



## INTRODUCCIÓN

Por: Claudia Giraldo Velásquez

La innovación en las organizaciones es un elemento fundamental ya que es la única ventaja competitiva sostenible, esta debe dotar a la empresa de posibilidades para afrontar la impredecibilidad, entre muchos otros aspectos (Robayo Acuña, V, 2016)

Las organizaciones de hoy están buscando nuevas formas para solucionar problemas y aprovechar oportunidades a partir de las diferentes necesidades y deseos que van emergiendo en el medio. Esto implica llevar a cabo cambios efectivos hacia el logro de mejores situaciones y resultados, todo inmerso en un proceso continuo de descubrimiento, cambio y adaptación (Varela, Rodrigo, 2008)

En este sentido, la Facultad de Administración de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, en correspondencia con sus programas de: Administración de Empresas Turísticas, Profesional en Gastronomía, Ingeniería Comercial, Tecnología en Gestión Turística y Tecnología en Gestión de servicios Gastronómicos, realizó el V Simposio para la innovación y desarrollo empresarial: Consumidores y mercados emergentes.

La pretensión se centró en posibilitar la discusión con relación al tema, presentando ponencias de expertos y resultados de investigaciones de docentes y estudiantes, para aportar y contribuir a la discusión y avance de la temática en cuestión, también para brindar elementos de trabajo y posibilitar herramientas y aspectos para la aplicación en las diferentes organizaciones, que tienen que ver con las disciplinas que se desarrollan en los programas de la facultad, y hacía donde tienen campo de acción los egresados.

Estas memorias están conformadas por veintidós presentaciones y sus respectivos resúmenes, se dividen en tres secciones, en la primera se encuentran seis trabajos investigativos presentados por los docentes, en la segunda se encuentran siete trabajos de investigación presentados por los estudiantes y la última sección corresponde a las ponencias de expertos nacionales e internacionales.

A continuación, se presentan las investigaciones de docentes y estudiantes. Cada presentación está acompañada de un resumen que consta de: Introducción, marco teórico, metodología, resultados, conclusiones y bibliografía. Todos los temas están permeados por el espíritu de la innovación.

La sección de presentaciones de investigaciones de docentes, inicia con la presentación titulada: La memoria de los lugares: Estudio de caso sobre la estrategia Medellín Abraza su Historia – MASH y el Parque Memorial Inflexión en la ciudad de Medellín (Colombia), se realiza un estudio sobre la construcción de memoria colectiva en el parque memorial inflexión como iniciativa del poder público.

La segunda presentación se titula: Análisis comparado sobre la vocación del espacio turístico en un destino inteligente. Un proyecto de aula alrededor de la geografía turística, presenta un proyecto de aula que permite a los estudiantes, evidenciar al cumplimiento del modelo de gestión local, denominado: Destino Turístico Inteligente, centrado en las intervenciones espaciales que promueven



el turismo en el destino. Como producto del trabajo realizado, se muestran criterios para evaluar los espacios con vocación turística, y así contribuir al desarrollo del turismo.

La tercera presentación se titula: Fuentes de información y estrategias para la toma de decisiones en el sector turístico en Medellín, en este trabajo presenta las fuentes de información que utiliza el sector turístico, así como las estrategias utilizadas por las organizaciones y su aporte para la toma de decisiones en el sector turístico.

La cuarta presentación se titula: Prácticas de turismo sostenible de las MIPYME locales con base en los criterios del GSTC en Jardín, Antioquia, con base en los criterios GTS. El trabajo muestra la forma como se están desarrollando las prácticas de turismo sustentable en el municipio, con la finalidad de motivar el desarrollo económico, mediante propuestas enfocadas a la innovación, sustentabilidad y calidad.

La quinta presentación se titula: Incidencia de la Norma técnica sectorial colombiana de turismo sostenible NTS TS 002 en establecimientos de alojamiento y hospedaje PYMES del municipio de Jardín, Antioquia. En el trabajo se describen los requisitos de la norma técnica y se identifican los factores que limitan o potencializan su aplicación. Se menciona que los principales factores que limitan el cumplimiento de la norma.

La sexta presentación se titula: Gestión de operaciones como herramienta de dirección y control en establecimientos gastronómicos. Se presenta un diagnóstico que evidencia el estado de la calidad, inocuidad, administración y gestión de operaciones en los establecimientos objeto de estudio.

Posterior a las presentaciones de los resultados de investigación de los docentes, inicia la sección de los estudiantes con la primera presentación que se titula: Aplicación gastronómica del queso costeño en la cocina popular de dos sectores y una plaza de mercado de la ciudad de Medellín, en esta se pretende identificar el uso gastronómico del queso costeño y las preparaciones para la cocina popular.

La segunda presentación se titula: Perfil del turista que visita la zona Carabobo Norte durante la pandemia del COVID-19. Se presenta el comportamiento del turista que llega a la zona Carabobo Norte de Medellín durante la pandemia COVID – 19.

