



DEL **24** AL **28** DE OCTUBRE

V SEMANA DE LA **FACULTAD** DE ADMINISTRACIÓN

VIGILADA por el Ministerio de Educación Nacional



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR
DE ANTIOQUIA®

Acreditados
en ALTA CALIDAD



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación

V SEMANA DE LA **FACULTAD**
DE ADMINISTRACIÓN



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

Investigadores:

Tatiana Andrea Muñoz Vélez
Claudia Patricia García Restrepo
Yessica Jaramillo Roldan
Jorge Yimi Ospina Martínez

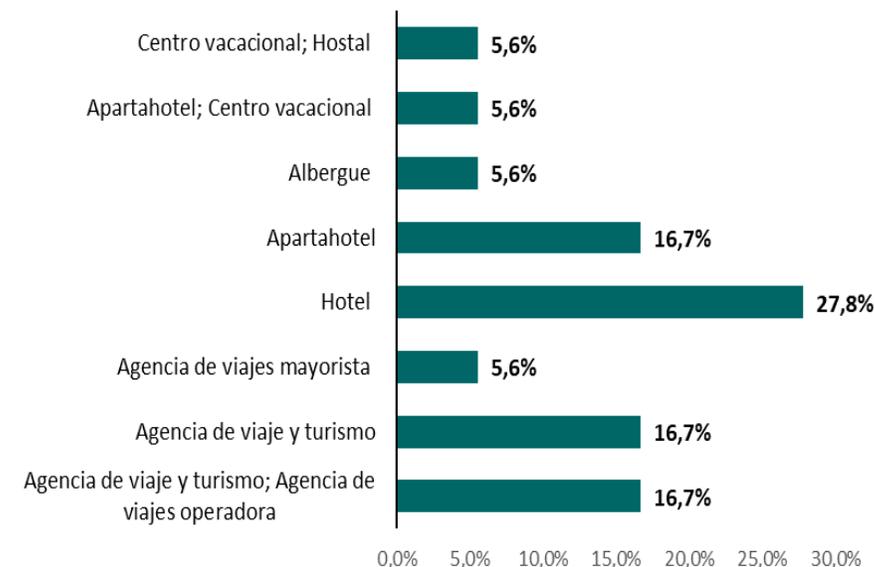
Contexto

La investigación surge de la necesidad de elaborar un análisis acerca la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico en Medellín a partir de las fuentes de información turísticas. El trabajo 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”*.

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.

Figura 1

Subsector del turismo

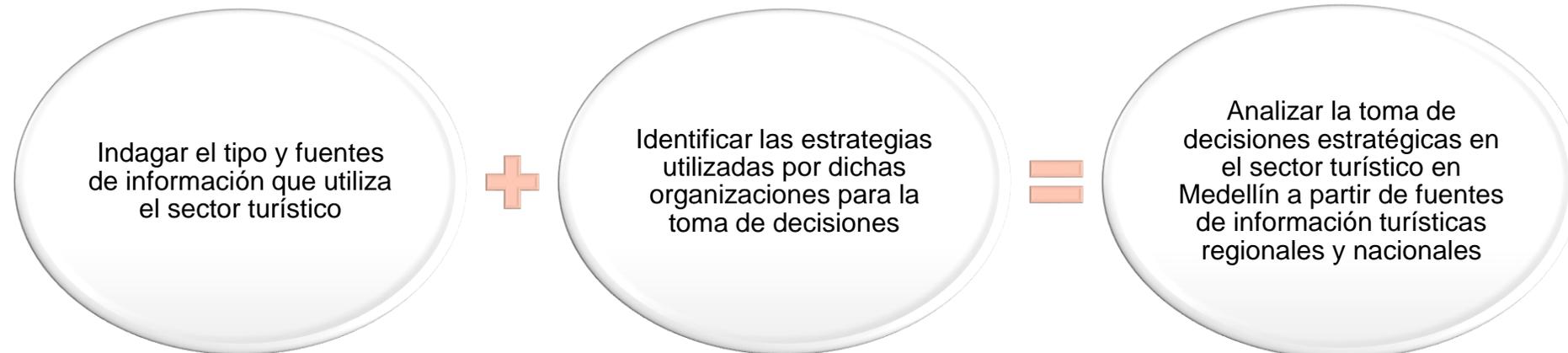


Fuente: elaboración propia

Problema

La información estadística del sector turístico en la ciudad y el país es subutilizada, lo que incide en la toma de decisiones.

