

**Análisis Sistemático de la literatura sobre la Toma de Decisiones en el
Sector Turístico.**

**Elizabeth Rodríguez Herrera¹
Jessica María Villamil Santamaría²
Hilda Rodríguez Cortes³**

**Universidad Cooperativa de Colombia
Facultad Ciencias Administrativas, sede Bogotá
Programa Administración de Empresas
2020**



Análisis Sistemático de la literatura sobre la Toma de Decisiones en el Sector Turístico.

**Elizabeth Rodríguez Herrera¹
Jessica María Villamil Santamaría²
Hilda Rodríguez Cortes³**

Tesis profesional para obtener el título de administración de empresas.

Opción de Grado Profesor. William Eduardo Mosquera Laverde.

**Universidad Cooperativa de Colombia
Facultad Ciencias Administrativas, sede Bogotá
Programa Administración de Empresas
2020**

Resumen

Como consecuencia del auge del turismo, en los últimos años se viene presentando un crecimiento exponencial y desmedido del mismo, lo que ha provocado el surgimiento de nuevas alternativas que atendiendo al concepto de sostenibilidad, no ponen en riesgo la estabilidad de los destinos turísticos ni la de sus habitantes, dicha práctica se conoce como ecoturismo y las personas y/u organizaciones que trabajan en este campo, de algunas décadas a hoy, se han visto inmersas en procesos de toma de decisiones que afectan directa o indirectamente el éxito de sus proyectos, esta investigación documental permitió identificar que tanto se está avanzando en esta modalidad de turismo a través de los resultados generados de búsqueda como artículos de revista, trabajos de investigación, libros, trabajos de grado de pregrado y posgrado publicadas en las bases de información más utilizadas como google scholar y scopus con el fin de recopilar, caracterizar y la información relacionada con la toma de decisiones, cadena de valor y vía de comunicación generando como resultados las diferentes posturas de algunos autores en cuanto al sistema de toma de decisiones del ecoturismo.

Palabras Clave

Toma de decisiones, Ecoturismo, pymes turísticas, red de valor, comunicación.

1. Introducción

El turismo se define como el conjunto de actividades que realiza una o más personas durante un viaje y por lo tanto, la estancia en lugares distintos a su residencia por un tiempo consecutivo menor a un año y con diferentes fines; a pesar de ser una definición bastante amplia que recoge un sinnúmero de acciones que van desde viajes de trabajo y negocios hasta desplazamientos

en búsqueda de recreación, es un término que define perfectamente lo que significa el turismo para países como Colombia en los que muchas de sus poblaciones se han convertido en trabajadoras y por lo mismo, beneficiarias de la llegada de personas ajenas a sus territorios, “si bien se han ido produciendo cambios significativos debido a que se ha pasado de un turismo de masas a un turismo alternativo que respeta el medio ambiente y donde el turista adquiere nuevas experiencias en contacto con la naturaleza, la cultura y la población local del destino turístico”. (Orgaz Agüera, 2015).

El Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, FUTURES (MICT, 1992) definía de manera sintética la competitividad como “la capacidad de obtener beneficios y mantenerlos en circunstancias cambiantes” y, en esta misma línea, el enfoque de la competitividad aplicada al turismo que se propone es aquel que considera “la competitividad de una organización – o de una agrupación de organizaciones localizadas en un destino turístico- consiste en su capacidad para mantener o incrementar la participación de su oferta en sus mercados de referencia y para abrir nuevos mercados mediante una adecuada gestión de sus ventajas competitivas” (Osorio et al, 2009).

De esta manera, la evolución de los conceptos en las últimas décadas se ha orientado a la búsqueda de relaciones de armonía entre el ser humano y la naturaleza. Así, según el Fondo Nacional del Turismo, define “Turismo responsable en áreas naturales que conserva el ambiente y promueve el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas locales” (Ministerio de Comercio, 2021); este está estrechamente vinculado con los términos de Turismo de Naturaleza, aventura, sostenibilidad, responsabilidad, verde, ya que busca tomar decisiones que mejoren las prácticas dentro del sector y con ello asegurar las necesidades del presente sin comprometer las

necesidades de futuras generaciones, Cooper et al (1997) afirman que un destino turístico es “la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista”.

Lo anterior, ha llevado al turismo y al ecoturismo a consolidarse como un nuevo y fuerte renglón económico, aportando una visión más cercana al marketing al considerar que el destino es una marca y por tanto, lo consideran como “una agrupación multiactividad que compite sobre una estrategia de cooperación espacial ofertando productos turísticos integrados y que resulta evaluada y juzgada por el turista potencial” (Ruiz et al, 1999), para el país debido a que es una nación que cuenta con diversos climas, paisajes y gran multiplicidad cultural que genera una amplia oferta de servicios que hacen del país uno de los más atractivos del mundo. Sin embargo, a consecuencia del rápido crecimiento del sector turístico, los destinos se enfrentan a una presión cada vez mayor en relación con sus recursos naturales, culturales y socioeconómicos ya que a menudo algunas decisiones del sector representan consecuencias negativas que destruyen las mismas bases sobre las que este se asienta y se desarrolla. (Barrios, 2011).

