

(BPIN20-208)

Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual.



Objetivos

General

- Fortalecer las competencias digitales para contribuir con el proceso de reactivación socio económica de la Industria cultural y el turismo mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y el desarrollo de la metodología bootcamp virtual.

Específicos

- Promover el desarrollo de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo.
- Dinamizar las iniciativas de emprendedores paraguayos del sector cultural y turístico mediante el uso de las TICS.

Beneficiarios

- Emprendedores del sector cultural y turístico
- Estudiantes universitarios de Universidades Públicas y Privadas del Paraguay interesados en incursionar en el sector cultural y turístico.





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA

PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Construcción de la
Educación y la Innovación

Metodología

Tiempo de ejecución : 6 meses

Revisión sobre las tendencias en materia de innovación tecnológica y digital.

Primera Etapa

- Identificar las necesidades de competencias digitales del capital humano. **(Diagnóstico)**
- Desarrollar los planes formativos adaptados para atender esa demanda específica.

Segunda Etapa

- Desarrollo de capacitaciones a través de la metodología bootcamp

Tercera Etapa

- Realización de una Feria Virtual de Emprendedores con presentaciones pitch
- Exposición de resultados a la comunidad mediante la participación en actividades de divulgación científica.

Principales tendencias en materia
de innovación tecnológica y digital.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

A close-up, over-the-shoulder view of a woman with long, dark hair and large, gold hoop earrings. She is looking down at a tablet computer she is holding in her hands. The background is a soft, out-of-focus white wall. The text is overlaid on a semi-transparent white rectangular box in the lower-left quadrant of the image.

El Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía (DigComp), entiende a la competencia digital como “un conjunto de conocimientos, actitudes y habilidades necesarias para participar de forma activa en el entorno digital y obtener los beneficios de la tecnología en nuestro día a día” (Fernández Villavicencio, 2015).

	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3
	5 áreas	21 competencias	Niveles de competencia
	ÁREA	COMPETENCIA	
Nucleares	1. INFORMACIÓN	1.1 Navegar, buscar y filtrar la información	
		1.2 Evaluar la información	
		1.3 Almacenar y recuperar la información	
Nucleares	2. COMUNICACIÓN	2.1 Interactuar a través de las tecnologías	
		2.2 Intercambiar información y contenidos	
		2.3 Participar en la ciudadanía digital	
Nucleares	3. CREACIÓN DE CONTENIDOS	2.4 Colaborar a través de canales digitales	
		2.5 Netiqueta	
		2.6 Gestionar la identidad digital	
Transversales	4. SEGURIDAD	3.1 Desarrollar contenidos	
		3.2 Integrar y reelaborar contenidos	
		3.3 Copyright y licencias	
Transversales	5. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	3.4 Programar	
		4.1 Proteger dispositivos	
		4.2 Proteger datos personales	
Transversales	5. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	4.3 Proteger la salud	
		4.4 Proteger el medio ambiente	
		5.1 Resolver problemas técnicos	
Transversales	5. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	5.2 Identificar necesidades tecnológicas	
		5.3 Usar la tecnología de forma creativa	
		5.4 Identificar lagunas en la competencia digital	

Fuente: Marco Europeo de Competencias Digitales (DIGCOMP)

Competencias que debe manejar el gestor cultural en los nuevos medios.

Creación y dinamización de contenidos culturales en los medios digitales: e-mail marketing, foros, e-groups, blogs, redes sociales, microblogging, etc.

Estas herramientas requieren de múltiples competencias: **trabajar con la imagen, la palabra, el audiovisual.**

Estar dispuesto a aprender las reglas propias de cada nuevo medio y no tratar de imponer las propias.



El Centro de Innovación Turística, Andalucía Lab, propone categorías que deben ser atendidas como aspectos que acercan a las empresas de turismo a la competitividad digital.

¿Cómo los usuarios encuentran una pyme turística?

ACCESO

Existe en Internet (web, redes sociales, interme - diarios, Google My Bu - siness).

Admite reservas online en aquellos lugares en los que tiene presencia.

Es rastreable e investigable por los clientes desde su móvil.

Tiene su marca asegurada en Google.

Su web es accesible y ofrece una buena usabilidad desde cualquier dispositivo digital.

Está preparada para captar reservas internacionales.

El dominio o web tiene enlaces en otros portales.

¿Cuáles es la forma de llegar a sus clientes? Hablamos de marketing

PROMOCIÓN

Puja en los metabuscadores.

Recibe tráfico orgánico desde Google.

Hace uso de su blog.

Utiliza copy en toda su estrategia de comercialización y comunicación.

Tiene todos sus canales de distribución optimizados.

Cuenta con channel manager.

Hace campañas de venta por email.

Capta leads.

Fideliza clientes.

Hace venta cruzada.

Tiene un sistema gamificado.

Analiza datos y actúa en consecuencia.

¿Cómo llega la empresa a su comunidad?

¿Cómo se da a conocer?

¿Qué canales tiene establecidos para generar interacción con su audiencia?

COMUNICACIÓN

Tiene varios canales de comunicación digitales.

Tiene objetivos definidos en las redes sociales.

Tiene mensajería instantánea como canal de comunicación.

Domina los medios audiovisuales.

Estar al día es la única manera de sacarle un partido real a todo lo que nos ofrecen las nuevas tecnologías

Se forma online.

Aprovecha ferias y congresos offline.

Aporta a la comunidad B2B.

FORMACIÓN

¿Dónde se almacena todo ese sistema online que permite a los usuarios acceder e interactuar con las marcas turísticas? HARDWARE

Tiene un hosting fiable y potente.

Se puede autogestionar la web.

