

# PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA EL SECTOR TURÍSTICO, EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA NEXT-GENERATION EU.

EXPEDIENTE: PA\_2025\_0004

## CAPÍTULO I. GENERAL OBJETO DEL CONTRATO

### 1. OBJETO DEL CONTRATO.

Constituye el objeto de la presente licitación la contratación de los servicios necesarios para llevar a cabo las acciones formativas encaminados a la consecución de los objetivos marcados en el convenio de colaboración entre la Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes, a través de la Dirección General de Turismo y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Badajoz con la finalidad de desarrollar y ejecutar las actuaciones formativas del programa “Competencias Digitales para el sector turístico en Extremadura” (en adelante el Programa), en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

#### 1.1. Antecedentes. Necesidades a satisfacer mediante el contrato.

El Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia (PRTR) financiado por el Fondo NextGeneration-UE permite enfrentar reformas estructurales, mediante cambios normativos e inversiones, y, por lo tanto, transformar nuestra economía hacia un modelo más verde, más digital y más resiliente, para afrontar mejor los retos del futuro. El Componente 19 del PRTR tiene como objetivo garantizar la formación e inclusión digital de la ciudadanía y los trabajadores, no dejando a nadie atrás en el proceso de transformación digital de la sociedad y la economía. Se dirige así al conjunto de la población, y pone especial atención al cierre de la brecha de género y al impulso de la formación en las zonas en declive demográfico. El componente se vertebra en cuatro ejes de actuación que actúan sobre un conjunto de retos a abordar, siendo el tercero de ellos: La formación en competencias digitales a lo largo de la vida laboral (upskilling y reskilling, tanto de las personas desempleadas como empleadas), con foco en el desarrollo de competencias digitales para las pymes<sup>1</sup>.

Dentro de esta acción, se incorporó un programa específico para la formación en competencias digitales del sector turístico, como herramienta central para la innovación del mismo ya que la falta de competencias digitales en el talento frena la transformación digital, lo que resulta una gran dificultad para los destinos y las empresas turísticas.

Las competencias digitales son un elemento fundamental para conseguir que la sociedad y las empresas españolas afronten los retos y aprovechen las oportunidades que ofrece la economía digital. Sin embargo, los informes apuntan la necesidad de mejorar estos niveles de digitalización y de competencias digitales en el sector turístico. Cuando hablamos de competencias digitales incluimos, no solo la capacidad de usar las herramientas que la tecnología pone a su disposición, sino también saber valorar cuales de esas soluciones se adaptan mejor a cada necesidad; la capacidad de trabajar con información: buscarla, analizarla, evaluarla e interpretarla, así como crear

y difundir nueva información; saber interpretar y expresarse en todos los nuevos lenguajes que potencia internet; ser capaces de discriminar, ser críticos y selectivos con las diferentes fuentes de información que compiten por captar su atención, así como de transformar la información en conocimiento; y seguir unas pautas de conducta que les ayuden a vivir y trabajar en un mundo en el que, con frecuencia, lo real y lo virtual van de la mano.

En el nuevo escenario que enfrentamos, la doble transición verde y digital y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 nos señalan un horizonte común y nuevos desafíos globales. La implementación de nuevas tecnologías facilitará una transición digital que se erige como oportunidad única para transformar y modernizar a las bases económicas y sociales del país y para convertirse en la herramienta básica de la propia transformación medioambiental, permitiendo a España alcanzar una posición de liderazgo en el contexto internacional. Hoy en día el reto del sector es hacer frente a las innovaciones de la nueva era digital y a los cambios que ésta ha empezado a introducir en los hábitos y modelos de comportamiento de los y las ciudadanas del planeta que son, también, los turistas del siglo XXI.

La transición digital ha de abordarse desde dos perspectivas. Una que ponga el foco en la necesidad de impulsar y acelerar la transformación digital de todos los agentes del sector de manera sostenible e inclusiva. Y otra que garantice un proceso de transformación digital justo, prestando atención al diseño de todas las medidas necesarias para abordar el período de transición, para la generación de confianza en el futuro, garantizando la competitividad en los subsectores.

Los documentos emanados de instituciones y/o empresas vinculadas al sector turístico ponen de manifiesto la necesidad de incluir formación en competencias digitales en un contexto donde la conectividad de usuarios es una realidad contrastada. De hecho, las competencias digitales turísticas no son una mera adaptación de los procesos actuales a las nuevas tecnologías. Es mucho más que eso, conduce a introducir nuevas competencias absolutamente vinculadas a lo digital, y donde la actividad colaborativa horizontal, fortalezca la creación de vínculos bidireccionales entre proveedores y usuarios con el objeto de que las funciones y servicios fluyan y se enriquezcan.

Por ello, con fecha 23 de enero de 2024 se publica la Resolución de la Secretaría de Estado de Turismo, de fecha 29 de diciembre de 2023 (BOE n.º 20), por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo, de 29 de diciembre de 2023, por el que se fijan los criterios de distribución, así como el reparto resultante para las comunidades y ciudades autónomas, del crédito destinado a la línea de financiación para proyectos del Plan de Competencias Digitales en Turismo, por un importe total de 54 millones de euros, en el marco del Componente 19, Inversión 3 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

El Plan de Competencias Digitales para el sector turístico y los programas que lo implantarán contribuye a la consecución de los objetivos de la Decisión de Ejecución del Consejo (CID), relativa a la aprobación de la evaluación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

La inversión forma parte de la Medida 3 del Componente 19, cuyo objetivo es reforzar las competencias digitales de los trabajadores, apoyando la digitalización de las PYME mediante acciones dirigidas a sectores específicos de la economía y la formación de personas que puedan actuar como catalizadores del cambio. Uno de esos sectores específicos es el sector turístico, que es el objeto de este acuerdo.

El Componente 19 es un mecanismo que implanta el Plan de Recuperación, Transformación y

Resiliencia acordado entre el Gobierno de España y la Comisión. Este acuerdo lleva asociados compromisos nacionales de ejecución estrictos que han sido exigidos por la Comisión Europea y negociados por el Gobierno, así como requisitos para la aplicación de los fondos vinculados al principio de «no causar un perjuicio significativo», al régimen de ayudas de estado y a las disposiciones del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de febrero de 2021 por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia y el resto de normativa aplicable. El cumplimiento de estos compromisos es obligatorio, de forma que su incumplimiento puede conllevar la retirada de la financiación por parte de la Comisión Europea y la cancelación del programa.

La formación propuesta dará cobertura a las necesidades de cualificación y recualificación de las personas beneficiarias, para ello se da prioridad a sectores estratégicos recogidos en el Plan de Modernización de la Formación Profesional. En este sentido, el sector estratégico sobre el cual se establecerán todas las acciones formativas anteriormente recogidas en la propuesta de contenidos será el sector del Turismo.