Se pretende realizar una revisión sistemática de literatura acerca de los comportamientos de las pequeñas y medianas empresas involucradas con el sector antes mencionado con el fin de analizar y concluir acerca de los procesos de toma de decisiones en el turismo y el ecoturismo.

2. Metodología de la Investigación

El final de la década de los 70 y más aún, los años 80 conformaron una época donde las propuestas cualitativas de investigación experimentaban un aumento en su representatividad académica por lo que se hizo ineludible la aplicación de una estrategia que pudiera hacer visible lo sabido, conocido o trabajado sobre determinada temática o campo de conocimiento esto fue llamado como estado del arte. (Maricelly Gómez Vargas, 2015).

La investigación se realizó a través de un diseño cualitativo e interpretativo, de tipo documental, el cual determinó el procedimiento de selección, acceso y registro de la muestra documental.

En una matriz bibliográfica de Excel se reseñaron un total de 584 documentos de diverso tipo de material: artículos de revista, trabajos de investigación, libros, trabajos de grado de pregrado y posgrado, folleto, grabación, entre otros. Luego se pasó a la selección de la muestra revisando el contenido de los mismos con el fin determinar qué material estaba acorde a la investigación, dejando un total de 80 textos: 20 libros y 60 trabajos de grado.

3. Definición de los términos de búsqueda adecuados

La estrategia para elegir las palabras clave y los operadores lógicos comenzó verificando la combinación más alineada para atender el propósito de la investigación. Por lo tanto, las primeras palabras clave probadas fueron ("decision making*" O value network) Y ("Decision Making" O " Tourism Management" O "Ecotourism") Y (Information Management"*).

El propósito de la estrategia de búsqueda se basó en incluir las palabras claves de la investigación utilizando también sinónimos ya que algunos términos no son utilizados por los autores para referirse a un mismo tema ejemplo: (“Value chain”, “Supply chain”, “Value Network”).

4. Resultados de la búsqueda inicial

Las palabras clave de búsqueda se seleccionaron a través de la base de datos Scopus, es la mayor base de datos de resúmenes y de literatura revisada por pares y cuenta con herramientas inteligentes que permiten controlar, analizar y visualizar investigación académica. (FECYT, 2016)

Para ampliar información de la investigación se utilizaron más criterios de búsqueda (“Communication”) con el fin de abarcar toda la estructura en la que se puede estar relacionado la cadena de valor y toma decisiones generando inicialmente 5.417 documentos.

Para el resultado final se hizo filtros basados en el tiempo de publicación, palabras claves, áreas de aplicación y estudio obteniendo 558 documentos en lo que se encontró artículos de revista, trabajos de investigación, libros, trabajos de grado de pregrado y posgrado. Tabla 1

Base de datos	N° De Documentos
01 SCOPUS	5.417
Filtros	558

Tabla 1. Resultados Fuente: Elaboración propia

5. . Refinamiento de los resultados de la búsqueda

Al filtrar profundamente el material de interés, se encontraron 5.471 publicaciones duplicadas y se descartaron 4.843 títulos luego de una revisión, obteniendo finalmente 23 publicaciones para elaborar el análisis del contenido del documento. En la siguiente tabla se resume el refinamiento del material.