¿Qué se planteó hacer?



Marco teórico

El dato

- Son insumo vital para encaminar las decisiones, los cuales al ser organizados y puestos en contexto entregan información y ésta genera conocimiento para apoyar la creación de estrategias que dinamicen y fortalezcan la gestión de las organizaciones.

Fuentes de información

- ¿Que hace?
- 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)

Marco teórico

Toma de decisiones

- 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 administrativas (Gámez Gastélum 2007),
- Transforma información en conocimiento para entender la dinámica del turismo en nuestra ciudad y orientar la toma de decisiones del sector público, empresarial, académico y profesional (Sistema de Inteligencia Turística SIT, 2021)

Modelos para la toma de decisiones - estrategia

- En los modelos individuales
 - Modelo racional
 - Modelo de satisfacción
 - Modelo de selección
 - Modelo psicológico
- En los modelos institucionales
 - Modelo burocrático
 - Modelo político
 - Modelo del bote de basura

Metodología

Diseño del estudio

Descriptiva, donde se combina los componentes cuantitativos y cualitativos.

Cuantitativo describe las organizaciones con relación al tamaño de la organización, elementos de la planeación estratégica, confianza en los colaboradores, relacionamiento con aliados...

Cualitativo se hace una aproximación a las percepciones de la población objeto.

Interesados

Empresarios de los subsectores de alojamiento y hospedaje y agencias de viajes.

Instituciones públicas y privadas de la ciudad

Técnicas

Encuesta y entrevista a profundidad

Instrumentos

Cuestionario y guía de entrevista

La **validez** del cuestionario 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.

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.

Para lo cualitativo

_Análisis previo de los relatos (entrevistas)

_Codificación

_Generación de categorías, descripción y significado

_Generación de subcategorías, descripción y significado

_Relaciones entre categorías

_Triangulación con la teoría

Metodología

Objetivos, categorías y subcategorías de las percepciones de empleados del área turística acerca de los datos e información del sector.

Objetivos	Categorías	Subcategorías
Indagar el tipo y fuentes de información que utiliza el sector turístico en Medellín.	1_Tipo y fuente de información	1.1_Tipos de información
		1.2_Fuente de información
Identificar las estrategias utilizadas por las organizaciones públicas y privadas para la toma de decisiones.	2_Estrategias para la toma de decisiones	2.1_Estrategias para la toma de decisiones en las organizaciones públicas
		2.2_Estrategias para la toma de decisiones en las organizaciones privadas

Resultados

Indagar el tipo y fuentes de información que utiliza el sector turístico



Tipo de información:

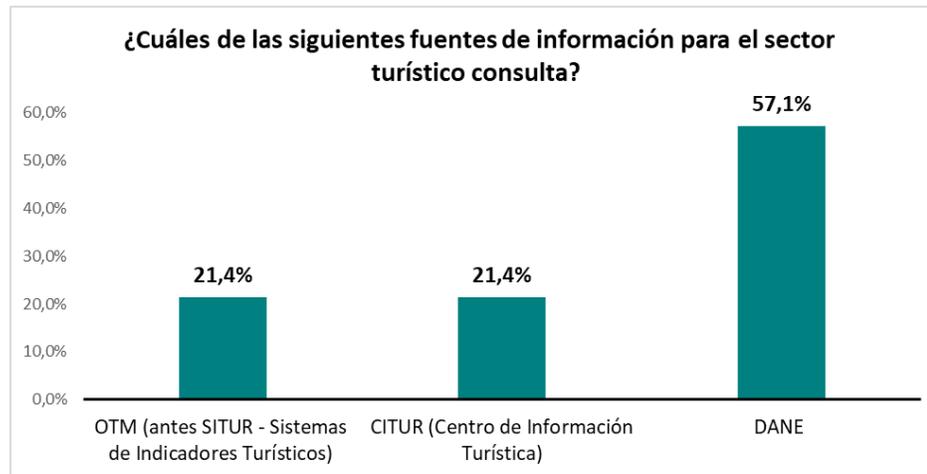
- Características de la demanda turística
- Registro Nacional de Turismo
- Indicadores económicos
- Actualidad turística
- Empleo del sector turístico
- Normatividad turística
- Oferta del sector turístico



