

dTour - Introducción a la digitalización para impulsar las pymes en turismo y hostelería

IO1 - Enfoque Inicial: Benchmarking de las Herramientas Digitales Utilizadas Actualmente en el Turismo y la Hostelería.



Acerca del proyecto dTour

Europa es el líder mundial en turismo internacional y hostelería, sector que supone una fuerza impulsora clave de la Unión Europea. Hoy en día, más del 95% de los viajeros utilizan recursos digitales en el transcurso de sus viajes. Según la Iniciativa de Transformación Digital del Foro Económico Mundial, de 2016 a 2025 se espera que la digitalización en la aviación, los viajes, el turismo y la hostelería genere cientos de miles de millones de euros para la industria a través de una mayor rentabilidad, la transformación de actores tradicionales a nuevos competidores, creando enormes beneficios para los clientes y la sociedad en general. Estos argumentos dejan claro que la innovación digital es la clave para la competitividad en la industria turística. En este contexto, las pequeñas y medianas empresas (pymes) turísticas europeas parecen carecer de la capacidad para utilizar las nuevas tecnologías, ya que están sumidas en una forma "tradicional" de prestación de servicios, según el informe de EASME sobre la Digitalización en el Turismo (2018).

El objetivo del proyecto dTour es capacitar y certificar a las personas que trabajan en el sector del Turismo y la Hostelería con habilidades digitales innovadoras, para que puedan ofrecer servicios digitalizados de alta calidad a pequeñas y medianas empresas principalmente en hoteles y alojamientos. El proyecto aspira a desarrollar un programa educativo junto con un esquema de certificación que contribuirá a la certificación de habilidades, conocimientos y actitudes de los asesores en Digitalización Turística (asesores dTour), quienes se capacitarán para apoyar a las pymes.



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



Objetivos

El proyecto busca capacitar y certificar profesionales en Turismo y Hostelería con habilidades digitales actualizadas, a saber, a los asesores dTour, con el fin de impulsar el desempeño de las pymes en Turismo y Hostelería.

Los asesores podrían ser personas que ya hayan estado trabajando en el sector del turismo y hostelería, y deseen mejorar sus habilidades y oportunidades de empleo. También podrían ser propietarios y operadores de pymes que comprendan la necesidad de la digitalización y quieran llevar su propio negocio a la nueva era digital, consultores de empresas que ya trabajan o están interesados en cooperar con pymes del sector, etc.

Además, el proyecto brinda a las pymes de turismo y hostelería la oportunidad de navegar a través de nuevas tecnologías y herramientas digitales que podrían ser utilizadas para sus negocios comprendiendo cómo pueden beneficiarse de ellas.

Grupo objetivo

Los asesores dTour pueden ser:

- Propietarios y gerentes: personal actual o futuro de las pymes del sector del Turismo y la Hostelería que deseen ampliar sus negocios;
- Consultores de empresas y redes sociales que ya trabajen o estén interesados en colaborar con pymes del sector, y deseen incorporar las competencias específicas en su portafolio para brindar servicios de consultoría en Digitalización en Turismo; y
- Graduados en Turismo que necesitan mejorar sus habilidades.

Definición del Asesor dTour

El objetivo principal del asesor dTour no es solo poder utilizar las herramientas digitales en las empresas, sino desarrollar un plan acorde a sus necesidades que ayude a las pymes a aprovechar nuevas tendencias y tecnologías digitales del sector con el fin de ser utilizadas en las actividades de gestión, y en la mejora de la experiencia de los clientes.

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN -IO1



Este resumen ejecutivo se basa en un informe transnacional elaborado a partir de 5 informes nacionales de Grecia, Chipre, Reino Unido, España y Suecia. Los informes nacionales se han desarrollado con el fin de evaluar el estado actual de la industria turística en cada uno de estos países, en lo que respecta a la digitalización en las pymes. Los informes nacionales se desarrollaron con el objetivo de identificar tanto las habilidades y competencias clave que se requieren para que alguien se convierta en asesor dTour, como las herramientas que necesitará para tener éxito en la realización de dicha tarea. El resumen reúne las conclusiones generales de todos los informes nacionales en un intento de mostrar las tendencias y necesidades de la Unión Europea en lo que respecta a los niveles de digitalización de las pymes turísticas.

La investigación documental se realizó con el fin de examinar la situación actual de la industria turística en cada país, específicamente en cuanto a las herramientas digitales existentes que se utilizan en el sector del turismo y la hostelería (sus características, si pueden ser utilizadas por pymes y cómo, buenas prácticas sobre el tema que trata dTour, etc.).