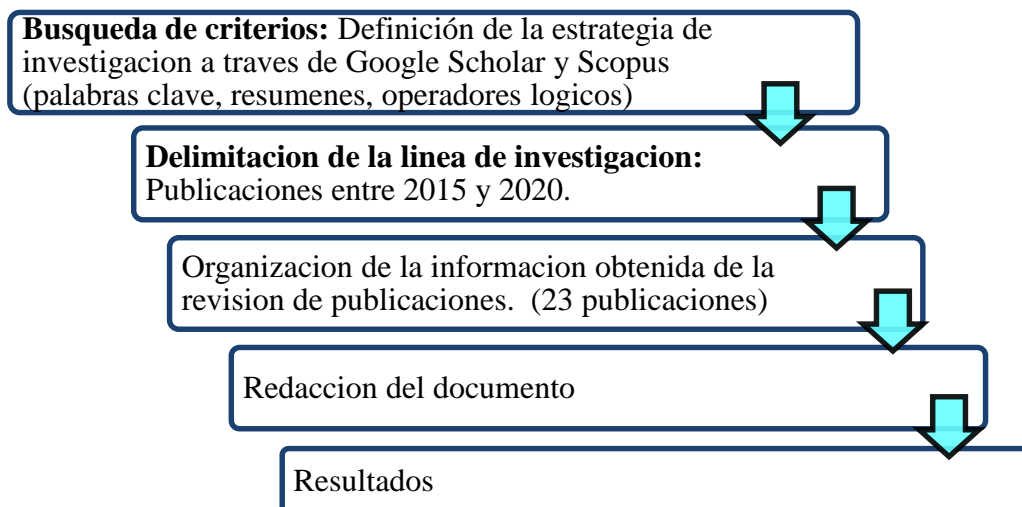


Grafico 1. Proceso en que se analiza y selecciona el material. Fuente: Elaboración propia.

6. Desarrollando la matriz de conocimiento

La matriz bibliográfica: instrumento diseñado en Excel donde se inventariaron todos los textos que conformaron el universo y sobre el cual se aplicaron los filtros de selección. También cumplió la función de reseñar los textos, y lo hizo de forma práctica y asequible, Tabla 2.

Título del documento	Autores	Año	Fuente
Decisiones de reserva temporal de los turistas: un estudio del efecto del encuadre contextual	Rahman, A. , Crouch, GI , Laing, JH	2018	Gestión turística 65, pags.55-68
La relación entre los sistemas de información geográfica y el desarrollo rural: ejemplo de Turquía	Çeken, H. , Yilmaz, E.	2018	Aplicaciones GIS en la industria del turismo y la hostelería pags. 167-188
Construyendo coaliciones para un turismo diversificado y sostenible: dos estudios de caso de Hungría	Lakner, Z. , Kiss, A. , Merlet, I. , (...), Grabara, J. , Popp, J.	2018	Sostenibilidad (Suiza)
Duración de la estadía: sus determinantes y resultados	Wang, L. , Fong, DKC , Law, R. , Fang, B.	2018	Revista de investigación de viajes
Empujón de evaluación: efecto del modo de evaluación de las opiniones de los clientes en línea en las preferencias de los consumidores	Bronceado, H. , Lv, X. , Liu, X. , Gursory, D.	2018	Gestión turística

Toma de decisiones en la vida diaria y en el turismo	Teitler-Regev, S. , Tavor, T.	2018	Asuntos de Israel
Participación comunitaria en la planificación del turismo patrimonial: ¿es mucho pedir?	Dragouni, M. , Fouseki, K. , Georgantzis, N.	2018	Revista de Turismo Sostenible
Construyendo coaliciones para un turismo diversificado y sostenible: dos estudios de caso de Hungría	Lakner, Z. , Kiss, A. , Merlet, I. , (...), Grabara, J. , Popp, J.	2018	Sostenibilidad (Suiza)
Duración de la estada: sus determinantes y resultados	Wang, L. , Fong, DKC , Law, R. , Fang, B.	2018	Revista de investigación de viajes
Decisiones de reserva temporal de los turistas: un estudio del efecto del encuadre contextual	Rahman, A. , Crouch, GI , Laing, JH	2018	Gestión turística
Empujón de evaluación: efecto del modo de evaluación de las opiniones de los clientes en línea en las preferencias de los consumidores	Bronceado, H. , Lv, X. , Liu, X. , Gursory, D.	2018	Gestión turística
Un marco de toma de decisiones y gobernanza para la renovación de los destinos turísticos: el caso de Canarias	Rodríguez-Díaz, M. , Rodríguez-Díaz, R.	2018	Sostenibilidad (Suiza)
El metabolismo del espacio turístico y su potencial de cambio a	Zorpas, AA , Vouk kali,	2018	Revista de producción más limpia

través de una propuesta de plan estratégico en el marco del desarrollo sostenible	I. , Navarr o Pedreño, J.		
Riesgo e incertidumbre en la toma de decisiones sobre viajes: perspectiva turística y de destino	Karl, M.	2018	Revista de investigación de viajes
Un sistema de recomendación interactivo para la toma de decisiones de vacaciones en grupo	Zhang, L. , Sol, X.	2018	Lecture Notes in Computer Science (incluidas las subseries Lecture Notes en Inteligencia artificial y Lecture Notes in Bioinformática)
Un proceso de selección de hoteles en línea basado en reseñas que utiliza el método TOPSIS difuso intuicionista	Pahari, S. , Ghosh , D. , Pal, A.	2018	Avances en Computación y Sistemas Inteligentes
Comportamientos del turismo cultural: mejora de la influencia de las percepciones de los turistas sobre la comida y la cultura tailandesas locales	Prapasawa sdi, U. , Wuttis ittikulkij, L. , Borom pichaichar tkul, C. , Chang kaew, L. , Saadi, M.	2018	Revista de psicología abierta
Comunicación boca a boca del destino turístico a través de Internet	Xue, D.	2018	Revista de tecnologías avanzadas de oxidación
Algunas posibilidades de utilizar sistemas de información geográfica en el análisis del potencial del destino Slovenský Raj (Eslovaquia) en el turismo	Blišťan, P. , Šoltés ová, M. , Kršák , B. , Sidor, C. , Štrba, Ľ.	2018	Avances y tendencias en geodesia, cartografía y geoinformática - Actas de la décima conferencia científica y profesional internacional sobre geodesia, cartografía y geoinformática, 2017
Una aplicación de planificación de itinerarios	Wozzari, NA , Lok man, AM	2018	Avances en Computación y Sistemas Inteligentes

