



FACULTAD DE  
TURISMO Y GASTRONOMÍA



Innovar  
*para* Trascender  
2017-2021

**Facultad de Turismo y Gastronomía**

**Programa Educativo: Licenciado en Turismo**

**Unidad de Aprendizaje: Tecnologías en Sociedades  
Contemporáneas**

**Responsable de elaboración: M. en E. T. Victor  
Almeida Delgado**

**Título: Tecnologías digitales en la dinámica turística**

**Periodo 2019A**

# Mapa curricular



UAEM Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Turismo y Gastronomía  
Licenciatura en Turismo  
Reestructuración, 2015



## 3.9 Mapa Curricular de la Licenciatura en Turismo 2015

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9	
O B L I G A T O R I A S	Continuación del Turismo 4 0 4	Métodos y Técnicas de Investigación 2 4 6	Tiempo Libre y Ocio 2 2 4	Perspectivas Teóricas, Metodológicas del Turismo 2 2 4		Temas Emergentes y Tendencias del Turismo 4 2 6	Investigación Turística 4 2 6	Proyecto de Evaluación Profesional 4 2 6		
	Pensamiento Universitario 2 2 4	Tecnologías y Aprendizaje Autónomo 2 2 4	Comprensión de Textos Académicos 2 2 4	Argumentación y Comunicación Académica 2 2 4	Proyección Ética y Profesional 4 2 6		Planificación Turística 4 2 6	Desarrollo Local y Regional 4 2 6		
	Sociología 4 0 4	Psicología 4 0 4	Estadística 3 3 6		Políticas Públicas para el Turismo 4 2 6	Marco Jurídico y Normativo del Turismo 2 2 4	Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural 4 2 6			
	Geografía 2 2 4	Sociedad y Naturaleza 4 2 6	Cultura, Sociedad y Turismo 4 2 6	Turismo y Sustentabilidad 4 2 6	Impactos del Turismo 2 2 4	Tecnología en las Sociedades Contemporáneas 2 2 4	Marco Legal del Patrimonio Natural y Cultural 4 2 6	Plan de Negocios 4 2 6		
	Economía 4 0 4	Administración 4 2 6	Mercadotecnia 3 3 6	Contabilidad 2 2 4	Finanzas 4 2 6	Administración Estratégica 4 2 6	Selección de los Organismos Turísticos 4 2 6	Gestión del Talento Humano 4 2 6		
	Patrimonio Cultural Mundial 4 0 4	Patrimonio Cultural de México 4 2 6	Cultura Popular de México 4 2 6							
		Inglés 5 4 0 4	Inglés 6 4 0 4	Inglés 7 4 0 4	Inglés 8 4 0 4	Inglés 9 4 0 4	Inglés 10 4 0 4			
				Optativa 1, Núcleo Sustantivo 4 0 4	Optativa 2, Núcleo Sustantivo 4 0 4	Optativa 3, Núcleo Sustantivo 4 0 4	Optativa 4, Núcleo Sustantivo 4 0 4	Optativa 1, Núcleo Integral 4 0 4		

HT	20
HP	4
TH	34
CR	44

HT	16
HP	18
TH	34
CR	50

HT	16
HP	14
TH	32
CR	50

HT	16
HP	10
TH	28
CR	46

HT	12
HP	11
TH	28
CR	41

HT	14
HP	13
TH	27
CR	41

HT	16
HP	18
TH	34
CR	50

HT	14
HP	12
TH	26
CR	43

HT	-
HP	-
TH	-
CR	30

### SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	línea continua
	línea punteada
	línea de trazo
	centro

6 Líneas de saturación

- Actividad académica
- Obligatorio Núcleo Básico
- Obligatorio Núcleo Sustantivo
- Obligatorio Núcleo Integral
- Optativo Núcleo Sustantivo
- Optativo Núcleo Integral

### PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo Básico	42
común y académico	36
17 UA	78
	120

Total del Núcleo Básico	17 UA,
para cubrir 120	

Núcleo Sustantivo	53
común y académico	30
18 UA	83
	136

Núcleo Sustantivo	4
académico	18
4 UA	24

Total del Núcleo Sustantivo	22 UA
para cubrir 160	

Núcleo Integral	26
común y académico	24
10 UA + 1*	52
	110

Núcleo Integral	2
común y académico	2
1 UA,	4
	6

Total del Núcleo Integral	11 UA + 1*
para cubrir 116	

### TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

Total del Núcleo	41 = 1 Actividad académica
UA Obligatorias	41
UA Optativas	8
UA a Asesorar	52 = 1 Actividad académica
Optativas	52