Las acciones formativas a desarrollar son las siguientes:

TIPO DE CURSO	TÍTULO DEL CURSO
Nivel Básico	Promoción y venta de servicios turísticos online
Nivel Básico	Tecnologías que apoyan al sector de ventas y atención al cliente en turismo
Nivel Básico	Posicionamiento en buscadores para empresas turísticas
Nivel Básico	Competencias digitales en turismo
Nivel Intermedio	Digitalización y RRSS como estrategia corporativa en el sector turístico
Nivel Intermedio	Comercialización online de productos turísticos
Nivel Intermedio	Bases de datos de clientela en empresas turísticas: segmentación y explotación comercial
Nivel Intermedio	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial turística
Nivel Avanzado	Competencias digitales avanzadas en turismo II

En el **Anexo I** del presente Pliego se relacionan las unidades que componen cada curso anterior, sus objetivos y su contenido.

### 1.2. Objeto de la prestación.

A través de la presente licitación se pretende la contratación de una empresa que preste los servicios necesarios para llevar a cabo las acciones formativas detalladas en el punto anterior, encaminados a la consecución de los objetivos marcados en el convenio de colaboración entre la Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes, a través de la Dirección General de Turismo y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Badajoz con la finalidad de desarrollar y ejecutar las actuaciones formativas del programa “Competencias Digitales para el sector turístico en Extremadura” (en adelante el Programa), en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

### 1.3. Necesidades a satisfacer mediante el contrato.

El objetivo general de esta propuesta es promover el talento digital en Extremadura, con un enfoque

particular en las provincias de Badajoz y Cáceres. Este proyecto busca alinearse con los objetivos estratégicos de las Cámaras de Comercio, promoviendo y defendiendo los intereses generales del comercio, de la industria y los servicios, y en especial el sector del Turismo. Mediante la implementación de programas de reskilling y upskilling, se pretende incrementar el valor del talento de la región, mejorar la competitividad de Extremadura y contribuir a la creación de empleos de alta calidad en el sector del Turismo.

El proyecto establece objetivos específicos que responden a las necesidades del sector turístico en la región, promoviendo un impacto transformador a corto y largo plazo:

1. Capacitar a 168 participantes en competencias digitales aplicadas al sector turístico, asegurando que el conocimiento adquirido sea práctico y relevante.
2. Fortalecer la competitividad de las PYMEs turísticas mediante la incorporación de herramientas digitales en áreas como marketing online, gestión de clientes y análisis de datos.
3. Reducir la brecha digital en las zonas rurales de Extremadura, priorizando la formación también en áreas con menor acceso a recursos tecnológicos.
4. Fomentar la sostenibilidad y la innovación digital, asegurando que los procesos formativos y tecnológicos implementados respeten criterios de eficiencia y sostenibilidad.
5. Generar empleo de calidad y mejorar la empleabilidad de los trabajadores del sector mediante el desarrollo de competencias digitales alineadas con las demandas del mercado.

## 2. DURACIÓN.

El contrato tendrá un plazo de ejecución máxima desde el día siguiente al de la firma del documento en el que se formalice el mismo hasta el **30 de noviembre de 2025**, donde se incluye el período de justificación del programa, sin perjuicio de ampliación eventualmente, para el caso de que se concediera ampliación en el plazo de ejecución por parte del organismo concedente de la subvención, para la conclusión de los objetivos del Programa, sin que ello suponga superar el valor del contrato inicial.

## CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

### 3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.

#### 3.1. Condiciones generales.

Bajo la coordinación de la Cámara de Comercio de Badajoz, el adjudicatario será el responsable de proporcionar los medios humanos y materiales para la ejecución de las acciones formativas, así como de la captación de los destinatarios, que serán las pymes y trabajadores relacionados con el sector turístico, que, aún con conocimientos y competencias digitales adquiridas, necesitan una adaptación a nuevos hábitos y formas de trabajo, y siendo al **menos un mínimo de 168 las personas destinatarias de la formación**. Esta formación se realizará con la organización de los 9 cursos relacionados y con un número máximo de 20 asistentes por curso.

Todos los cursos tendrán una duración total de 150 horas, divididas en 100 Horas de formación

teórica y 50 horas de formación práctica a través del desarrollo, por parte del alumno, de un proyecto individual relacionado con las habilidades adquiridas en la formación y su aplicación práctica para el sector turístico.

**La modalidad de impartición de las formaciones será híbrida**, consistiendo en teleformación para la parte teórica del contenido y tutorizaciones presenciales para el seguimiento del proyecto individual que supondrá la parte práctica de la formación. Se implementarán mecanismos de seguimiento continuo para reducir al máximo la tasa de abandono y tratar de asegurar así que los alumnos completen el curso.

El **número máximo de alumnos por actuación** para asegurar el cumplimiento del hito marcado será de **20 alumnos**.

Dentro del presente Pliego quedan delimitadas las características exigidas a las prestaciones que la entidad adjudicataria realizará en el marco del presente contrato.

### 3.2. Metodología del Programa.

El programa estará diseñado bajo un enfoque flexible y práctico, combinando formación online y presencial para maximizar el impacto en los participantes:

#### 1. Modalidad híbrida:

- Formación online: Impartida a través de una plataforma, con recursos interactivos y materiales adicionales, numerosas actividades prácticas y el desarrollo de un proyecto individual por parte de los alumnos que favorecerá la puesta en práctica de todo lo aprendido.
- Formación presencial: Tutorizaciones presenciales para hacer seguimiento del proyecto individual de los alumnos garantizando así la correcta aplicación de los conocimientos adquiridos.

2. Estructura modular: Los contenidos estarán organizados en tres niveles (básico, medio y avanzado), permitiendo a los participantes avanzar progresivamente según su perfil profesional, necesidades e intereses.

3. Evaluación continua: El progreso de los participantes se medirá mediante evaluaciones y ejercicios prácticos, incluyendo la elaboración de un proyecto final relativo al curso desarrollado. De esta forma se asegura la adquisición de competencias clave.

### 3.3. Condiciones para la prestación del servicio.

En definitiva, se trata de desarrollar hasta el 30 de noviembre de 2025, actuaciones para formar en competencias digitales a trabajadores y pymes relacionados con el sector turístico un número mínimo de personas destinatarias de la formación de **168**, organizados en 9 cursos, todos ellos a ejecutar, con un número máximo de 20 asistentes por curso.

En total son 9 cursos de 150 horas cada uno.

El adjudicatario accederá a las localizaciones con sus medios en tiempo y forma.

La formación será gratuita para los participantes.

El adjudicatario contará con su propia plataforma de formación on-line, donde estarán integrados los módulos formativos, y a la que dará acceso a los participantes en este programa. La plataforma deberá facilitar la formación con su operativa y funcionalidades: navegación intuitiva, fácil acceso a contenido, interacción, material extra, autoevaluación, etc.