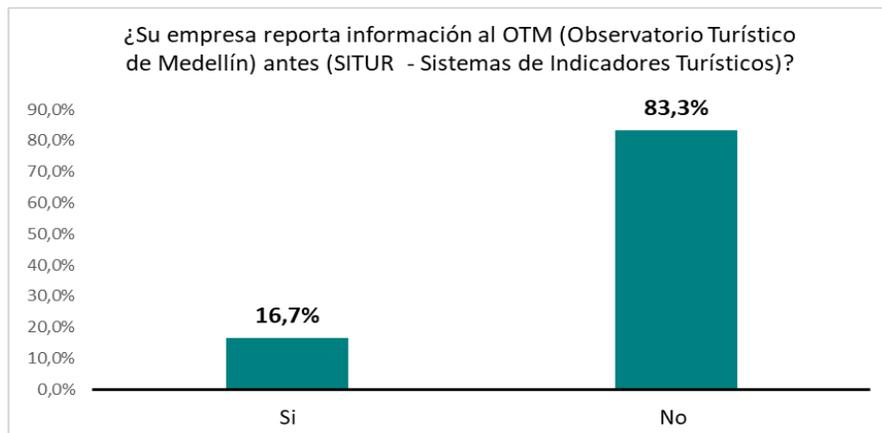
**Sistema de
Inteligencia Turística
DE MEDELLÍN**

