



V Simposio Internacional para la Innovación y el Desarrollo Empresarial.
“Consumidores y mercados emergentes”

**FUENTES DE INFORMACIÓN Y ESTRATEGIAS PARA LA TOMA DE
DECISIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO EN MEDELLÍN**

Tatiana Andrea Muñoz Vélez, tatiana.munoz@colmayor.edu.co

Claudia García Restrepo, claudia.garcia@colmayor.edu.co

Yessica Jaramillo Roldán, centrograduados@colmayor.edu.co

Jorge Yimi Ospina Martínez, jorge.ospina@colmayor.edu.co

Grupo de Investigación Empresarial y Turístico - GIET

Facultad de Administración

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Medellín, 2022





FUENTES DE INFORMACIÓN Y ESTRATEGIAS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO EN MEDELLÍN

Introducción

Este trabajo es parte del proyecto “*Análisis de la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico en Medellín a partir de los informes turísticos regionales y nacionales*”. Se planteó como objetivo general analizar la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico en Medellín a partir de fuentes de información turísticas regionales y nacionales. Para lo cual, se planteó indagar el tipo y fuentes de información que utiliza el sector turístico, identificar las estrategias utilizadas por dichas organizaciones para la toma de decisiones y analizar el aporte de la toma de decisiones al sector turístico por parte de dichas organizaciones.

En el sector turismo existen diferentes tipos y fuentes de información que pueden ser utilizadas en la toma de decisiones entre los prestadores de servicios turísticos para el fortalecimiento de las empresas y el sector que lo conforman. Lo anterior fundamenta el interés del presente proyecto para analizar el proceso de toma de decisiones en algunas empresas del sector turístico.

El presente trabajo expone el tipo y las fuentes de información que utilizan los empresarios del sector turístico: agencias de viajes y establecimientos de alojamiento y hospedaje en Medellín, y las estrategias utilizadas por estas organizaciones para la toma de decisiones. En el proceso de búsqueda e indagación en el medio, no se encontraron estudios previos relacionados al tema.

El estudio asume el tratamiento cuantitativo y cualitativo de los datos que facilitan el acercamiento a la realidad del sector turístico. Los hallazgos se enmarcan en la importancia de los datos, las fuentes de información y las estrategias para tomar decisiones en el sector,





hallazgos que están mediados por los avances tecnológicos y los sistemas de inteligencia turística, así como información que suministran las organizaciones con relación a tamaño de éstas, elementos de la planeación estratégica, confianza en los colaboradores, relacionamiento con aliados (gremios y otras empresas), entre otros aspectos.

Resumen

El trabajado presentado a continuación, se realizó teniendo como base el proyecto “*Análisis de la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico en Medellín a partir de los informes turísticos regionales y nacionales*”.

La investigación se centralizó en 2 subsectores de sector turístico: Alojamiento y hospedaje y agencias de viajes. Información obtenida de la base de datos suministrada por la Subsecretaría de Turismo de Medellín en el año 2020.

En razón a los objetivos planteados, la metodología que se empleó se adhirió al enfoque mixto, donde se concatenó la estadística descriptiva y el paradigma de orden interpretativo, en el primero se hizo uso de un cuestionario y en el segundo se aplicó la entrevista semiestructurada.

Los principales hallazgos encontrados en la investigación, giraron alrededor de dos categorías: *fuentes de información y estrategias para la toma de decisiones*, se halló que éstas están mediadas por los avances tecnológicos y las características y necesidades del turista.

Palabras clave: fuentes de información, tipo de información, estrategia, toma de decisiones, Observatorio Turístico de Medellín

Marco teórico

Los datos son insumo vital para encaminar las decisiones en el sector turístico, los cuales al ser organizados y contextualizados entregan información y ésta genera conocimiento para apoyar la creación de estrategias que dinamicen y fortalezcan la gestión de las organizaciones. En este ámbito son fundamentales las fuentes de información.