El adjudicatario es responsable de la realización de las actuaciones de información a la ciudadanía para la obtención de los resultados requeridos y desarrollará las campañas y acciones para maximizar el número de solicitudes de participación. Habilitará a tales efectos un procedimiento on line que permita la correcta gestión de las mismas.

Consecuentemente, el adjudicatario es responsable de la adjudicación de plazas de formación a los solicitantes, de identificar a los participantes con un identificador único y de darles acceso a la plataforma on-line, de otorgar la formación de forma efectiva y de acreditar la adquisición de las competencias digitales de los participantes. En este punto, el adjudicatario deberá recopilar toda la información necesaria para confeccionar los siguientes documentos:

- Memoria final de actuación en la que se deberá incluir la relación de todas las actuaciones realizadas con una valoración sobre su ejecución y sus resultados y que contendrá la siguiente información:
  - Código de la actividad formativa.
  - Nombre de la actividad.
  - Descripción y contenido detallado.
  - Localidad de impartición.
  - Duración en horas total.
  - Horas en la modalidad presencial.
  - Horas en la modalidad online.
  - Fecha de inicio.
  - Fecha de fin.
  - Formador o formadores que imparten la actividad.
- Memoria documental. Memoria que contendrá la totalidad de la documentación utilizada para la impartición de las actividades. Para cada actividad del listado anterior se incluirá en esta memoria toda la documentación de apoyo utilizada por los formadores (manuales, guías, presentaciones, enlaces a contenidos web o multimedia, etc.)
- Memoria de asistencia. Memoria que contendrá la totalidad de los partes de firma o pruebas de asistencia por parte de los ciudadanos a las actividades formativas.
- Memoria de difusión. Memoria que debe contener el detalle de las actuaciones de difusión y divulgación llevadas a cabo. Se incluirán las fechas de realización, duración, medios de difusión empleados, dossier fotográfico de los eventos, etc.

El adjudicatario contará con un sistema de alarmas que evalúen los riesgos de incumplimiento de HITOS, poniendo en marcha, en su caso, planes de contingencia correctivos.

El adjudicatario verificará y evaluará el correcto desempeño de los participantes entregando, en su caso, un diploma que acredite tal extremo donde consten los datos del itinerario realizado y la identificación de la persona formada.

### **3.4. Hitos y fases de desarrollo del Plan Formativo.**

El desarrollo del plan formativo estará estructurado en fases, garantizando una ejecución ordenada y eficiente:

#### **1. Fase de preparación:**

- Diseño de los contenidos adaptados al sector turístico de Badajoz.
- Configuración de la plataforma Moodle para el registro y seguimiento de los participantes.

#### **2. Fase de difusión y captación:**

- Campañas informativas dirigidas a empresas turísticas y trabajadores autónomos.
- Publicidad en redes sociales, reparto de flyers publicitarios, campañas de envío de Newsletter/emailing, participación en Ferias y organización de algún evento de lanzamiento organizado por la Cámara de Comercio.

#### **3. Fase de ejecución:**

- Impartición de módulos online y tutorizaciones presenciales.
- Monitorización continua por parte de tutores especializados para garantizar el progreso de los participantes.

#### **4. Fase de evaluación y certificación:**

- Evaluación de las competencias adquiridas mediante pruebas prácticas y proyectos individuales aplicados al sector turístico.
- Entrega de certificados avalados por la Cámara de Comercio y alineados con el marco DigComp 2.2.

## **CAPÍTULO III. CUESTIONES ADICIONALES**

### **4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.**

Para el control y seguimiento de los servicios contratados, la Cámara de Badajoz podrá establecer las instrucciones y orientaciones que estime pertinentes para la correcta realización del objeto del contrato, y convocar cuantas reuniones técnicas y de seguimiento sean necesarias para su correcto desarrollo.

A tales efectos la Cámara de Badajoz designará a un responsable del contrato encargado, entre otras cosas, de velar por la ejecución de los servicios solicitados y ofertados por el adjudicatario en su totalidad, así como por la calidad de los mismos.

El adjudicatario designará un responsable del servicio como principal interlocutor de la Cámara de Badajoz para el seguimiento, control y evaluación continua de los servicios prestados, y con competencias para la resolución de cualquier tipo de disputa o discrepancia en la prestación del servicio.

El responsable del servicio por parte del adjudicatario asistirá a cuantas reuniones puedan ser fijadas por la Cámara de Badajoz para el seguimiento, control y evaluación de los servicios prestados.

## **5. PUBLICIDAD INSTITUCIONAL.**

La publicidad referida al Programa objeto del contrato deberá encontrarse debidamente identificada de conformidad con las obligaciones que en materia de información, comunicación y publicidad determine la normativa interna y de la Unión Europea para el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, quedando obligada la entidad adjudicataria de esta forma a hacer mención del origen de esta financiación, en toda información, comunicación y difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato (carteles informativos, placas, publicaciones impresas y electrónicas, material audiovisual, páginas web, anuncio e inserciones en prensa, certificados, etc.), así como en cualquier tipo de material didáctico, velando por darle visibilidad y a hacer constar el logotipo oficial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia además del emblema de la Unión Europea acompañado del texto “Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU” y la Cámara de Badajoz.

Además, todos los materiales, imágenes y documentación utilizados evitarán cualquier imagen discriminatoria y estereotipos sexistas y deberán fomentar valores de igualdad, pluralidad de roles y corresponsabilidad entre mujeres y hombres.

## **6. COMPROMISO DE NO CAUSAR DAÑO SIGNIFICATIVO AL MEDIO AMBIENTE.**

La entidad adjudicataria deberá garantizar el pleno cumplimiento del principio de «no causar perjuicio significativo» (principio «do no significant harm–DNSH»), de acuerdo con lo previsto en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, en la Decisión de Ejecución del Consejo relativa a la aprobación de la evaluación del plan de recuperación y resiliencia de España (Council Implementing Decision–CID) y en el Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021 y su normativa de desarrollo, en todas las fases de ejecución del programa. Asimismo, la adjudicataria establecerá mecanismos de verificación del cumplimiento del principio de «no causar perjuicio significativo» (principio «do no significant harm–DNSH») y medidas correctoras para asegurar su implementación, de lo que dejarán constancia en la Memoria o Informe Final.

## **7. ARCHIVO Y CUSTODIA DE LA INFORMACIÓN.**

A efectos de cumplir con las actuaciones de comprobación y de conformidad con lo establecido en el artículo 22.2.f) del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, y en el artículo 132 del Reglamento (UE,Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio de 2018 («Reglamento financiero»), la entidad adjudicataria,

como perceptora final de los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, deberá conservar los documentos justificativos, los datos estadísticos y demás documentación concerniente a la financiación, así como los registros y documentos, en formato electrónico y por un periodo de cinco años a partir de la operación.