Total del Núcleo	116
para cubrir 116	

## Guión explicativo

El presente material permitirá al alumno analizar el uso de las tecnologías en el ámbito turístico a partir de la identificación de su desempeño en diversos escenarios de intervención con el propósito de definir su dinámica tendencial, contenidos en la Unidad 2.

# Presentación

La Unidad de Aprendizaje (UA) se encuentra ubicada en el área curricular Desarrollo Humano y Profesional, tiene como objetivo examinar el entorno profesional en turismo, analizando los fenómenos sociales y los inherentes a su desarrollo, que le permitan tomar decisiones con humanismo y responsabilidad social. La UA busca analizar para identificar el impacto de las tecnologías de la información en la sociedad contemporánea.

# Ubicación de la Unidad de Aprendizaje

## Sexto periodo escolar

UNIDAD DE APRENDIZAJE	HT	HP	TH	CR
Administración Estratégica	2	4	6	8
Inglés 9	2	2	4	6
Marco Jurídico y Normativo del Turismo	2	2	4	6
Optativa 3, Núcleo Sustantivo	2	2	4	6
Tecnología en las Sociedades Contemporáneas**	2	3	5	7
Temas Emergentes y Tendencias del Turismo	4	0	4	8
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>41</b>

\*\* UA en la modalidad educativa mixta

## **Objetivos del área curricular o disciplinaria**

Examinar el entorno del profesional en turismo, analizando los fenómenos sociales y los inherentes a su desarrollo, que le permitan tomar decisiones con humanismo y responsabilidad social.

## **Objetivos de la unidad de aprendizaje**

Usar las tecnologías, distinguiendo el ámbito de aplicación y las necesidades de procesamiento y transmisión de la información.

# Indice de contenidos

1. Empoderamiento de las tecnologías en turismo desde la perspectiva empresarial.
2. Las tecnologías en el sector público y el turismo.
3. El uso de la tecnología en los turistas y comunidad receptora

Empoderamiento de las tecnologías en turismo desde la perspectiva empresarial.

Hoy en día nadie duda de la importancia de la tecnología en el turismo y de cómo ha influido - e influye - en la manera en la que viajamos: desde qué destino elegimos para nuestras vacaciones, hasta lo que hacemos cuando estamos allí e incluso en la etapa posterior a la aventura, ya no se concibe la práctica turística al margen tecnológico.



# Relación entre el producto turístico y la información

---

## Producto turístico

---

Heterogéneo

Intangible

Carácter perecedero

Actúa en un contexto internacional

Adquisición previa al consumo

Adquisición a distancia del lugar de consumo

---

## Información turística

Abundante

Aporta descripciones del producto

Naturaleza dinámica / estática

# Empoderamiento de las tecnologías en turismo

Innovación



Calidad

## Evidencias del empoderamiento

Según un estudio de Google Travel, el 74 % de los viajeros de placer planean sus viajes por Internet, mientras que solo el 13% lo hace ya a través de agencias de viaje. Algo que hoy es totalmente normal, hace unos cuantos años era impensable.



MESES  
DE  
DESCUENTOS

# Semana Santa TODO INCLUIDO en Cancún

✈️ H 🛏️ 🚗

Vuelo redondo + Traslados  
+ 5 días y 4 noches en el  
hotel Grand Oasis Palm 5\*  
+ Alimentos buffet o a la carta,  
bebidas limitadas,  
botanas y mucho más

3 y 6 meses de servicio más cual

**VISA**

IMPORTE \$4,033  
ESTADO DE \$2,416

**Influencia de la tecnología  
en el turismo**

# El poder del móvil para el turismo

El móvil se ha convertido en nuestro guía turístico, agencia de viajes, localizador de los mejores restaurantes, mapa, etc. Nos acompaña durante todas las etapas del proceso de compra. De hecho, según TripAdvisor, un 45% de los usuarios emplean su Smartphone para todo lo relacionado con sus vacaciones.