Ofrece una gran experiencia en lo presencial a sus clientes.

LO FÍSICO

Para el libro blanco de la Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales (AMETIC), las micro y pequeñas empresas deberán desplegar capacidades digitales en:

- ✓ Ecommerce
- ✓ Cultura del dato (i.e. GDPR, Bases de datos)
- ✓ Cloud
- ✓ Posicionamiento en Buscadores
- ✓ Google My Business
- ✓ Comunicación e Interacción: Email marketing, RRSS, Whatsapp for Business
- ✓ Entregas,
- ✓ Pagos
- ✓ Fidelización de clientes

Fuente: (AMETIC, 2021)

El diagnóstico.





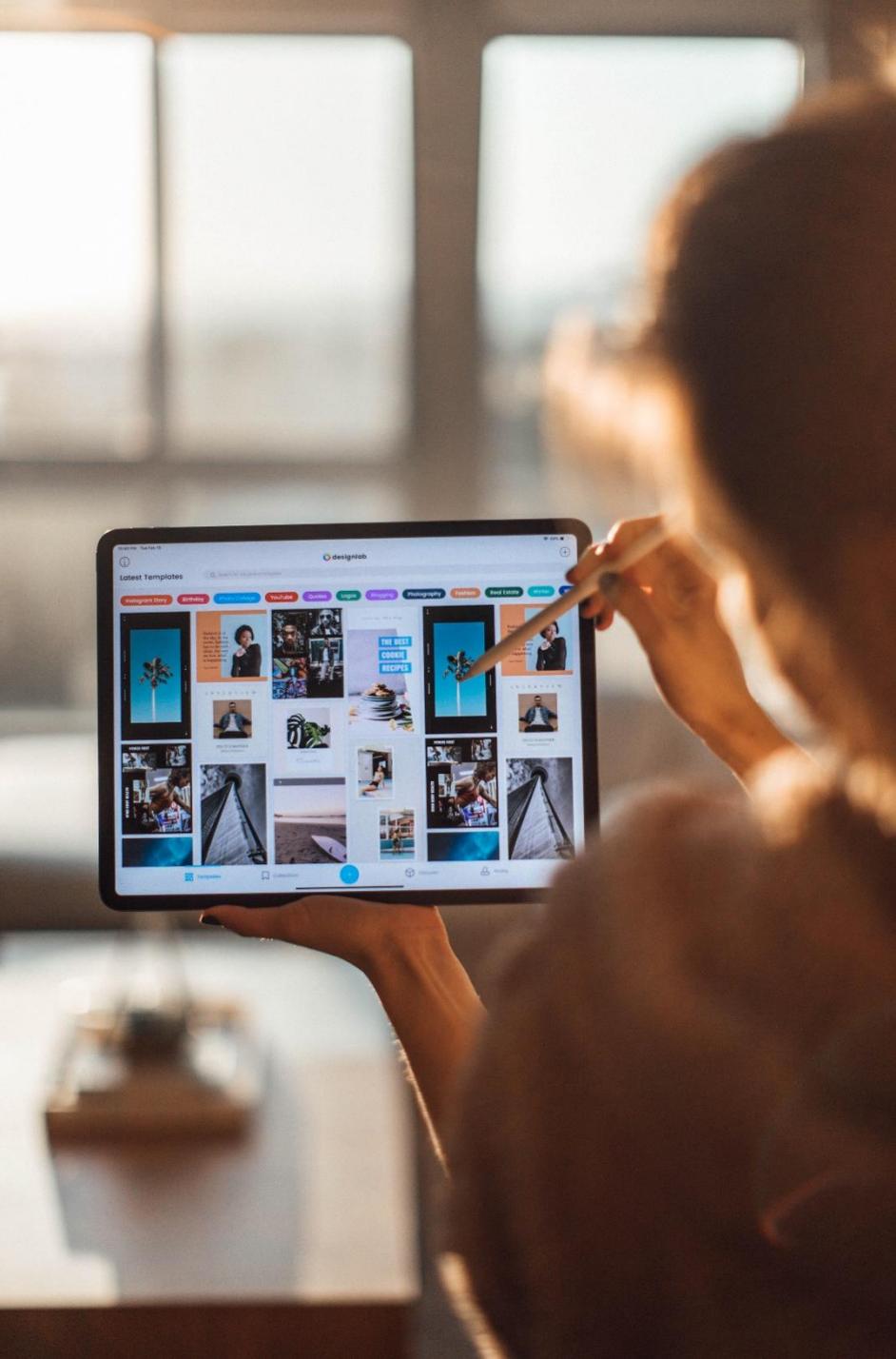
CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA

PROCIENCIA
PROGRAMA PARAGUAYÍ PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:
Feei
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Resultados esperados



Esta investigación pretende provocar un impacto social y económico positivo en los prestadores de servicios de la industria cultural y el turismo, quienes mediante el fortalecimiento de sus competencias digitales desarrollarán de manera más competitiva sus actividades productivas, contribuyendo en la reactivación de la economía naranja y por ende en el mejoramiento de la calidad de vida.



Productos



La redacción de un artículo científico y su presentación en una revista indexada.

Un documento que contenga el proceso de creación del hub de emprendimientos creativos y el desarrollo de la metodología bootcamp en la modalidad virtual.

Un documento sobre el impacto generado en las competencias digitales de los participantes mediante esta propuesta de intervención educativa.

Una plataforma virtual instalada en formato estable.





“Los cambios tecnológicos observados en los últimos años, sobre todo los impulsados por el rápido desarrollo de las TIC, ofrecen la posibilidad de transformar las economías y mejorar el nivel de vida de muchas personas”

(Informe Consejo Económico y Social de la ONU, 2018)