Indagar el tipo y fuentes de información que utiliza el sector turístico

Figura 2. Sistemas de información del sector turístico

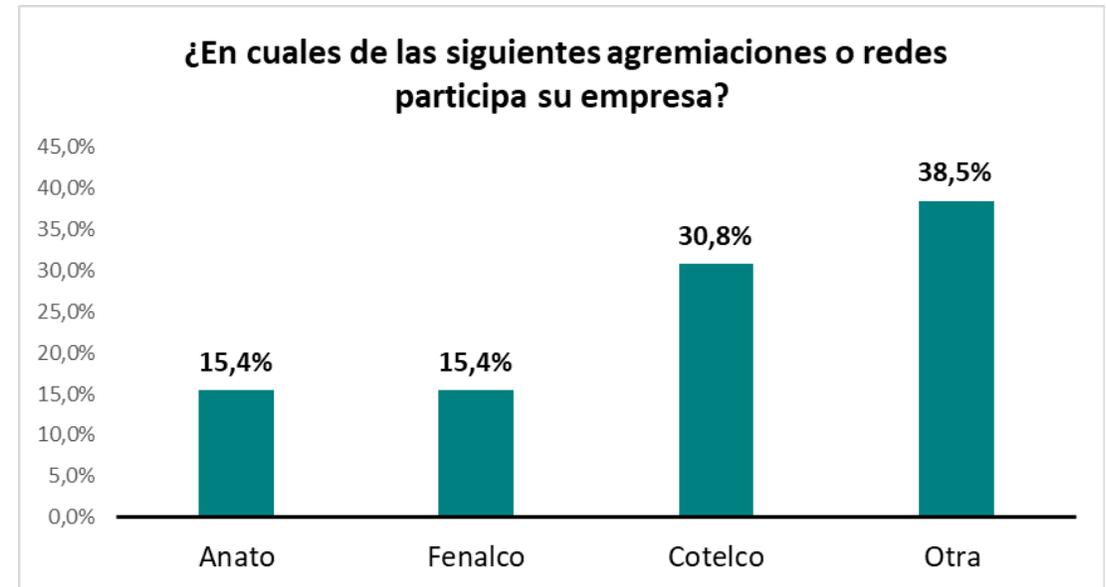


Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Figura 3. Agremiaciones



Fuente: elaboración propia

Resultados

_ Objetivo 1 Tipo de información pública y privada

La información es insumo vital para tomar decisiones bajo niveles de incertidumbre en el sector. Existen diferentes tipos de información, aquí se relaciona la información pública y la información privada; **la primera hace referencia a una información accesible a todo el mundo. Se publica en cualquier tipo de medio, y cualquier usuario puede tener un fácil acceso a ella.**

Referente al **tipo de información pública**, tiene relación con repositorios de datos turísticos como lo es el SITUR, que al momento de este estudio se encuentra en fase de transición a una nueva plataforma, y uno de los propósitos es la accesibilidad sin problemas:

“Digamos que esta fase la llamamos como una fase de transición, lo que se hizo este año fue una fase de transición de tener un SITUR de una página un poco más plana, incluso no le hemos hecho mucho ruido mientras se logra como una estabilidad de los tableros, como una estabilización en sí del desarrollo tecnológico y era como esa fase de transición, y el otro año ya lo llamamos como la fase de consolidar el modelo, de generar nuevos desarrollos tecnológicos y poder decir al último año de esta administración que se migró a un sistema de inteligencia turística” (E-1).

Resultados

En cuanto al **tipo de información privada**, es aquella que está relacionada directamente con los gustos de los turistas y no es accesible a todo el mundo, el siguiente relato lo relaciona:

“Análisis de sentimientos, analizan que dice la genta acerca de la ciudad a través de las redes sociales y web, que califican, el clima, la calidez etc.; eso lo vamos a probar en enero y tomar decisiones, son herramientas costosas y si se sigue invirtiendo en esto es porque realmente los empresarios y la academia lo deben utilizar, entonces ese es nuestro reto con relación al tratamiento de los datos” (E-1).

El **tipo de información estratégica** connota poder de decisión y transformación, como vía para mejorar los diversos procesos del sector, los micro relatos demuestran la importancia de la información como estrategia válida.

“El OTM hace parte de la gran estrategia de destino turístico inteligente, entonces como en el modelo de los destinos inteligentes el tema de los datos, incluso más que llamarse un observatorio, porque ya es lo que estamos trabajando con el equipo y de hecho así está en el proyecto es que eso debe trascender de un observatorio de turismo a un sistema de inteligencia turística” (E-1).

Resultados

Las **fuentes de información** son los repositorios donde se encuentra la información precisa del sector turístico y que apoya el proceso de toma de decisiones, teniendo en cuenta que las fuentes se estructuran a partir de diferentes sistemas de información en la ciudad:

“Estamos revisando varias propuestas de proveedores de información, las cuales están relacionadas con reservas y vuelos (conectividad) reservas aéreas, estas dependen de información suministrada por PROCOLOMBIA; ellos compran esos datos a una empresa que se dedica a eso y compra diversas fuentes de datos, AMADEUS, de reservas aéreas, PROCOLOMBIA los compra y nos los pasa a nosotros (E-1).

“Ir sumando fuentes de datos, que antes no existía, por ejemplo, los de la Medellín CITI CARDS que nos permite identificar como hacen las compras de la tarjeta digital que estamos trabajando con una empresa que se llama TIKETS internet” (E-1).