## **8. CONFIDENCIALIDAD Y DEBER DE SIGILO. DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.**

La entidad adjudicataria y el personal encargado de la realización de tareas propias de la adjudicación, guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, estando obligados a no hacer públicos o enajenar cuantos datos conozcan como consecuencia o con ocasión de su ejecución, incluso después de finalizar el plazo contractual.

El resultado de las tareas realizadas a lo largo del contrato, así como el soporte utilizado (papel, fichas, etc.) serán propiedad de la Cámara.

La información y documentación obtenidas por la entidad adjudicataria con ocasión de la ejecución del contrato, que son propiedad de la Cámara, deberán ser diligentemente conservadas por la entidad adjudicataria desde que las reciba y sólo podrán ser utilizadas a los meros efectos del cumplimiento del contrato, quedando prohibidos cualquier otro uso, la conservación de copias y la cesión, total o parcial, a terceros.

Si la entidad adjudicataria aporta equipos informáticos una vez finalizadas las tareas y antes de retirar dichos equipos, deberá borrar toda información utilizada, o derivada de la ejecución del contrato. De la misma manera, deberá borrar la información de los equipos utilizados para la ejecución del contrato. La destrucción, en su caso, de la documentación de apoyo que no se considere indispensable se realizará en máquina destructora de papel o cualquier otro medio que garantice su ilegibilidad, en el lugar donde se realicen los trabajos.

La entidad adjudicataria se compromete a no dar información y datos proporcionados por la Cámara para cualquier uso no previsto en el presente pliego. En particular, no proporcionará sin autorización expresa de Cámara, copia de los documentos o datos a terceros.

La entidad adjudicataria seleccionada declarará documentalmente que se responsabiliza de que el tratamiento de datos de carácter personal que se pueda realizar se hará con absoluto respeto de las normas de seguridad, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento 2016/679 (UE) general de protección de datos personales, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y demás normativa de aplicación en vigor en materia de protección de datos y será, asimismo, de aplicación la Disposición adicional vigésimo quinta de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. En caso de incumplimiento de lo estipulado, la entidad contratante y el personal asignado al proyecto serán responsables de las infracciones que deriven de él.

Los datos personales que la persona licitante o la persona adjudicataria facilite para la participación en el presente procedimiento de contratación y, en su caso, para el adecuado desarrollo del contrato, serán tratados, en su condición de responsable, por la persona titular de la Cámara.

La legitimación para el tratamiento de los datos es el cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de poder públicos conferidos al responsable del tratamiento, y conforme a la LCSP.

Los datos personales proporcionados por el licitante o adjudicatario serán tratados con la finalidad de llevar a cabo la tramitación general de la contratación y el desarrollo de las prestaciones derivadas de la misma, por lo que se conservarán mientras sean necesarios para dichas finalidades y, en todo caso, durante los plazos establecidos por la legislación vigente.

## 9. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL.

Todos los datos e información manejados por el adjudicatario a causa del desarrollo de su actividad, incluyendo los soportes físicos o digitales que utilice y en los que deposite la información relacionada con los servicios objeto del presente contrato, serán propiedad del órgano contratante, sin que el adjudicatario pueda conservar copia o utilizarlos con fin distinto al que figura en el presente contrato. La Cámara se reserva todas las facultades inherentes a este derecho, pudiendo reproducirlos, publicarlos o divulgarlos parcialmente o en su totalidad, en la medida que le sea conveniente y adecuado, sin que pueda oponerse por ello la empresa adjudicataria alegando derechos de autor.

El adjudicatario no podrá hacer uso del nombre, marca o logotipos facilitados por la administración contratante fuera del cumplimiento de las obligaciones dimanantes del presente contrato, ni de las circunstancias y para los fines expresamente pactados en este, ni una vez terminada la vigencia del contrato.

Badajoz, 28 de febrero de 2025.

Fdo.: Fructuoso Delgado Viñals. Secretario General.

## ANEXO I

### ACCIONES FORMATIVAS

#### 1. PROMOCIÓN Y VENTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS ONLINE.

##### Objetivo general

Dotar a los participantes de las competencias digitales necesarias para la promoción, comunicación y venta eficaz de servicios turísticos en entornos digitales.

##### Objetivos específicos

- Introducir conceptos básicos de alfabetización digital para la gestión eficiente de datos turísticos.
- Capacitar en el uso de herramientas digitales para crear y promocionar contenido turístico en línea.
- Fortalecer habilidades de comunicación y colaboración digital con clientes turísticos.
- Desarrollar habilidades interpersonales clave para la venta de servicios turísticos digitales.
- Formar en técnicas específicas de atención al cliente adaptadas al entorno turístico digital.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en un proyecto final práctico de promoción turística digital.

##### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Resolución de problemas en reservas, cancelaciones y cambios *online*.
- Personalización de servicios turísticos según las necesidades del cliente.
- Uso de canales digitales para mejorar la experiencia del turista.

##### Unidades

**Unidad 1.** Introducción a la alfabetización digital y gestión de datos turísticos (10 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar información.

**Contenido:** conceptos básicos de búsqueda de información, evaluación de fuentes y organización de datos turísticos en entornos digitales.

**Unidad 2.** Herramientas digitales para la promoción de servicios turísticos (25 horas).

**Área:** creación de contenidos digitales.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos; *copyright* y licencias.

**Contenido:** uso de plataformas digitales para crear campañas promocionales y respetar derechos de autor.

**Unidad 3.** Comunicación eficaz en línea con clientes turísticos (25 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; intercambiar información y contenidos; etiqueta electrónica.

**Contenido:** estrategias de comunicación digital para atención al cliente y uso de herramientas de interacción.

#### **Unidad 4.** Habilidades de comunicación efectiva en ventas digitales (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; etiqueta electrónica.

**Contenido:** técnicas de negociación, empatía digital y comunicación persuasiva en ventas.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Comunicación efectiva para la venta de experiencias turísticas.
- Adaptación del discurso comercial según el perfil del turista (nacional/internacional).
- Técnicas de persuasión para destacar servicios turísticos frente a la competencia.

#### **Unidad 5.** Técnicas de atención al cliente en turismo digital (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración; resolución de problemas.

**Competencias:** participar en la ciudadanía digital; resolver problemas técnicos.

**Contenido:** gestión de consultas y resolución de problemas comunes en la atención al cliente *online*.

#### **Unidad 6.** Proyecto final: diseño de una campaña de promoción turística digital (50 horas).

**Área:** creación de contenidos digitales, resolución de problemas.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Diseño y desarrollo de una campaña de promoción digital para un destino o servicio turístico.
- Creación de materiales promocionales optimizados para web y redes sociales.
- Uso de herramientas digitales para evaluar la efectividad de la campaña.