# cambio de paradigma para el turismo

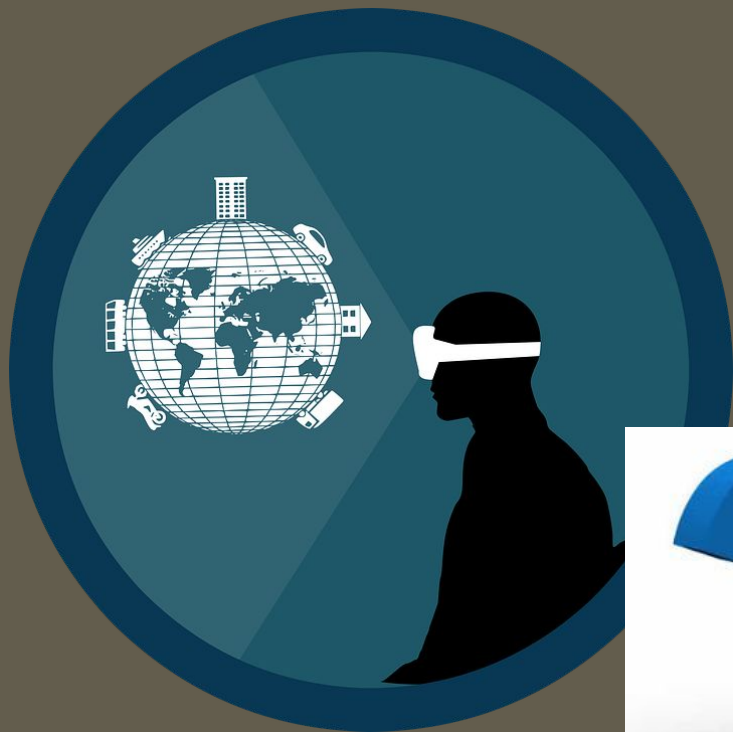




# Realidad aumentada

La realidad aumentada o realidad virtual también se ha colado en el mundo del turismo y, lo cierto es que, es una tendencia al alza por todas las posibilidades que ofrece. Cada vez más compañías la utilizan para mostrar a potenciales clientes el interior del camarote de un crucero o trasladarlo, durante unos segundos, a la impresionante muralla China.

# El turista en el destino antes del viaje





# Las tecnologías en el sector público y el turismo

En el caso de las administraciones y de las instituciones que impulsan el turismo, las aplicaciones del Internet de las Cosas van asociadas a los planes nacionales para los destinos turísticos inteligentes, suponen la utilización del WiFi en destinos, el uso de sensores para la gestión de aparcamientos o el empleo de beacons para impulsar el turismo de compras y aumentar el gasto de los visitantes en el comercio minorista.

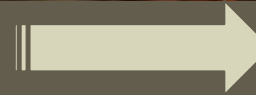
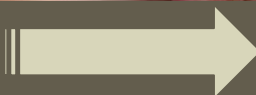
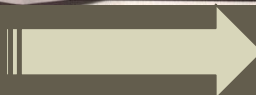
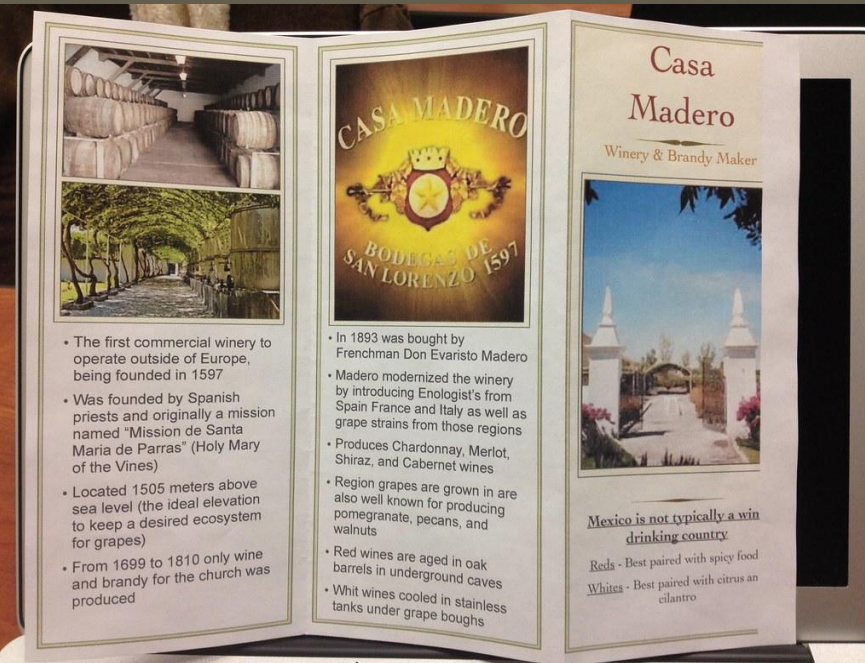
## Demanda cambia el paradigma