En el país existen diferentes fuentes de información estadística, en Medellín el Sistema de Indicadores turísticos de Medellín - Antioquia –SITUR- que en el desarrollo de la investigación cambió al Observatorio Turístico de Medellín – OTM- posteriormente al Sistema de Inteligencia Turística -SIT-, cumple funciones sustanciales entre estas:

Recopila, unifica, clasifica e interpreta información estadística y económica relevante del sector turístico y de los factores que intervienen en él de manera oportuna, actualizada y continua a través del monitoreo de las dinámicas de la oferta y la demanda turística y de la consolidación de una cultura de la información para la toma de decisiones y el diseño de estrategias que mejoren la competitividad del sector y de la ciudad – región (Fenalco Antioquia)

Este sistema brinda estadísticas sobre el turismo receptor, interno y emisor, sobre la oferta del sector turístico y el empleo que genera, así como el comportamiento de la actividad turística en Medellín y Antioquia de una manera más inteligente (Alcaldía de Medellín, 2021).

A nivel nacional se encuentra el Centro de Información Turística de Colombia – CITUR – que busca integrar las estadísticas regionales para facilitar el acceso a información turística perfilando datos estandarizados de acuerdo a las necesidades de las organizaciones y las instituciones. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019). Este centro de información ha permitido recopilar estadísticas para la toma de decisiones sectoriales.

Los dos sistemas de información anteriormente mencionados, superan el pensamiento de Quevedo (1999), cuando expresaba las limitaciones estadísticas de la información alrededor del turismo, las cuales se limitaban literalmente a conocer movimientos y características de los turistas, el gasto y la oferta de alojamientos.

Lo anterior conduce a la asimilación del proceso de toma de decisiones, el cual, según Gámez Gastélum (2007), requiere que se asuma como un proceso dinámico, que además de necesitar los sistemas de información estructurados, debe tener en cuenta los estilos personales de quienes deciden, dando cabida a las diferentes teorías cognitivas en el área administrativa.





Metodología

El diseño del estudio es descriptiva, donde se combina los componentes cuantitativos y cualitativos, el primero describe las organizaciones con relación al tamaño de la organización, elementos de la planeación estratégica, confianza en los colaboradores, relacionamiento con aliados, entre otros aspectos y en el segundo se hace una aproximación cualitativa a las percepciones de los empresarios de los subsectores de alojamiento y hospedaje y agencias de viajes, acerca de los datos, información, estrategias y decisiones en el sector. Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la entrevista a profundidad y los instrumentos son el cuestionario y la guía de entrevista, las cuales fueron analizadas e interpretadas para dar soporte al componente descriptivo. La validez de la guía de entrevista se obtuvo del juicio de 3 expertos en la materia. El criterio de selección de la muestra es no probabilístico a juicio del investigador para las diferentes técnicas de recolección de información.

Resultados

El estudio presenta los resultados de acuerdo a los enfoques definidos en la metodología, para el análisis de información se definieron categorías y subcategorías; el abordaje de la institucionalidad se orientó desde lo cualitativo en una guía de entrevista semiestructurada lo que permitió una conversación fluida con los entrevistados y su posterior análisis a través de la agrupación de palabras en subcategorías mientras que, con las empresas se aplicó un cuestionario de alrededor de 50 preguntas.

Los principales hallazgos encontrados en la investigación, giraron alrededor de dos categorías, siendo la primera *fuentes de información* como lo son DANE, OTM y CITUR de las cuales extraen información relacionada con las características de la demanda turística, actualidad turística, oferta del sector, indicadores económicos, normatividad turística y





empleabilidad del sector. Respecto a la segunda categoría denominada *estrategias para la toma de decisiones*, se identificó la participación en gremios y redes, así como formar alianzas con otras organizaciones del sector e incorporar algunos elementos de la planeación estratégica entre los más relevantes se encuentra la visión, misión y objetivos de las organizaciones.

Conclusiones

El estudio permite conocer que en Medellín los empresarios identifican diversas fuentes de información, con datos que están relacionados con información del sector turístico y que son de gran utilidad para la toma de decisiones en las organizaciones. Cabe anotar que, si bien las empresas manifiestan que conocen diversas fuentes de información, estas no están haciendo uso de dicha información, lo que indica una subutilización de la información disponible como indicadores turísticos.