## 2. TECNOLOGÍAS QUE APOYAN AL SECTOR DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN TURISMO.

### Objetivo general

Capacitar a los participantes en el uso de herramientas digitales y el desarrollo de competencias necesarias para optimizar la atención al cliente y la gestión de ventas en el sector turístico, promoviendo la colaboración y la comunicación efectiva en entornos digitales.

### Objetivos específicos

- Comprender los conceptos fundamentales de alfabetización digital aplicados al sector turístico.
- Desarrollar habilidades para la navegación, búsqueda y evaluación de información relevante para ventas en turismo.
- Capacitar en el uso de plataformas digitales para la atención al cliente y la gestión de la identidad digital.
- Promover el aprendizaje de normas de etiqueta digital y técnicas de colaboración en entornos virtuales.
- Fortalecer habilidades blandas clave como liderazgo y resolución de conflictos en la gestión de equipos de turismo.
- Aplicar herramientas digitales específicas para personalizar la atención al cliente y mejorar tiempos de respuesta.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Implementación de chatbots y CRM en hoteles y agencias.
- Uso de plataformas digitales para gestionar reservas y quejas.
- Automatización de respuestas para mejorar tiempos de atención.

### Unidades

**Unidad 1.** Navegación y búsqueda de información para ventas turísticas (10 horas).

**Área:** información y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar la información.

**Contenido:** técnicas de búsqueda de datos útiles para ventas en entornos digitales.

**Unidad 2.** Plataformas digitales para atención al cliente en turismo (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; gestionar la identidad digital.

**Contenido:** uso de plataformas de CRM y herramientas de atención al cliente digital.

**Unidad 3.** Colaboración y etiqueta digital en la atención turística (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** colaborar a través de canales digitales; etiqueta electrónica.

**Contenido:** normas de etiqueta digital y dinámicas de colaboración en entornos virtuales.

**Unidad 4.** Habilidades de gestión de equipos y liderazgo en turismo digital (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** colaborar a través de las tecnologías.

**Contenido:** gestión de equipos, resolución de conflictos y liderazgo efectivo en el sector.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Liderazgo en equipos de atención al cliente en hoteles, agencias de viaje y destinos turísticos.
- Resolución de conflictos en la interacción con clientes internacionales o interculturales.
- Motivación y gestión de equipos orientados a la mejora de la experiencia del cliente.

**Unidad 5.** Herramientas digitales para la atención al cliente turístico (30 horas).

**Área:** comunicación y colaboración, resolución de problemas.

**Competencias:** interactuar a través de las tecnologías; resolver problemas técnicos.

**Contenido:** personalización de servicios mediante herramientas digitales y manejo de situaciones críticas.

**Unidad 6.** Proyecto final: implementación de un sistema digital de atención al cliente (50 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de las tecnologías; colaborar a través de canales digitales; gestionar la identidad digital.

**Contenido:**

- Creación de un prototipo de sistema de atención al cliente utilizando herramientas digitales (CRM, chatbots, etc.).
- Definición de protocolos de comunicación y gestión de identidad digital.
- Simulación de interacciones con clientes en un entorno digital.

### 3. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES PARA EMPRESAS TURÍSTICAS.

#### Objetivo general

Dotar a los participantes de los conocimientos y habilidades necesarias para implementar estrategias de posicionamiento en buscadores (SEO) orientadas a empresas turísticas, mejorando su visibilidad online y atrayendo más clientes potenciales.

#### Objetivos específicos

- Comprender los principios básicos del SEO y su aplicación al sector turístico.
- Desarrollar habilidades para el análisis de métricas y uso de herramientas SEO específicas.
- Capacitar en la creación y optimización de contenidos digitales adaptados a estrategias SEO.
- Fomentar el desarrollo de habilidades analíticas y de toma de decisiones basadas en datos relacionados con el comportamiento del usuario y tendencias del mercado turístico.
- Aplicar estrategias específicas de SEO para mejorar el posicionamiento de páginas web de empresas turísticas.

#### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Identificación de palabras clave relevantes para promocionar destinos.
- Optimización de páginas web de hoteles, restaurantes y actividades turísticas.
- Medición de resultados para incrementar la visibilidad en buscadores.

#### Unidades

**Unidad 1.** Principios básicos del SEO en el sector turístico (10 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** fundamentos del SEO y su aplicación en el sector turístico.

**Unidad 2.** Uso de herramientas de análisis para posicionamiento web (20 horas).

**Área:** información y alfabetización de datos.

**Competencias:** evaluar la información; navegar, buscar y filtrar información.

**Contenido:** análisis de métricas y herramientas SEO.

**Unidad 3.** Creación de contenidos digitales optimizados para SEO (20 horas).

**Área:** creación de contenidos digitales.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos.

**Contenido:** estrategias para redactar y optimizar contenidos turísticos.

**Unidad 4.** Habilidades de análisis y toma de decisiones basadas en datos (30 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** resolver problemas técnicos.

**Contenido:** interpretación de datos para la mejora de estrategias SEO.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Análisis de tendencias turísticas para mejorar la visibilidad en buscadores.
- Toma de decisiones sobre palabras clave relevantes para destinos o actividades turísticas.
- Interpretación de datos de comportamiento de usuarios turísticos *online*.

**Unidad 5.** Estrategias SEO para el sector turístico (20 horas).

**Área:** información y alfabetización de datos; resolución de problemas.

**Competencias:** Almacenar y recuperar la información, usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** aplicación de SEO específico para mercados turísticos.

**Unidad 6.** Proyecto final: optimización SEO de una página web turística (50 horas).

**Área:** información y alfabetización de datos, resolución de problemas.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar información; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Identificación de palabras clave relevantes para el sector turístico.
- Optimización del contenido y la estructura de una página web.
- Evaluación del posicionamiento mediante herramientas de análisis SEO.

## 4. COMPETENCIAS DIGITALES EN TURISMO.

### Objetivo general

Proporcionar a los participantes las competencias digitales esenciales para la digitalización en el sector turístico, abarcando aspectos clave como la seguridad en el uso de tecnologías, la creación de contenidos digitales, la colaboración en entornos digitales, y la integración de prácticas sostenibles y la economía circular en el turismo. Además, se busca desarrollar la capacidad de los participantes para diseñar estrategias digitales adaptadas a las necesidades de las empresas turísticas.

