los resultados que se obtuvieron es que en un promedio del 85% los encuestados utilizan la conjugación de las aplicaciones de Google en sus microempresas y que los resultados obtenidos al utilizar el YouTube se han visto mejorados en un 54%, al emplear los Blogs de promoción turística con enlaces a formularios de interés les ha generado la captación de clientes en un 75% de lo que habitualmente tenían con el empleo de modelos tradicionales de marketing turístico.

Por último al analizar la significatividad de los contenidos adquiridos en la formación profesional y la correspondencia con la visión empresarial los resultados fueron favorables

en un 85,83% de los encuestados manifestaron que el dominio de estas herramientas fueron adquiridos durante su formación como profesionales de turismo, lo que implica que las universidades juegan papel fundamental para dicho efecto, ofreciendo a los estudiantes una educación de calidad, acorde a las exigencias que la sociedad actual demanda en la nueva era digital.

## **DISCUSIÓN**

En este sentido y en virtud de los resultados obtenidos en nuestra investigación se ha podido determinar que según la calidad del conocimiento adquirido por el profesional de turismo, éste se corresponderá significativamente en el campo laboral ofreciendo así un servicio de calidad al usuario, lo que demuestra que la correspondencia de la formación del profesional de turismo y el uso y dominio de las herramientas tecnológicas disponibles permite ampliar una visión en función de su profesión y la generación de ingresos económicos.

En cuanto al dominio de las herramientas de Google se pudo analizar qué en un 85% los profesionales conocen y dominan dichas herramientas lo que ha permitido que ellos generen sus propios emprendimientos turísticos sin relación de dependencia ya que son capaces de crear, gestionar, aplicar y evaluar programas de promociones turísticas en sitios web, lo que resulta muy beneficioso no solo a la promoción del cantón sino que deja una rentabilidad económica.

Es por ello que según Flores (2010) en su artículo *La Gestión del conocimiento y las herramientas colaborativas: una alternativa de aplicación en Instituciones de educación superior*: La gestión del conocimiento permite descubrir, transferir, transmitir, reproducir y producir el conocimiento dentro de las organizaciones para lo cual debe valerse de herramientas tecnológicas que le permitan realizar adecuadamente estos procesos, que en definitiva pretende convertir el conocimiento tácito en explícito, para que luego sirva en la generación de nuevo conocimiento tácito, y así sucesivamente, logrando de esta forma desarrollar la espiral del conocimiento.

## **CONCLUSIONES**

La promoción turística mediante la aplicación de las herramientas de Google ha permitido que en la sociedad actual se vayan generalizando los mecanismos de competitividad empresarial basados en las competencias profesionales que las universidades contribuyen en la formación académica dentro del perfil establecido.

La correspondencia de dichos conocimientos con la aplicación práctica son muy beneficios y que a pesar del esfuerzo que se tenga siempre dependerá de la capacidad innata del individuo para aprovechar las herramientas de su formación profesional en beneficio personal y colectivo.

Por lo tanto, se debe consolidar dichos conocimientos no solo en un nivel avanzado sino que éste debe hacer desde la transdisciplinariedad a fin de formar profesionales competentes y eficientes.

Es así que la formación profesional en el área de turismo tiene una significación esencial que permite promover desde esta perspectiva la revisión constante de la malla curricular desde las universidades para responder a intereses generales que beneficien al emprendedor y a la colectividad fuente de turismo.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Flores Caicedo, Julio César. (2010). La Gestión del conocimiento y las herramientas colaborativas: una alternativa de aplicación en Instituciones de educación superior. *Revista de Investigación*, 34(71), 11-31. Recuperado en 18 de septiembre de 2017, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S10102914201000030002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S10102914201000030002&lng=es&tlng=es).

Guevara, A., & Cerezo, A. (2015). El papel estratégico de las tecnologías de. Málaga.

Leiva, José L. “La Informática Aplicada a Estudios de Hostelería y Turismo en Ciclos Formativos de Grado Superior”.

Ortega Martiñón, Nancy, Medina Cuevas, Juana Lourdes, & Osorio García, Maribel. (2020). La formación profesional en turismo entre conexiones y redes de aprendizaje. *Sinéctica*, (54), e1020. Epub 07 de agosto de 2020. [https://doi.org/10.31391/s2007-7033\(2020\)0054-007](https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2020)0054-007)

Palacios Marqués, Daniel. “Hacia una mayor competitividad en la empresa turística mediante la utilización de estrategias de comercio electrónico”.

Siemens, G. (2004) Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital. Traducción de Diego E. Leal Fonseca. Recuperado de <http://clasicas.filos.unam.mx/files/2014/03/Conectivismo.pdf>.

Turismo, M. d. (s.f.). *Ecuador muestra un crecimiento del 15% en la industria del turismo*. Recuperado el 14 de septiembre de 2017, de Noticias: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industriadel-turismo/>

Valles, David Martín. “Las tecnologías de información y el Turismo”