Resultados

Otra **fuerce de información** está relacionada con el sistema de inteligencia turística, el cual se “se centra en incorporar las nuevas Tecnologías y la Innovación en los procesos de trabajo siempre al servicio de los objetivos de Sostenibilidad y Accesibilidad en un modelo de Gobernanza eficiente, transparente y participativo” (Fernández & García, 2021, p. 8):

- *“Las herramientas de inteligencia turística son el cerebro de los destinos turísticos inteligentes [DTI], es la caja que piensa sobre qué deben hacer los destinos turísticos inteligentes, porque allí están los datos y porque allí están la información de valor, digamos que es importante para orientar la toma de decisiones de política pública (E-1).*
- *“Ese es el cerebro, donde está la información, pero por ejemplo el corazón de los DTI, es la gobernanza, es la articulación público-privada” (E-1).*

Resultados

El SITUR también es otra **fFuente de información**:

“Cuando existía el SITUR se sacaba una cantidad de informes, boletines, estudios puntuales, específicos, con los que ninguno de ellos tomaba decisiones [...] una cuarta parte de las empresas de la ciudad usaba esa información, la mayoría de los que decían que lo conocían y lo usaban era la industria del alojamiento, pero hay una cantidad de subsectores que ni idea, ni lo conocen, ni lo usan, ni entiende para que sirven esos datos” (ES-1).

Resultados

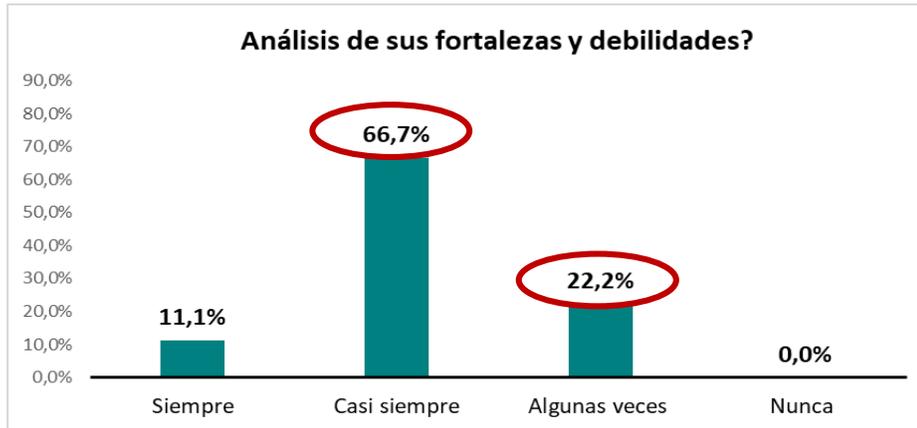
El observatorio turístico, al concatenar las diferentes **fuentes de información**, genera tableros de información dinámicos que permiten analizar el comportamiento del sector turístico en Medellín:

“Tenemos otros tableros que son construcción propia que estamos mirando de esos cuales podemos integrar, hay una serie de tableros que vamos a integrar” (E-1).

“...nosotros tenemos guardada toda la información de lo que existía y mucha de esa información se trasladó a estos tableros, el de conectividad también tiene información histórica” (E-1).

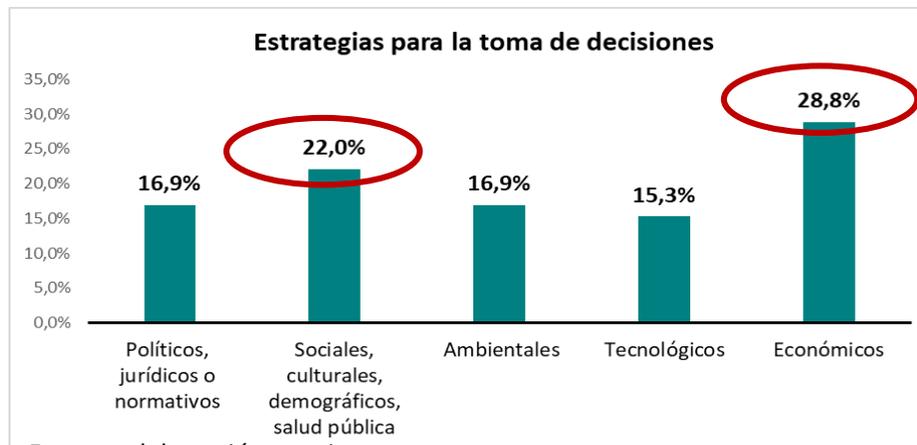
Identificar las estrategias utilizadas por dichas organizaciones para la toma de decisiones