fácil de usar basada en el enfoque de Kansei			
Un nuevo procedimiento difuso de toma de decisiones para la priorización de los candidatos de ciudad de marca para Turquía	Erdoğan, M. , Bilisik, ON , Kaya , I.	2018	Journal of Multiple-Valued Logic and Soft Computing
Diseño de una aplicación móvil de turismo inteligente: modelado de usuarios a través de datos implícitos de usuarios de redes sociales	Kontogian ni, A. , Kabasi, K. , Alepis , E.	2018	Lecture Notes in Computer Science (incluidas las subseries Lecture Notes en Inteligencia artificial y Lecture Notes in Bioinformática)
Tendencias y perspectivas de desarrollo turístico	Usmanova , TK , Trifonov, PV	2018	Herramientas financieras y económicas utilizadas en la industria hotelera mundial - Actas de la 5a Conferencia internacional sobre gestión y tecnología en el conocimiento, el servicio, el turismo y la hospitalidad, SERVE 2017
Opciones diferentes o similares: el efecto del encuadre de decisiones en la búsqueda de variedad en los paquetes de viaje	Kim, J. , Kim, PB , Kim, J.-E.	2018	Revista de investigación de viajes
Optimización del paisaje en un destino turístico altamente urbanizado: un enfoque integrado en Nanjing, China	Chen, L. , Thapa, B. , Kim, J. , Yi, L.	2018	Sostenibilidad
Estudio sobre el análisis del marco de aplicación del modelo de Internet de las cosas en el turismo inteligente desde la perspectiva del big data	Wanchun, Z.	2017	Boletín técnico

Donde vacacionar? Un enfoque basado en agentes para modelar el proceso de toma de decisiones turísticas	Boavida-Portugal, I. , Ferreira, CC , Rocha, J.	2017	Temas de actualidad en turismo
Información contextual turística para el sistema de recomendación	Achmad, KA , Nugroho, LE , Widyanawan , Djunaedi, A.	2017	Actas - 2017 Séptimo Seminario Anual Internacional de Ingeniería, InAES 2017
Capturando las preferencias de los turistas para la gestión del ecoturismo comunitario en un parque forestal	Zong, C. , Cheng, K. , Lee, C.-H. , Hsu, N.-L.	2017	Sostenibilidad
Desarrollar un sistema de indicadores de gobernanza territorial para destinos turísticos	Fernández-Tabales, A. , Foronda-Robles, C. , Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L. , García-López, A.	2017	Revista de Turismo Sostenible
Un método de análisis de Big Data para el análisis del comportamiento de los turistas	Miah, SJ , Vu, HQ , Gamack, J. , McGrath, M	2017	Información y Gestión
Percepción colectiva en destinos turísticos inteligentes con conjuntos aproximados	D'aniello, G. , Gaeta, M. , Reformat, MZ	2017	Conferencia Internacional de Cibernética IEEE, CYBCONF 2017 - Actas
El papel de las preocupaciones éticas de los agentes de viajes al negociar información en la	Mossaz, A. , Coghlan, A.	2017	Revista de Turismo Sostenible

comercialización y venta de turismo sostenible			
Procesamiento de opciones turísticas: evaluación de las reglas de decisión y métodos de medición	Li, C. , McCabe, S. , Song, H.	2017	Revista de investigación de viajes
Diferencias en el juicio ético del turista y la intención de turismo responsable: un enfoque de escenarios éticos	Lee, HY , Bonn , MA , Reid , EL , Kim, WG	2017	Gestión turística
Te gustará!' usar datos abiertos para predecir la respuesta de los turistas a una atracción turística	Pantano, E. , Priporas, C.-V. , Stylos , N.	2017	Gestión turística
Reducir las fugas económicas del turismo: una evaluación de la cadena de valor de la industria del turismo en Kasane, Botswana	Rylance, A. , Spenceley, A.	2017	Desarrollo África del Sur
Demasiados destinos para visitar: ¿el dilema de los turistas?	Tailandés, NT , Yuksel, U.	2017	Annals of Tourism Research
Un análisis combinado de redes sociales - enfoque de procesos de redes analíticas para evaluar estrategias turísticas sostenibles	González-Urango, H. , García-Melón, M.	2017	Actas del XIV Simposio Internacional de Investigación Operativa, SOR 2017
¿Pueden mejorar los sitios web de información sobre viajes? Facilitar la experiencia de toma de decisiones a los turistas	Zhang, L. , Sol, X.	2017	Lecture Notes in Computer Science (incluidas las subseries Lecture Notes en Inteligencia artificial y Lecture Notes in Bioinformática)