Para la investigación de campo, los socios diseñaron 2 cuestionarios diferentes. El primero dirigido a los grupos destinatarios de dTour y tenía como objetivo identificar su nivel de aprendizaje y formación en las actividades de un asesor dTour. El segundo cuestionario se dirigió a las pymes, con el fin de tener una mejor idea de lo que esperan de un asesor dTour. El consorcio encuestó a 104 actores en total.

Conclusiones generales

El informe transnacional contiene toda la información que se ha recopilado durante todos los procesos que tuvieron lugar en el *Resultado Intelectual 1* (IO1) del proyecto dTour.

La información incluida proviene de una investigación documental y otra de campo (encuestas mediante cuestionarios) que se llevaron a cabo simultáneamente en los 5 países del consorcio dTour, a saber, en Grecia, Chipre, Reino Unido, España y Suecia. Los socios de cada uno de los países mencionados anteriormente han elaborado un informe nacional cuyo objetivo era identificar el estado actual de la industria del turismo en su país en lo que respecta a la digitalización y más específicamente en lo que respecta a las pymes en la industria (investigación documental). Al mismo tiempo, la investigación ha examinado el nivel de conocimiento de las personas activas en la industria en lo que respecta a la digitalización junto con su interés y voluntad de aprender más y desarrollarse sobre este tema (investigación de campo). Los informes nacionales incluyen los resultados tanto de la investigación documental como de la investigación de campo de cada país socio.

Este proceso ayudó al consorcio dTour a comprender el tema central del proyecto, pero también planteó algunas preguntas al consorcio. Aunque las conclusiones no fueron tan claras como se esperaba, los informes nacionales han proporcionado al consorcio una valiosa información que se puede utilizar para los siguientes pasos del proyecto y ser usada además como guía para lograr sus objetivos.

Hallazgos comunes entre los 5 países socios

A través del proceso descrito anteriormente el consorcio dTour coincidió en algunas conclusiones en los cinco países socios.

Una de las principales conclusiones es sobre las áreas de enfoque y las técnicas que un asesor dTour debe utilizar al abordar el apoyo a una pyme.

Los 5 informes nacionales coinciden en que las pymes turísticas pueden beneficiarse de la digitalización en las cuatro categorías siguientes:

- Mejora de la experiencia del cliente;
- Descubrir nuevos clientes;
- Internacionalización; y
- Mejorar la calidad interna a través de la gestión de los recursos y del personal.

En cuanto a las técnicas a ser usadas por un asesor dTour, los informes nacionales han acordado las siguientes técnicas:

1. Diagnóstico y planificación de acciones;
2. Uso de la digitalización para mejorar las redes de negocio; y
3. Evaluación de opciones (opciones de digitalización, modelos, opciones "listas para usar").

Diferencias halladas entre los 5 países socios

Los cinco informes nacionales también han mostrado algunas diferencias entre los países del consorcio.

Según los cuestionarios recopilados, los encuestados de los diferentes países parecen preferir diferentes métodos de formación con respecto a la mejora de las habilidades digitales. En Grecia, la mayoría de los encuestados prefiere seguir una formación a través de un curso en línea, mientras que el aprendizaje "en el trabajo" ocupó el segundo lugar en sus preferencias. La mayoría de los encuestados chipriotas prefieren el aprendizaje "en el trabajo", mientras que el autoaprendizaje fue la segunda opción preferida en Chipre. Dos tercios de los encuestados del Reino Unido prefirieron el aprendizaje "en el trabajo" o el autoaprendizaje, mientras que solo un tercio de los encuestados preferiría el aprendizaje en el aula o en línea. En España, los encuestados preferirían el aprendizaje en aula, mientras que el aprendizaje "en el trabajo" también obtuvo una puntuación alta. De manera similar, en Suecia, el aprendizaje en aula fue la opción preferida por los encuestados.

Se utilizará un método de aprendizaje mixto (*blended*) para las necesidades del proyecto, de modo que el consorcio pueda adaptarse a las necesidades del grupo objetivo en los diferentes países con sus respectivas preferencias.

Otro punto que difiere de persona a persona pero también de país a país es la actitud hacia la digitalización.

La industria del turismo es una industria enorme que se puede clasificar en muchos campos diferentes, como atracciones, hostelería, alojamiento, agencia de viajes, etc. Debido a esta variedad de áreas, las herramientas digitales también pueden variar de un área a otra. A pesar de que las redes sociales y el marketing digital comparten algunas características comunes, existen muchas herramientas digitales que están diseñadas específicamente para algún tipo de organizaciones y no son aplicables a otras. **El rol del asesor dTour puede diseñarse de tal manera que le dé flexibilidad en las diferentes áreas o bien se centre en un punto de interés específico.** Esta es un tema que este informe transnacional no ha ayudado a aclarar al consorcio.