Figura 4. Análisis interno como estrategia para la toma de decisiones



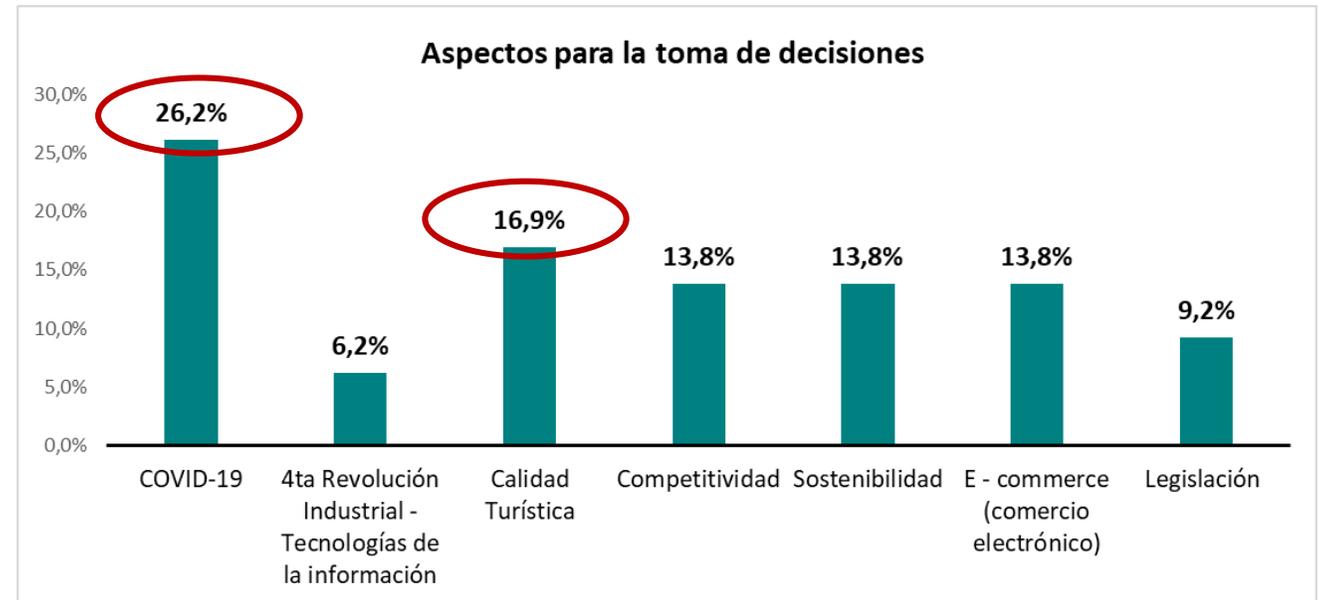
Fuente: elaboración propia

Figura 5. Análisis externo como estrategia para la toma de decisiones



Fuente: elaboración propia

Figura 5. Aspectos que inciden en la toma de decisiones



Fuente: elaboración propia

Resultados

¿En qué tipo de metodología o modelo se apoya su empresa para la toma de decisiones?

Intuitivo y creativo
Criterio definido
Canva
Brainstorm
Espina de pescado y los 5 por que
Demanda el sector, en la competitividad
Árboles de decisión
Observación y comunicación
Identificar y analizar

Ninguno = 44%

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 hoy SIT 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.

Bibliografía

- 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://intercoonecta.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> .

Bibliografía

- 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>

Bibliografía

- 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.

Gracias...