Tabla 2 Matriz bibliográfica fuente: Propia

La matriz analítica de contenido: instrumento diseñado en Excel donde se relacionaron los textos de la muestra, escritos en vertical, con las categorías de análisis, escritas en horizontal. De cada texto se extrajeron todos los párrafos o frases donde se desarrolló un tema relacionado con alguna de las categorías y se ubicó en la escuadra. También contó con la bibliografía y las observaciones de cada texto de una forma organizada que facilitó la lectura lineal y transversal. (Maricelly Gómez Vargas, 2015) Tabla 3.

Título del documento	Autores	Año	Enfoque
Los roles de la cosmovisión cultural y la autenticidad en el proceso de toma de decisiones de los turistas en un destino de turismo patrimonial utilizando un modelo de comportamiento dirigido a objetivos	Lee, C.-K., Ahmad, M.S., Petrick, J.F., (...), Park, E., Kang, C.-W.	2020	El proceso de toma de decisiones está influenciado por sus antecedentes culturales.
Decisión estratégica sobre la cartera de orígenes turísticos: un proceso de decisión basado	Botti, L., Petit, S., Zhang, L.	2020	Modelo para formular un diagnóstico Para la asistencia al destino y la estrategia óptima para mejorarlo.

en el método ELECTRE y aplicado a la Polinesia Francesa			
Big data en el turismo inteligente: desafíos, problemas y oportunidades	Ardito, L., Cerchione, R., Del Vecchio, P., Raguseo, E.	2019	La adopción del Big Data en el turismo para liderar los desafíos del crecimiento inteligente de los destinos y las empresas turísticas
Una revisión sistemática de los sesgos cognitivos en las decisiones turísticas	Wattanacharoensil, W., La-ornual, D.	2019	factores afectivos o emocionales, el razonamiento intuitivo, los caracteres adaptativos, y actos espontaneos para la toma decisiones reales

Tabla 2. Matriz analítica de contenido Fuente: Elaboración propia

7. Hallazgos

Para Rahman, A. Crouch G. Laing J. (2018) En su documento “decisiones de reserva temporal de los turistas: Un estudio del efecto del encuadre contextual” los viajeros toman decisiones de reserva bajo incertidumbre y esto ocasiona que puedan perder sus viajes se realizaron tres estudios utilizando marcos para ver qué tipo de marcos eran más efectivos para persuadir a los viajeros de reservar con anticipación.

Para Ceken, H. y Yilmaz, E. (2018) En su documento “la relación entre los sistemas de información geográfica y el desarrollo rural: Ejemplo de Turquía”, la planificación turística, la identificación de áreas de impacto de valores turísticos y la utilización sostenible de las entidades

turísticas, son la recolección de datos y decisión-haciendo sistemas que pueden contribuir a la planificación turística y al desarrollo del turismo.

Para Lakner, Z. Kiss, A. Grabara J. y Popp, J. (2018) En su revista “construyendo coaliciones para un turismo diversificado sostenible: Dos estudios de caso de Hungría” Para comprender los métodos potenciales de desarrollo del turismo sostenible y desarrollar la política óptima, es esencial aclarar los actores, sus sistemas de interés y las posibles formas de forjar coaliciones entre ellos.

Para Wang, L. Fong, D. y Law, R. En su documento “duración de la estadía: sus determinantes y resultados”. La duración de la estancia es un elemento vital en turistas haciendo proceso y demanda turística.

Según Bronceado, H. Liu, X. y Gursoy, D (2018) en su revista “empujón de evaluación: Efecto del modo de evaluación de las opciones de los clientes en línea de las preferencias de los consumidores” busca medir la tolerancia potencial al riesgo en el turismo y determinar si la racionalidad de las personas en la vida diaria es consistente con su elección de destino para viajar al extranjero.

Para Rodríguez, D. Rodríguez, Z. y Díaz, (2018) R. En su artículo “un marco de toma de decisiones y gobernanza para la renovación de los destinos turísticos: El caso de Canarias” Los destinos turísticos en etapas avanzadas del ciclo de vida necesitan actualizar sus ofertas e infraestructuras de alojamiento. El principal problema es que los nuevos destinos se planifican según las nuevas preferencias de los clientes, creando problemas críticos.