Se encuentra que de parte de las empresas que conforman los diversos subsectores del turismo, no hay cultura de la información puesto que, las empresas en un alto porcentaje no reportan datos al OTM para el caso de Medellín.

En la ciudad de Medellín con el ánimo de mejorar la interpretación de la información e integrarla en un solo espacio, que ayude a las empresas del sector turístico a conocer en tiempo real datos estadísticos de viajeros, flujo aéreo, destinos turísticos, entre otros aspectos, se crea el SIT (Sistema de Inteligencia Turística) para mejorar la toma de decisiones y generar mayor competitividad de las empresas de este sector.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Medellín. (2021). Sistema de Inteligencia Turística. Recuperado el 13 de septiembre de 2022, de <https://www.turismomde.gov.co/acerca>





- Blasco Franch, D., & Cuevas Contreras, T. (2013). Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR*, 3(2), 25-34.
- Centro de pensamiento turístico de Colombia. (2017). Centro de pensamiento turístico de Colombia. Recuperado el 18 de Enero de 2019, de <http://www.cptur.org/Inicio>
- Centro de pensamiento turístico de Colombia. (2018). Centro de pensamiento turístico de Colombia. Recuperado el 18 de Enero de 2019.
- Casinello, J. (s/f). Organización del Servicio de Información Turística Local. Ministerio de Educación. Gobierno de España. Recuperado en: http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/organizacin_servicio_informacion_turistica_local.pdf
- Centro de pensamiento turístico - Colombia [CPTUR] (2020). Publicaciones. <https://cptur.org/>.
- Cienfuegos, M. de los A. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 15-36. Recuperado en 13 de septiembre de 2020, de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200015
- Cooperación Española. (2019). Sistemas de inteligencia turística en la economía de los datos. <https://interconecta.aecid.es/programaci%C3%B3n-de-actividades/sistemas-de-inteligencia-tur-stica-en-la-econom-a-de-los-datos#:~:text=El%20Sistema%20de%20Inteligencia%20Tur%C3%ADstica,e%20idiosincrasia%20del%20sector%20tur%C3%ADstico> .
- Cuevas, T. y Blanco, D. (2013). Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, *Penedo*, 3(2), 25-34. Recuperado de <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1071/813>
- Enciclopedia Concepto (2022). Información. Recuperado de: <https://concepto.de/informacion/>





- Fenalco Antioquia. (s.f.). SITUR. Recuperado el 23 de Enero de 2019, de <http://situr.gov.co/pages/1>
- Gámez Gastélum, R. (2007). Comunicación y cultura organizacional en empresas Chinas y Japonesas. Eumed.net.
- Goetz, J. P. y LeCompte, M. D. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Madrid: Ediciones Morata, S.A.
- Guelmes, E. L., Nieto, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 23-29. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004&lng=es&tlng=es.
- Hernández, R. y Fernández, C. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2008). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana
- Menchero, M. (2015). Propuesta y diseño de un sistema de información turística para centros colombianos: estudio de caso del centro histórico de La Candelaria (Bogotá). *Reflexión Política*, 17(33), 146-161.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Centro de información turística de Colombia CITUR. Recuperado el 23 de Enero de 2019, de <http://www.citur.gov.co/pages/1>
- Quevedo, J. (1999). La información estadística para el análisis del turismo. *Estudios Turísticos* (140), 57-65.
- Santágata, H. (2011). La importancia de un observatorio turístico en la Provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. *Notas en Turismo y Economía*, II(III), 8-44.
- Solís Pérez, P. C., & López Villareal, B. E. (Abril-junio de 2000). El concepto de las anarquías organizadas en el análisis organizacional. *Contaduría y Administración* (197), 35-45.





- Stairs, RM (2000). Principios de sistemas de información. Recuperado de: <https://filadd.com/doc/stair-y-reynolds-sistemas-de-informacion-cap-1-pdf>
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós.
- Valenzuela, J. R. y Flores, M. (2012). Fundamentos de investigación educativa, [Versión electrónica]. Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey.