En este tipo de aplicaciones, la captura y el análisis de datos es también importante para conocer el perfil de los visitantes, las visitas que realizan, las tendencias de compra o el gasto realizado y el retorno de la inversión.

## El uso de la tecnología en los turistas y comunidad receptora

Existen aplicaciones orientadas a ofrecer información al visitante en tiempo inmediato, es decir, el sistemas que presentan al usuario información contextualizada para que pueda elegir su experiencia LPA Shopping. Con este tipo de proyectos se pretende dar respuesta a las necesidades del turista digital, ayudar a diversificar la oferta del destino y poner en valor los recursos comerciales de la ciudad.

# Automatización de productos y servicios



# Destinos Turísticos Inteligentes

Gracias a este tipo de sistemas, se podrán obtener datos de los visitantes: nuevas tendencias de compras, características de los clientes, actividad y gasto turístico realizado y retorno de la inversión por parte de los comercios. Finalmente, la adopción de esta infraestructura tecnológica permitirá a las ciudades situarse a la vanguardia de las soluciones tecnológicas vinculadas al turismo.

## Adaptación a los hábitos del turista conectado

Soluciones simples, como las plataformas de mensajería instantánea, se utilizan con éxito en canales de ventas y de atención al turista como elemento de personalización y de novedad para captar su interés, especialmente en el caso de los usuarios más jóvenes. Es una muestra del esfuerzo del sector turístico por adaptarse a los nuevos hábitos del cliente.