Según Zhang, L. y Sol, X. (2018) en su documento “un sistema de recomendación interactivo para lo toma de decisiones de vacaciones en grupo.” Hay varios tipos de aplicaciones

disponibles en dispositivos móviles que apoyan las vacaciones. Sin embargo, las personas a menudo viajan en grupos y las aplicaciones existentes carecen de los servicios.

Para Pahari, S. Ghosh, D. y Pal, A. (2018) en su artículo “un proceso de selección de hoteles en línea basado en reseñas que utiliza el método TOPSIS difuso intuicionista.” Hoy en día, la revisión en línea en el sitio web de turismo para hoteles seleccionados tiene un gran impacto en la industria hotelera. Según estudios existentes, es muy probable que las decisiones de turistas serán modificadas después de navegar por las reseñas en línea proporcionadas por otros turistas en el sitio web de turismo.

Según Prapasawas, D. Wuttisitti, K. y Borompi, C. (2018) En su documento “comportamientos del turismo cultural: Mejora de la influencia de las percepciones de los turistas sobre la comida y la cultura tailandesas locales.” El comportamiento juega un papel principal en la preservación del patrimonio cultural y el apoyo a la economía de la comunidad local. La comida local es un factor importante para turistas y un aspecto cultural importante que distingue a un país de otro.

Para Xue, D. (2018) en su revista “comunicación boca a boca del destino turístico a través de internet” El turismo es un consumo típico de alto riesgo y experiencial, fuertemente dependiente del boca a boca.

La toma de decisiones empresariales tiene como objetivo decidir sobre las posibles alternativas para la resolución de un conflicto o para el aprovechamiento de oportunidades teniendo en cuenta los objetivos corporativos.

Para Rahman, A, Crouch, G. y Laing J (2018) Los viajeros toman decisiones de reserva bajo incertidumbre. Pueden reservar con anticipación y obtener un descuento, pero luego

descubren que no pueden viajar más tarde, O pueden esperar hasta el último minuto y quizás perderlo por completo.

Para Erdogan, M. Bilisik, O. y Kaya, I. (2018) en su artículo “un nuevo procedimiento difuso de toma de decisiones para la priorización de los candidatos de ciudad de marca para Turquía” La marca de la ciudad es un concepto que se enfatiza particularmente en los últimos años. El propósito de ese caso es que las ciudades compiten entre sí para atraer más turistas y así contribuir al desarrollo de la economía regional y nacional. En este sentido, determinar el valor de marca de la ciudad y comparar ciudades relativamente para resaltar la ciudad con mayor valor de marca es un concepto muy importante.

Para Usmanova, T. y Trifonov, P. (2018) en su artículo “tendencias y perspectivas de desarrollo turístico” En las condiciones modernas de integración de las economías nacionales en la economía mundial, la calidad y la cantidad se convierten en las principales características del desarrollo turístico. Las perspectivas globales de desarrollo turístico tienden a crecer, aumentando así la dinámica del servicio turístico.

Para Chen, L. Thapa, B. y Kim, J. (2018) en su artículo “optimización del paisaje en un destino turístico altamente urbanizado: Un enfoque integrado en Nanjing, China”. La planificación y el desarrollo de destinos turísticos urbanos deben abarcar la optimización del paisaje para lograr ecosistemas urbanos saludables, así como para la sostenibilidad de la evolución.

Para Wanchun, Z. (2017) en su artículo “estudio sobre el análisis del marco de aplicación del modelo de internet de las cosas en el turismo inteligente desde la perspectiva del big data.” El Internet de las cosas, como representante importante de las muchas tecnologías inteligentes actuales, es un importante soporte técnico para la construcción del turismo inteligente.

Para Zong, C. Cheng, K. Lee, C. y Hsu, N. (2017) en su artículo “capturando las preferencias de los turistas para la gestión del ecoturismo comunitario en un parque forestal.” El desarrollo del ecoturismo comunitario requerirá la integración de experiencia, cultura e información para la gestión.

Para D’aniello, G. Gaeta M. y Reforma T. (2017) en su documento “percepción colectiva en destinos turísticos inteligentes con conjuntos aproximados” Los destinos turísticos inteligentes se caracterizan por una presencia generalizada de nuevas tecnologías capaces de influir y mejorar la calidad del turista.

Según Mossaz, A. y Coghlan, A. (2017) en su artículo “el papel del as preocupaciones éticas de los agentes de viajes al negociar información en la comercialización y venta de turismo sostenible.” Usando el turismo de conservación como un caso de prueba, este estudio explora el papel que juegan los agentes de viajes de alto nivel en la venta de turismo sostenible.