La tercera presentación se titula: Influencia de las redes sociales en las decisiones de compra de los jóvenes. Se analiza la influencia de las redes sociales como factor de decisión de compra de los jóvenes, esto con el fin de identificar en qué se basan los jóvenes en la actualidad a la hora del consumo de algún bien o servicio, teniendo claro que la manera de comprar va cambiando de acuerdo con las generaciones.

La cuarta presentación se titula: Valor cultural y relevancia turística de las bebidas para el alma del municipio de Tuluá, Valle del Cauca, Colombia. Se presenta el reconocimiento del valor cultural y relevancia turística de las bebidas para el alma del municipio de Tuluá, departamento del Valle del Cauca, Colombia.

La quinta presentación se titula: Uso de hierbas y especias en la elaboración de conservas en la cocina tradicional antioqueña. Se identifican las hierbas y especias utilizadas para la elaboración de conservas en la cocina tradicional antioqueña.

La sexta presentación se titula: Las TIC'S en la gestión de las MIPYMES: Perspectiva de Smart city. Se analiza el efecto del uso de las herramientas digitales en la gestión de las MiPymes para la integración en las Smart cities. Se menciona la existencia de un impacto positivo de las TIC en la



productividad y el desempeño organizacional, medido no solo por el incremento de las ventas sino también por el acceso a una mayor cantidad de clientes y la mejor gestión de la relación con estos, así como por una mayor eficiencia en los procesos de negocios, reducción de tiempos y costos asociados.

La séptima presentación se titula: Educación financiera en jóvenes, una cuenta pendiente. Se describen las variables de bienestar financiero y el comportamiento de las tarjetas de crédito. Se encuentra que los antecedentes y consecuencias de la educación financiera deja al descubierto diferentes variables sobre las cuales se pueden hacer énfasis para la mejora de este analfabetismo financiero.

Al finalizar el espacio de las memorias se encuentra la tercera sección de presentaciones de las conferencias magistrales. La primera presentación se titula: Innovación y tendencias del consumo turístico. En esta se tratan temas relacionados con el concepto de innovar y su relación con las tendencias. Las más grandes tendencias de consumo. La inteligencia artificial en el turismo. El conocimiento del consumidor.

La segunda presentación se titula: Tendencias actuales de la demanda turística: Intereses y comportamiento. Esta habla del sistema turístico, el modelo de desarrollo, las Tendencias: comportamiento e intereses de las personas turistas. Los programas de fidelización y programas de lealtad: plataformas y OTAS. Sostenibilidad en los destinos y preocupación por el cambio climático. Digitalización Consumidor conectado. Innovación en hospedaje. Viajes de incentivos, turismo MICE y eventos masivos.

La tercera presentación se titula: La diversidad como herramienta de competitividad empresarial: Este capítulo contiene: las cámaras de comercio diversas en el mundo. diversidad, equidad e inclusión en el mundo corporativo. Lo que desean hacer los viajeros LGTB.

La cuarta presentación se titula: Propuestas de valor para consumidores flexitarianos. Este capítulo habla del mundo de alimentación. Lo que está pasando en el mundo de la proteína. Consumidor y alimentación. Propuesta de valor.

La quinta presentación se titula: Consumidor 5.0: Tecnología, sostenibilidad y moda. Este capítulo contiene aspectos como: Tendencias Globales del Consumidor. Competencias claves del negocio. El mercado de hoy.

La sexta presentación se titula: Trident for gamers: Conectando con la generación Z desde los insights hasta la ejecución. Este capítulo habla de la estrategia comercial de trident para conectar con la generación Z.

La séptima presentación se titula: La gastronomía local, piedra angular para el desarrollo del turismo en Colombia. Esta presentación contiene: Tradición familiar, tradición regional. Producto: composición, propiedades, sensoriales, usos culinarios. Desarrollo creativo: nuevas formas, ideas, técnicas, Identidad regional, Identidad propia, oferta gastronómica única, local, regional, propia. Conocimiento del cliente turista.

La octava presentación se titula: Cultivar y cosechar ideas un acercamiento a los procesos pedagógicos y creativos de gastronomía y territorio. Se muestra desde el blog de la propuesta, la pretensión del proyecto "Gastronomía y territorio" para construir y desarrollar procesos de sensibilización alrededor de la cocina y el alimento con las comunidades.

La novena presentación se titula: Las Cocinas Colombianas. En la presentación se trata el tema de las cocinas colombianas desde la tradición a la innovación, 7 países gastronómicos en un mismo país



“DIVERSIDAD”, el mestizaje gastronómico de Colombia, composiciones o creaciones culinarias, cocinar con identidad y elementos de composición culinaria.

### **Referencias bibliográficas de la introducción**

Varela V., Rodrigo. INNOVACIÓN EMPRESARIAL. Arte y ciencia en la creación de empresas -- 3a ed.

Robayo A. Paula. La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. ELSEVIER. Vol. 7. Núm. 16. Páginas 73-150