### Objetivos específicos

- Identificar y desarrollar competencias digitales esenciales para la digitalización en el sector turístico, incluyendo el uso creativo de las tecnologías clave.
- Aplicar buenas prácticas de seguridad digital en el ámbito turístico, protegiendo dispositivos, datos personales y la salud de los usuarios.
- Fomentar habilidades de trabajo en equipo y gestión del tiempo en entornos digitales, utilizando herramientas colaborativas efectivas para la organización y comunicación en equipos turísticos.
- Desarrollar contenidos digitales atractivos adaptados al sector turístico, utilizando técnicas de creación y reelaboración de contenidos para la promoción de servicios turísticos.
- Integrar prácticas de sostenibilidad digital en el ámbito turístico, aplicando la economía circular y la reducción de residuos en destinos turísticos y alojamientos.
- Diseñar una estrategia de digitalización para una empresa turística, realizando un diagnóstico, proponiendo herramientas digitales adecuadas y presentando un plan de implementación con los beneficios esperados.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Aplicación de prácticas sostenibles en destinos turísticos.
- Reducción de residuos y optimización de recursos en alojamientos turísticos.
- Integración de tecnologías digitales para medir el impacto ambiental.

### Unidades

**Unidad 1.** Competencias esenciales para la digitalización en turismo (15 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar carencias de competencias digitales; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** introducción a herramientas digitales clave y su impacto en el sector turístico.

**Unidad 2.** Uso seguro de tecnologías digitales en el ámbito turístico (15 horas)

**Área:** seguridad.

**Competencias:** proteger dispositivos; proteger datos personales; proteger la salud.

**Contenido:** buenas prácticas para la protección de datos y seguridad en línea.

### **Unidad 3.** Trabajo en equipo y gestión del tiempo en entornos digitales (30 horas)

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** colaborar a través de canales digitales; etiqueta electrónica.

**Contenido:** organización del trabajo en equipo, comunicación efectiva y uso de herramientas colaborativas.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Coordinación de equipos que gestionan reservas, atención *online* y campañas turísticas.
- Gestión eficiente de tiempos en actividades estacionales o picos de demanda turística.
- Uso de herramientas digitales para la planificación de servicios turísticos.

### **Unidad 4.** Desarrollo de contenidos básicos para la promoción digital (15 horas)

**Área:** creación de contenidos digitales.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos.

**Contenido:** técnicas para crear contenido atractivo adaptado al turismo.

### **Unidad 5.** Economía circular en el sector turístico (20 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** prácticas de sostenibilidad digital aplicadas al turismo.

### **Unidad 6.** Proyecto final: desarrollo de una estrategia de digitalización para una empresa turística (50 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; resolver problemas técnicos; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Diagnóstico del nivel de digitalización de una empresa ficticia.
- Propuesta de herramientas y estrategias digitales adaptadas al contexto.
- Presentación de un plan de implementación con beneficios esperados.

## 5. DIGITALIZACIÓN Y RRSS COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO.

### Objetivo general

Proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para implementar estrategias digitales y utilizar las redes sociales como herramienta clave para la promoción y gestión de empresas turísticas, mediante el uso efectivo de herramientas de comercio electrónico, administración electrónica y *marketing* digital, con un enfoque en la seguridad, la comunicación y la colaboración digital.

### Objetivos específicos

- Conocer las diferencias entre comercio electrónico y tradicional.
- Realizar trámites y comunicaciones seguras con administraciones públicas.
- Utilizar tecnologías digitales para la gestión empresarial y la resolución de problemas.
- Diseñar planes de *marketing* digital para empresas turísticas.
- Aplicar herramientas de *marketing* digital, como *email* y redes sociales.
- Gestionar transacciones electrónicas de forma segura.

### Unidades

#### Unidad 1. E-COMMERCE (30 horas)

- Conocimiento del comercio electrónico y sus singularidades respecto al comercio tradicional.

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar información.

- Manejo de normativa que garantiza la seguridad de las transacciones.

**Área:** seguridad.

**Competencias:** proteger datos personales; proteger dispositivos.

- Gestión segura de transacciones

**Área:** seguridad.

**Competencias:** proteger datos personales.

#### Unidad 2. ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA (30 horas)

- Manejo seguro de intercambio de información y gestión de trámites con las administraciones públicas.

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; colaborar a través de canales digitales.

- Las nuevas relaciones con la administración.

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** usar tecnología de forma creativa.

- Trámites *online*.

**Área:** seguridad, resolución de problemas.

**Competencias:** proteger dispositivos; resolver problemas técnicos.

- Conocimiento de los sistemas de identificación a través de Internet.

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** gestionar la identidad digital.

- Autonomía en el desempeño comercial y empresarial.

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar carencias de competencias digitales; usar tecnología de forma creativa.

### Unidad 3. *EMAIL MARKETING* (40 horas)

- Diseño, creación y gestión de un plan de *Marketing*.

**Área:** creación de contenidos digitales.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Habilidades de comunicación y liderazgo para coordinar la creación de planes de *marketing* en equipos de empresas turísticas.

- Gestión del tiempo y organización de tareas en proyectos de *marketing* turístico.

- Diseño de estrategias para captar clientes mediante mensajes claros y persuasivos enfocados en servicios turísticos.

- Manejo y utilización del *Marketing* digital en la gestión comercial de empresas turísticas.

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías.

- Aplicación de herramientas digitales de *marketing* (ej.: *email marketing* y redes sociales) para promocionar destinos turísticos.

- Segmentación de clientes turísticos y personalización de mensajes promocionales.

- Análisis de métricas digitales para evaluar el éxito de campañas comerciales en el sector turístico.

- Investigación comercial y de mercados.

**Área:** informatización y alfabetización de datos, resolución de problemas.

**Competencias:** evaluar información; usar tecnología de forma creativa.

- Introducción al *Neuromarketing*

**Área:** informatización y alfabetización de datos, resolución de problemas.

**Competencias:** desarrollar contenidos; resolver problemas técnicos.

- Venta a través de *Social Media Marketing*.

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías.

#### Unidad 4. PROYECTO FINAL (50 horas)

Diseño de una campaña en redes sociales para captar clientes turísticos (50 horas).

**Área:** comunicación y colaboración, resolución de problemas.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; usar tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Diseño de una campaña que combine redes sociales y anuncios digitales.
- Creación de materiales promocionales y programación de las acciones en cada red social.

## 6. COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

### Objetivo general

Brindar a los participantes las competencias necesarias para la comercialización *online* de productos turísticos, mediante el uso de herramientas digitales, plataformas de reserva, análisis de datos y estrategias de negociación en el entorno digital, con el fin de optimizar la gestión y promoción de productos turísticos a través de canales electrónicos.