Para Lee, H. Bonn M, Reid, E. y Kim W (2017) en su artículo “diferencias en el juicio ético del turista y la intención de turismo responsable: Un enfoque de escenarios éticos. “. Aunque muchos turistas reconocen la necesidad de un turismo responsable, no todos responden por igual. Por lo tanto, este estudio explora las discrepancias de comportamiento en las prácticas de turismo responsable.

El éxito o el fracaso de una empresa es el resultado de las decisiones que se toman. Algunas veces, la toma de decisiones es un proceso de prueba y error. Otras, las decisiones son certeras y sus resultados favorables con un margen de error mínimo (Fincowsky & Benjamín, 2011)

Para tomar decisiones, factores como la experiencia y el dominio del campo son de gran importancia ya que todas las decisiones entrañan un aprendizaje, sin embargo, pese a ello no existe como tal un método único para dicho proceso; esto depende de la una situación determinada.

De acuerdo con Castillo (2016) el proceso que conduce a tomar una decisión se podría visualizar de la siguiente manera:

1. Elaboración de premisas.
2. Identificación de alternativas.
3. Evaluación de alternativas en términos de la meta deseada
4. Elección de una alternativa, es decir, tomar una decisión.

Al elegir una alternativa de debe considerar tres términos muy importantes, el primero es maximizar; este busca tomar la mejor decisión posible con el mayor beneficio, menor costo y de mayor rendimiento. El segundo es satisfacer, es decir, elegir la opción más adecuada según la meta definida, y por último optimizar para alcanzar el mejor equilibrio entre metas múltiples.

Tipos de decisiones

Según Borea, (2017) en todas las empresas se pueden identificar dos tipos o clases de decisiones: las decisiones programadas y las no programadas.

Las decisiones programadas son procedimientos repetitivos y rutinarios; se reflejan en manuales, tablas de decisión y reglamentaciones. Implican decisiones bajo certeza en razón de que todos los resultados o consecuencias son conocidos de antemano.

Las decisiones no programadas, se refieren a los problemas no estructurados o de gran importancia. A diferencia de las anteriores no tienen reglas o procedimientos preestablecidos. Las decisiones programadas son factibles de ser delegadas a los niveles medios de la organización o se pueden automatizar. (Borea, 2017)

Sin embargo, autores como Fincowsky & Benjamín (2011) mencionan un tercer tipo llamadas decisiones innovadoras las cuales se basan en el descubrimiento, la identificación y el diagnóstico de problemas inusuales y/o desarrollo de soluciones alternativas únicas o creativas.

8. Condiciones para la toma de decisiones

Con los actuales y rápidos cambios en el mundo globalizado, las empresas se enfrentan frecuentemente a diversos escenarios y a un sinnúmero de novedades que están fuera del control de los directivos. Existen factores competitivos, políticos y culturales, nacionales o globales que deben considerarse cuando un directivo toma una decisión; estos también deben asumir su impacto potencial y tienen que basar sus decisiones y recomendaciones en la información disponible, por lo tanto, la cantidad y precisión de la información, son vitales para una toma de decisiones acertada.

De acuerdo con Fincowsky & Benjamín (2011) existen tres diferentes condiciones en que se toman las decisiones:

1. **Certidumbre:** Es el escenario en donde se identifican las circunstancias, hechos y efectos permitiendo que los directivos estén completamente informados de la situación.
2. **Riesgo:** En esta condición la calidad de la información influye en el grado de riesgo, a medida que la información disminuye y se torna imprecisa entra el riesgo y las probabilidades objetivas y subjetivas.

3. Incertidumbre: Es un escenario en donde se cuenta con poca o ninguna información de las circunstancias y se desconoce la probabilidad de que suceda.

Cadena de valor

Una cadena de valor es el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, que abarca desde la obtención de fuentes de materias primas hasta que el producto o servicio terminado es entregado al consumidor final; en este proceso se involucran varias empresas (Morillo, 2005). El autor analiza la articulación entre los miembros involucrados o eslabones de la cadena de producción de un servicio o producto específico.

La cadena de valor se presenta como una herramienta tremendamente útil para que los gestores de los destinos turísticos puedan orientar sus decisiones en la dirección más adecuada, pues facilita el análisis, de forma independiente, de cada uno de los eslabones de la cadena de valor del destino, en esta ocasión, en cuestiones vinculadas con la sostenibilidad del modelo. (Pulido J, 2016).

La cadena de valor es muy útil para enmarcar la diferencia y la mejora continua del sector turismo y su crecimiento es por esto por lo que debemos abarcar a profundidad este tema para que las futuras generaciones se vean totalmente beneficiadas en el acercamiento con la naturaleza, culturas y crecimiento económico.