Finalmente, la diferencia más importante identificada entre los diferentes encuestados es su nivel actual de conocimiento en lo que respecta a la digitalización. Si bien algunas pymes utilizan solo las redes sociales, otras se están moviendo hacia tecnologías más avanzadas. **Un asesor dTour debería estar en condiciones de diagnosticar el nivel de las pymes en materia de digitalización para identificar sus necesidades.**

El Viaje de (hacia) la Digitalización describe los diferentes niveles en los que una pyme puede estar con respecto a la digitalización y divide estos niveles en cuatro categorías de la siguiente manera

Este informe transnacional ha dejado claro al consorcio que las diferentes organizaciones se encuentran en diferentes niveles en lo que respecta a la digitalización. Es importante que un asesor dTour esté en condiciones de identificar el nivel de digitalización de la organización con la que tiene que tratar. Los cuatro niveles o categorías son los siguientes:

- **Operadores tradicionales:** Práctica empresarial tradicional, bajo nivel de digitalización centrada en operaciones internas y creación de valor para los turistas.
- **E-Business:** digitalización que mejora las operaciones internas, con un compromiso más eficaz a través del marketing digital y las tiendas online.
- **E-Commerce:** Creciente interconectividad, incorporación de diversos intermediarios, innovación en las cadenas de suministro, transacciones B2B, B2C, C2C.
- **Turismo inteligente - Smart tourism:** Pymes que comparten la visión de destino inteligente, alto nivel de innovación, conexiones en tiempo real, nuevos productos innovadores, modelos de negocio, conexión con cadenas de valor globales.

Preguntas planteadas

El informe transnacional ha planteado algunas cuestiones importantes. Estas preguntas ayudarán al consorcio a pasar a las siguientes etapas del proyecto.

1. ¿Cuál debe ser el enfoque del asesor dTour?
2. ¿En qué ámbito de la digitalización se debería focalizar?
3. ¿En qué campo de la industria del turismo se debería focalizar?
4. ¿Cuál debería ser la función del asesor dTour?
5. ¿Debería el asesor dTour centrarse en personas de la industria que tengan un nivel específico de conocimiento sobre herramientas digitales?
6. ¿Qué nivel de EQF debe contener el material de formación que se desarrollará para que cubra las necesidades del sector en todos los países?

Sugerencias generales para el **perfil ocupacional**



En términos del **grupo objetivo**:

- Graduados en Turismo que estudian en universidades e instituciones de educación y formación profesional;
- Emprendedores turísticos que ya han consolidado sus negocios;
- Futuros emprendedores turísticos dispuestos a crear sus propios negocios, que ya están incluidos en las redes de organizaciones colaboradoras gracias a sus actividades habituales;
- Consultores de empresas que deseen sumar las competencias de asesor a su portafolio para brindar servicios de consultoría en Digitalización en Turismo;
- NiNis - NEETs (personas sin empleo, educación o formación) que están tratando de encontrar un nuevo camino;
- Personas involucradas y con experiencia en el sector turístico;
- Personas que valoran las herramientas digitales y están interesadas en aprender más;
- Personas interesadas en compartir el conocimiento de dTour con otras personas de sus redes (dentro y fuera de su organización);
- Personas con experiencia en el uso de herramientas digitales actuales;
- Personas que pueden aprender a utilizar estas herramientas;
- Personas que pueden dar soluciones a problemas empresariales;
- Personas que pueden identificar oportunidades;
- Personas con experiencia en herramientas digitales en general;
- Personas con experiencia en la industria del turismo (atracciones, alojamiento, agencia de viajes, etc.);
- Académicos (estudios de Turismo); y
- Personas involucradas en pymes (del sector Turístico)

En términos **demográficos**:

- Edad: 24-39 y 40-55;
- Experiencia laboral: involucrado activamente en la industria del turismo; y tener conocimiento o experiencia en la industria del turismo;
- Tamaño de la organización para la que trabajan: pymes.

En términos de **competencias**:

- Habilidades de comunicación (verbal y escrita);
- Conocer el sector turístico / hostelero local;
- Centrarse en la experiencia del cliente;
- Percepción y conocimiento de IdC;
- Competencias en E-liderazgo;
- Creatividad;
- Flexibilidad y adaptabilidad;
- Resolución de problemas;
- Trabajo en equipo;
- Responsabilidad;
- Espíritu empresarial;
- Competencias organizacionales; y
- Pasión por aprender.

En términos de **intereses de las personas involucradas**:

- Turismo;
- Herramientas digitales;
- Innovación;
- Emprendimiento;
- Explorar nuevas oportunidades; e
- Incrementar el conocimiento.

En términos de **actitudes**:

- Mente abierta;
- Flexible;
- Comunicativo;
- Positivo;
- Claro, conciso y orientado a objetivos; e
- Identificar y priorizar las peticiones más urgentes del 'cliente'.