### Objetivos específicos

- Comprender los modelos de *e-commerce* y *marketplaces* específicos del sector turístico, identificando las necesidades tecnológicas para aplicar en la comercialización *online* de productos turísticos.
- Aprender a utilizar plataformas de reserva y *marketplaces* para la gestión y promoción de productos turísticos, desarrollando estrategias de optimización para mejorar la visibilidad y las ventas en plataformas digitales.
- Aplicar herramientas de análisis de datos para segmentar mercados y desarrollar estrategias de comercialización efectivas, evaluando y gestionando la información obtenida de los datos de comportamiento del consumidor para la toma de decisiones.
- Desarrollar habilidades de negociación digital para gestionar acuerdos con proveedores de servicios turísticos y construir relaciones comerciales efectivas, aplicando técnicas de resolución de conflictos y estableciendo alianzas estratégicas en el entorno digital del turismo.
- Utilizar herramientas digitales y plataformas específicas para la promoción de productos turísticos, implementando estrategias de automatización de promociones y análisis de datos de comportamiento de compra turística para mejorar las ventas.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Uso de plataformas de reserva y *marketplaces* para gestionar productos turísticos.
- Automatización de promociones y descuentos estacionales.
- Análisis de datos de comportamiento de compra turística.

### Unidades

**Unidad 1.** Modelos digitales para la comercialización turística (15 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** introducción a modelos de *e-commerce* y *marketplaces* específicos del sector turístico.

**Unidad 2.** Uso de *marketplaces* y plataformas de reserva (15 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar la información.

**Contenido:** utilización de plataformas de reserva y estrategias de optimización.

**Unidad 3.** Análisis de datos para estrategias de comercialización (15 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** evaluar la información; almacenar y recuperar la información.

**Contenido:** herramientas de análisis de datos y su aplicación para la segmentación de mercados.

**Unidad 4.** Negociación digital en mercados turísticos (15 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de las tecnologías; etiqueta electrónica.

**Contenido:** habilidades para negociar acuerdos digitales y construir relaciones comerciales efectivas.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Negociación con proveedores de servicios turísticos (hoteles, operadores locales, agencias).
- Resolución de conflictos en acuerdos comerciales digitales.
- Establecimiento de alianzas estratégicas en el sector turístico digital.

**Unidad 5.** Herramientas digitales para comercialización turística (40 horas).

**Área:** creación de contenidos digitales.

**Competencias:** desarrollar contenidos; integrar y reelaborar contenidos.

**Contenido:** plataformas específicas y estrategias personalizadas para la promoción de productos turísticos.

**Unidad 6.** Proyecto final: creación de una tienda virtual para productos turísticos (50 horas).

**Área:** creación de contenidos digitales, resolución de problemas.

**Competencias:** desarrollar contenidos; usar tecnología de forma creativa; resolver problemas técnicos.

**Contenido:**

- Configuración de una tienda virtual en una plataforma de *e-commerce*.
- Creación de descripciones optimizadas para los productos.
- Simulación de procesos de compra y evaluación de la experiencia del cliente.

## 7. BASES DE DATOS DE CLIENTELA EN EMPRESAS TURÍSTICAS: SEGMENTACIÓN Y EXPLOTACIÓN COMERCIAL.

### Objetivo general

Brindar a los participantes los conocimientos y las competencias necesarias para gestionar bases de datos de clientes en empresas turísticas, con el fin de segmentar el mercado y aplicar estrategias comerciales efectivas que permitan optimizar la fidelización de clientes y mejorar la experiencia turística mediante el uso de la tecnología y el análisis de datos.

### Objetivos específicos

- Comprender los principios básicos de las bases de datos y su aplicación en el sector turístico, desarrollando habilidades para la búsqueda, filtrado y evaluación de información relevante.
- Adquirir competencias avanzadas en la segmentación de mercados turísticos y análisis de perfiles digitales, utilizando técnicas de segmentación basadas en el comportamiento digital de los clientes.
- Desarrollar habilidades de resolución de conflictos con clientes, aplicando empatía y estrategias de gestión de reclamaciones y crisis dentro del contexto turístico, y aprendiendo a interactuar de forma efectiva con clientes de diversas nacionalidades.
- Garantizar la seguridad y privacidad en el manejo de datos, cumpliendo con las normativas de protección de datos personales y manteniendo la seguridad en los dispositivos y plataformas utilizadas en la gestión de bases de datos turísticas.
- Aplicar estrategias de segmentación en empresas turísticas para identificar las necesidades de los clientes, crear perfiles personalizados y predecir tendencias turísticas mediante el uso de bases de datos.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Segmentación de clientes según preferencias de viaje y comportamiento.
- Creación de perfiles de clientes para diseñar experiencias personalizadas.
- Uso de bases de datos para predecir tendencias turísticas.

### Unidades

**Unidad 1.** Introducción a la gestión de bases de datos para turismo (20 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar la información.

**Contenido:** principios básicos de bases de datos y su aplicación en el sector turístico.

**Unidad 2.** Segmentación de mercados y análisis de perfiles digitales (15 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar la información.

**Contenido:** técnicas avanzadas de segmentación y análisis de comportamiento digital.

### **Unidad 3.** Habilidades de resolución de conflictos con clientes (15 horas).

**Área:** resolución de problemas; comunicación y colaboración.

**Competencias:** resolver problemas técnicos; interactuar a través de las tecnologías.

**Contenido:** gestión de reclamaciones, empatía digital y resolución efectiva de conflictos.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Resolución de quejas y reclamaciones de turistas de diversas nacionalidades.
- Desarrollo de empatía en situaciones críticas en hoteles, restaurantes o agencias de viajes.
- Gestión efectiva de crisis relacionadas con servicios turísticos.

### **Unidad 4.** Seguridad y privacidad en el manejo de datos (20 horas).

**Área:** seguridad.

**Competencias:** proteger datos personales; proteger dispositivos.

**Contenido:** cumplimiento de normativas de privacidad y manejo seguro de datos.

### **Unidad 5.** Estrategias de segmentación para empresas turísticas (30 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar tecnología de forma creativa.

**Contenido:** implementación de estrategias basadas en datos para fidelización de clientes.

### **Unidad 6.** Proyecto final: desarrollo de un sistema de segmentación de clientes turísticos (50 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos, resolución de problemas.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar la información; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Creación de una base de datos con información ficticia de clientes.
- Segmentación de los clientes según criterios definidos.
- Propuesta de estrategias comerciales personalizadas basadas en el análisis de datos.

## 8. GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL TURÍSTICA.

### Objetivo general

Capacitar a los participantes en la gestión de ventas, *marketing* directo y el uso de redes sociales en la gestión comercial turística, mediante el desarrollo de habilidades digitales y estrategias avanzadas para la promoción de productos y servicios turísticos. Esto incluye la creación de campañas multicanal, el liderazgo en proyectos de *marketing* turístico, y el uso de herramientas de análisis para optimizar las estrategias comerciales en el sector turístico.