# Los ejes de desarrollo y mejora de las redes sociales y plataformas colaborativas para el turismo



**Canal de comunicación e interrelación con el cliente**



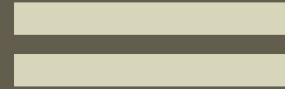
**Reputación online y escucha activa**



**Redes sociales especializadas**

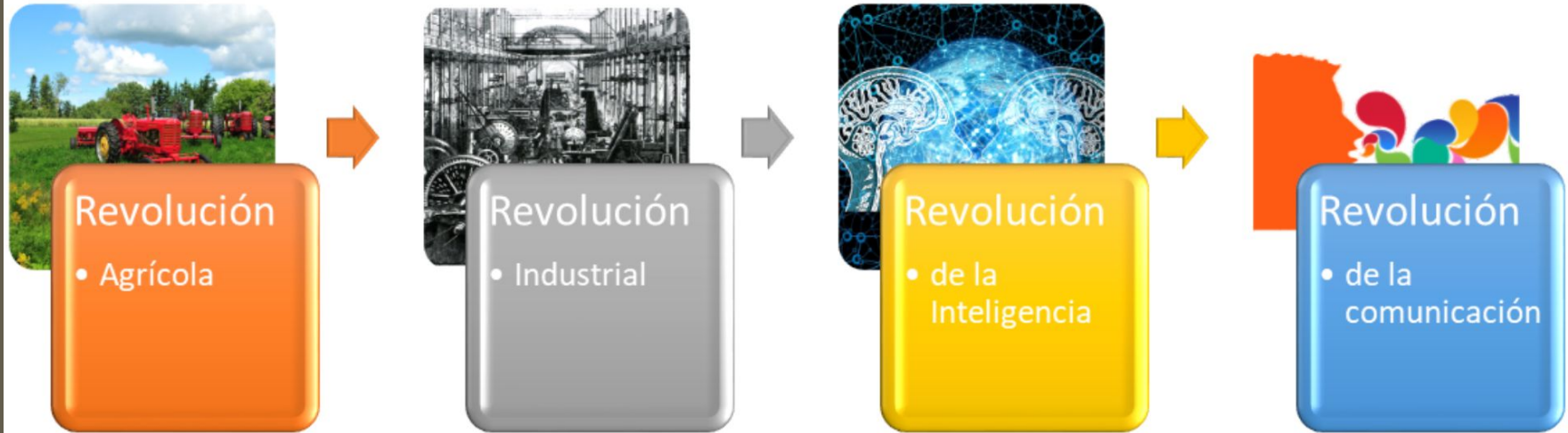


**Intercambio de bienes y servicios entre empresas y particulares**





# Transformación de la sociedad desde el paradigma tecnológico



Elaboración: Arango y Cruz (2018)



# La comunicación y la información

Se trata de un rasgo antropológico general. Lo específico de esta nueva sociedad es que pasa a ser decisivo el uso sistemático de nuevas tecnologías de la información/comunicación, llegando a convertirse éstas en la principal fuente del incremento de la productividad y del crecimiento económico.

# Tendencias en necesidades de los turistas

**Dependencia de la tecnología** – La dependencia de la tecnología genera 2 modelos de comportamiento en relación a los viajes:

**FOMO**– Fear of Missing Out – personas con miedo a perderse cosas importantes que estén pasando en sus comunidades virtuales o redes sociales, si no están conectados en todo momento.

# Tendencias en necesidades de los turistas

**JOMO**– Joy of Missing Out – personas que buscan durante sus vacaciones el poder disfrutar de estar desconectados de la tecnología y de sus redes sociales.



# Tendencias en necesidades de los turistas

**Familias viajeras** – Algunas familias buscan vacaciones de larga duración, recorriendo varias partes del mundo. Son los llamados “Nomadic Sabbaticals”.

**Cambios en la estructura del mercado laboral que afectan al turismo** – En 2020, entre el 40% y 50% de la fuerza laboral en Estados Unidos y Reino Unido serán trabajadores freelance. Esta nueva forma de trabajo, facilita el poder combinar trabajo con viajes.

# Tendencias en necesidades de los turistas

**Turismo oscuro – Dark Tourism** – Ciertos turistas sienten atracción por lugares donde han ocurrido hechos trágicos, como la planta nuclear de Chernóbil.



# **La comunidad como elemento del sistema turístico**

La comunidad aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante.

Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo.

## **La comunidad como elemento del sistema turístico**

Existen varios factores que se convierten en obstaculizadores para incorporar a la comunidad a la gestión. Por un lado, puede existir indiferencia hacia la participación en la toma de decisiones con respecto al turismo, esto principalmente se puede dar entre aquellos residentes cuyo beneficio o perjuicio por parte del turismo sea nulo.



# La comunidad como elemento del sistema turístico

## COSTO

## BENEFICIO



# Comunidad local y beneficios del turismo

«La acción de la humanidad sobre la materia (naturaleza) para apropiársela y transformarla en su beneficio mediante la obtención de un producto, el consumo (desigual) de parte de él y la acumulación del excedente para la inversión, según una variedad de metas determinada por la sociedad» (Castells 1996, 1: 40). Con ello, la idea de producción queda encerrada en el dominio tecnoeconómico.

El atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico» (Castells, 1996, 1: 47).

La revolución de la tecnología de la información, está modificando la infraestructura del sistema social a un ritmo acelerado, desencadenando al mismo tiempo transformaciones en el contexto social: en el modo de vida, en la estructura del poder político y en la visión del mundo que tiene la gente.

## Modo de desarrollo

«Relaciones técnicas de producción», esto es, marcado por el tipo de tecnología dominante: «cada modo de desarrollo se define por el elemento que es fundamental para fomentar la productividad en el proceso de producción» (Castells 1996, 1: 42).

# Referencias

Vidal, B. (2018). Las tecnologías en el sector público y el turismo. We are marketing, 12.

AECE (2002): Estudio a 40 empresas del sector turístico en Internet. Conclusiones del primer estudio sobre comercio electrónico en las empresas turísticas españolas. Disponible en <http://www.aece.es/recursosclasifica.asp>.

Orange, F. (2016). La transformación digital en el sector turístico. España: Orange.