En términos de **conocimiento/habilidades**:

- Habilidades en lenguas extranjeras;
- Conocimientos comprobados en habilidades digitales;
- Habilidades de marketing en e-turismo (desarrollo de planes, e-marketing y planificación de marca electrónica, campañas);
- Habilidades de marketing en redes sociales;
- Mercadotecnia en buscadores web - SEM y marketing digital;
- Conocimiento sobre el sector Turismo / Hostelería y experiencia laboral en el sector;
- Recopilación, edición y presentación de estadísticas de turismo;
- Gestión de contenido, maximización y actualización de la presencia digital en línea;
- Análisis de Big data;
- Habilidades pedagógicas probadas;
- Conocimiento local sobre el sector turístico / hostelero;
- Comprensión de cómo ofrecer información, asesoramiento y orientación;
- Flexibilidad en el enfoque para tratar con diferentes pymes, y diferentes competencias y objetivos digitales;
- Buen conocimiento de la tecnología digital existente y su aplicación en el sector del turismo y la hostelería;
- Conocimiento en el uso de soluciones digitales en plataformas;
- Capacidad para identificar oportunidades dentro de la empresa y proporcionar información relevante y actualizada para respaldar las soluciones digitales;
- Capacidad para brindar información de manera clara y concisa;
- Capacidad para desarrollar la formación y proporcionar información de apoyo para pymes; y
- Habilidades para hacer diagnósticos.

Sugerencias generales para el Currículo



El currículo debería incluir:

- **Marketing básico en redes sociales;**
- **Herramientas digitales** más especializadas;
- **Habilidades básicas;**
- **Conocimiento global sobre las herramientas digitales** del sector;
- **Herramientas digitales disponibles** (relacionadas con el mercado turístico): ¿Qué son? ¿Cómo acceder a ellos? ¿Cómo se pueden utilizar? ¿Qué pueden ofrecer? ¿Oportunidades relacionadas con estas herramientas? Costos y posible reembolso de la inversión en estas herramientas.
- **Buena comprensión de las herramientas digitales más recientes para los potenciales asesores de dTour:** ¿Cómo usarlas? ¿Cómo acceder a ellas? ¿Cómo adelantarse a la competencia? ¿Qué sucede en otras áreas más avanzadas? Información sobre las herramientas digitales actuales. ¿Cuáles son sus beneficios? ¿Cuándo y cómo pueden ayudar a una pyme? ¿Cómo facilitarlo a una organización? Cálculo de los beneficios de estas herramientas.

Además, el currículo debe incluir:

- **Técnicas** de: apoyo y orientación; cómo reaccionar ante la "resistencia al cambio"; y la comprensión de su audiencia
- **Capacitación** sobre el desarrollo de herramientas de análisis de necesidades y planes de capacitación para garantizar que la información se comparta con las empresas de la manera más adecuada para satisfacer sus necesidades;
- **Herramientas y recursos digitales** para una gestión exitosa;
- **Prestación de servicios con excelencia al cliente;** y
- **Análisis de necesidades y desarrollo de planes a medida para las pymes**

Sugerencias generales para el **Curso de Formación**



El curso de formación debe:

1. Proporcionarse mediante formación mixta - *blended*. Los métodos preferidos identificados son: aprendizaje en el aula; aprendizaje sincrónico en línea; aprendizaje asincrónico en línea; y formación en el puesto de trabajo;
2. Basarse en el plan de estudios;
3. Tener un enfoque flexible;
4. Duración de dos a cuatro días;
5. Proporcionar más conocimientos prácticos que teóricos.

Sugerencias generales para la **Guía de Navegación**



La Guía de Navegación debería:

- Ser de **código abierto**;
- Estar **disponible online**;
- Tener información sobre las **herramientas digitales existentes** (¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Están disponibles? etc.);
- Incluir **buenas prácticas** sobre la aplicación de estas herramientas (ejemplos de uso);
- Mantenerse **actualizado**;
- Incluir información sobre **cómo acceder al curso de formación** para convertirse en asesor dTour;
- Incluir información sobre **cómo encontrar un asesor dTour**;
- Incluir un **blog**, de modo que los usuarios activos puedan compartir sus experiencias a través de él;
- Alinear las nuevas herramientas digitales con las **necesidades de las pymes turísticas**;
- Presentar las habilidades del asesor dTour y las **ventajas de trabajar** como asesor dTour;
- Incluir los **pasos básicos para capacitar a un asesor dTour**;
- Informar en qué casos las **pymes podrían utilizar las herramientas** en función de su dimensión; e
- Informar a las **pymes cuándo pueden usar las herramientas**.



Coordinador:



Socios:



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