### Objetivos específicos

- Diseñar y ejecutar campañas digitales de *marketing* directo dirigidas a públicos específicos en el sector turístico, utilizando tecnologías de comunicación y colaboración.
- Desarrollar estrategias avanzadas de venta a través de redes sociales y comunidades digitales para potenciar las ventas de productos turísticos, aplicando etiqueta electrónica y habilidades interactivas.
- Fortalecer las *soft skills* relacionadas con el liderazgo en proyectos de *marketing* turístico, gestionando equipos de trabajo, delegando tareas y liderando campañas de promoción para destinos y servicios turísticos.
- Monitorear y analizar los resultados de campañas digitales, utilizando herramientas de análisis de datos para evaluar el impacto de las estrategias de *marketing* y optimizar las acciones de venta en el ámbito turístico.
- Aplicar técnicas avanzadas de *marketing* directo para la captación y fidelización de clientes turísticos, utilizando estrategias como el *email marketing*, *retargeting* y la personalización de mensajes según el público objetivo.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Uso de *email marketing* para promocionar destinos y paquetes turísticos.
- Creación de estrategias de *retargeting* para recuperar clientes potenciales.
- Diseño de mensajes adaptados a diferentes públicos turísticos.

### Unidades

**Unidad 1.** Estrategias digitales de *marketing* directo en turismo (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de las tecnologías; intercambiar información y contenidos.

**Contenido:** diseño y ejecución de campañas digitales dirigidas a públicos específicos.

**Unidad 2.** Uso de redes sociales para potenciar ventas (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de las tecnologías; etiqueta electrónica.

**Contenido:** estrategias avanzadas de venta a través de redes sociales y comunidades digitales.

**Unidad 3.** Liderazgo en proyectos de *marketing* turístico (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; intercambiar información y contenidos.

**Contenido:** gestión de equipos de *marketing*, delegación de tareas y liderazgo efectivo.

*Soft Skills* relacionadas con el turismo:

- Liderazgo en la implementación de campañas de promoción para destinos y servicios turísticos.
- Gestión de equipos de marketing especializados en turismo.
- Delegación de tareas en proyectos multicanal turísticos.

**Unidad 4.** Monitorización y análisis de resultados digitales (20 horas).

**Área:** informatización y alfabetización de datos.

**Competencias:** navegar, buscar y filtrar información; evaluar información.

**Contenido:** uso de herramientas de análisis para evaluar el impacto de campañas y optimizar estrategias.

**Unidad 5.** *Marketing* directo para la captación de clientes turísticos (20 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** resolver problemas técnicos; identificar necesidades tecnológicas.

**Contenido:** técnicas avanzadas de *marketing* y estrategias de personalización para captar y fidelizar clientes.

**Unidad 6.** Proyecto final: diseño de una campaña multicanal para captar clientes turísticos (50 horas).

**Área:** comunicación y colaboración, resolución de problemas.

**Competencias:** interactuar a través de tecnologías; usar tecnología de forma creativa.

**Contenido:**

- Diseño de una campaña que combine *email marketing*, redes sociales y anuncios digitales.
- Creación de materiales promocionales y programación de las acciones en cada canal.
- Análisis de métricas y optimización de la campaña.

## 9. COMPETENCIAS DIGITALES AVANZADAS EN TURISMO II.

### Objetivo general

Proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para implementar tecnologías emergentes y digitales en el sector turístico, con el fin de optimizar la gestión y la experiencia de los turistas, fomentar la innovación y asegurar la sostenibilidad del destino turístico mediante el uso de herramientas avanzadas en el ámbito de la transformación digital.

### Objetivos específicos

- Identificar necesidades tecnológicas y aplicar soluciones innovadoras basadas en tecnologías emergentes como inteligencia artificial, *blockchain* y *big data* para el sector turístico.
- Desarrollar habilidades creativas para diseñar experiencias turísticas únicas y adaptadas a las demandas cambiantes de los turistas, utilizando tecnologías emergentes.
- Gestionar la identidad digital corporativa, optimizando la presencia digital de las empresas turísticas para potenciar su reputación y participar activamente en la ciudadanía digital.
- Implementar medidas avanzadas de ciberseguridad para proteger dispositivos y datos personales en los procesos turísticos, garantizando la seguridad de la información.
- Aplicar soluciones digitales avanzadas para la optimización de la gestión y operaciones de empresas turísticas, incluyendo la digitalización de procesos internos en hoteles y agencias, y el uso de tecnologías para la gestión de destinos turísticos.

### Competencias específicas relacionadas con el turismo

- Implementación de sistemas inteligentes para mejorar la experiencia turística.
- Uso de tecnologías avanzadas para la gestión de destinos.
- Digitalización de procesos internos en hoteles y agencias.

### Unidades

**Unidad 1.** Tecnologías emergentes en el sector turístico (20 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar la tecnología de forma creativa.

**Contenido:** exploración y adopción de tecnologías emergentes como IA, *blockchain* y *big data* en turismo.

**Unidad 2.** Habilidades creativas para la innovación turística (20 horas).

**Área:** resolución de problemas; creación de contenidos digitales.

**Competencias:** usar la tecnología de forma creativa; desarrollar contenidos.

**Contenido:** desarrollo del pensamiento creativo y habilidades para diseñar experiencias turísticas únicas.

**Soft Skills** relacionadas con el turismo:

- Desarrollo de experiencias innovadoras (ej.: recorridos inmersivos,

gamificación).

- Diseño de soluciones creativas adaptadas a las demandas cambiantes de los turistas.
- Creación de nuevos productos turísticos utilizando tecnologías emergentes.

### **Unidad 3.** Gestión avanzada de la identidad digital corporativa (20 horas).

**Área:** comunicación y colaboración.

**Competencias:** gestionar la identidad digital; etiqueta electrónica, participar en la ciudadanía digital.

**Contenido:** diseño y manejo de la presencia digital corporativa para potenciar la reputación.

### **Unidad 4.** Ciberseguridad en procesos turísticos avanzados (20 horas).

**Área:** seguridad.

**Competencias:** proteger dispositivos; proteger datos personales.

**Contenido:** implementación de medidas avanzadas de seguridad para proteger información sensible.

### **Unidad 5.** Transformación digital en la gestión turística (20 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** resolver problemas técnicos; identificar carencias de competencias digitales.

**Contenido:** aplicación de soluciones digitales para optimizar la gestión y operaciones en empresas turísticas.

### **Unidad 6.** Proyecto final: transformación digital de un destino turístico (50 horas).

**Área:** resolución de problemas.

**Competencias:** identificar necesidades tecnológicas; usar la tecnología de forma creativa; resolver problemas técnicos.

**Contenido:**

- Diagnóstico digital del destino turístico.
- Diseño de una propuesta integral de transformación digital (plataformas, estrategias de *marketing* y herramientas de análisis).
- Evaluación del impacto esperado en la experiencia de los turistas y la sostenibilidad del destino.