Se debe hacer un análisis por cadena de valor, este análisis es un instrumento útil para analizar la generación y la distribución del valor entre las unidades productivas relacionadas con el turismo. Kaplinsky y Morris (2002) definieron una cadena de valor como el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio desde su concepción, pasando

por las diferentes etapas de producción (que involucran una combinación de transformación física y los insumos de diferentes servicios) hasta el suministro al consumidor final para su uso. (Ventura V, 2011)

Para Este estudio amplía la evidencia empírica acumulada hasta la fecha sobre los procesos de toma de decisiones de los turistas en una situación de conflicto entre el mercado de un país de origen y un país de destino. Utiliza los constructos de animosidad, apego nacional, etnocentrismo del consumidor, imagen de país y percepciones del estado de las relaciones bilaterales para examinar tres escenarios de intención de visitar. Para obtener resultados sólidos

Se reducen significativamente. Para hacer viable la conservación de zonas protegidas no basta el ecoturismo, su complemento y fundamento es la productividad de las comunidades que habitan los ecosistemas protegidos.

Este estudio amplía la evidencia empírica acumulada hasta la fecha sobre los procesos de toma de decisiones de los turistas en una situación de conflicto entre el mercado de un país de origen y un país de destino. Utiliza los constructos de animosidad, apego nacional, etnocentrismo del consumidor, imagen de país y percepciones del estado de las relaciones bilaterales para examinar tres escenarios de intención de visitar. Para obtener resultados sólidos

Red de Comunicación.

La creciente importancia en la comunicación turística, sumada al desarrollo de Internet, las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs), implica un cambio de escenario en las relaciones entre el turista y el entorno. Esa relación, que inicialmente se producía en un ambiente relativamente controlado, se produce hoy en un entorno en el cual los

viajeros y la comunidad pueden comunicar su satisfacción o insatisfacción y alcanzar un nivel de visibilidad imposible de conseguir con los medios de comunicación tradicionales. En este nuevo escenario, cada turista puede ser un medio de comunicación, algo que trastoca completamente el concepto de relación empresa - turista. (Benítez, 2018).

Por otra parte, las TIC han jugado un papel importante en la innovación de los procesos y productos claves del sector turístico, convirtiéndose en un canal de comunicación que busca establecer una relación con los clientes y de igual forma busca facilitar la interconexión a nivel mundial. Hoy en día no sólo facilita la interconexión, sino que mejora la experiencia turística en el mundo. (Jiménez, 2019)

Desde el punto de vista de la oferta, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), han afectado también de forma notable a los proveedores turísticos en el modo de promocionar y comercializar sus productos o servicios (Fernández, (2016))

La naturaleza “interdependiente” del turismo amplifica el grado de exigencia sobre todos los agentes implicados en la prestación de los servicios que conforman un producto turístico de calidad. Si uno falla, ello tiene importantes repercusiones en los demás. Por tanto, es importante plantear un sistema que satisfaga al cliente en cada paso de la cadena de valor y asegure la eficiencia de los procesos en cada fase, es necesario disponer de un sistema robusto de medición del rendimiento de cada uno de los agentes implicados. Ello permitiría a todos los actores mejorar sus procesos de comunicación con el resto y coordinar sus procesos y actividades y ayuda a la medida de las necesidades del cliente, y controlar el rendimiento interno de una manera más eficaz. (Pulido-Fernández, 2016).

Conclusiones

Después de hacer la revisión sistemática de literatura, concluimos que el turismo es muy importante para las economías del mundo pero que este tenga impacto, debe estar sujeto a la toma de decisiones de los viajeros, la capacidad de adquirir productos y sobre todo la mejora continua que se realice desde la parte de la tecnología, puesto que esto juega un papel fundamental a la hora de escoger el destino turístico.

Para construir un sistema que satisfaga al cliente en cada paso de la cadena de valor y asegure la eficiencia de los procesos en cada fase, es necesario la implementación de las tecnologías de información y comunicación con el fin de obtener un sistema que permita analizar diferentes situaciones a la que está expuesto el turismo por ejemplo una pandemia ya que toda la cadena de valor se verá afectada. Ello permitiría a todos los actores mejorar sus procesos de comunicación y financiero ante tan situación coordinar sus procesos y actividades que ayudarán al sostenimiento del negocio.

Los componentes antes descritos conforman los elementos esenciales de una revisión sistemática de literatura rigurosa, donde se evidencia que se puede orientar de manera adecuada la toma de decisiones ayudando así a colocar el sector turístico como un segmento potencial.

Bibliografía

- Martín-Martín, A. (08 de 2018). *Cornell University*. Obtenido de Cornell University: <https://arxiv.org/abs/1808.05053>
- Silva, F. A. (2016). Redes de comunicación en stakeholders internos en empresas de hospedaje-restaurant: Caso Valencia, Venezuela. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(3), 30-50., págs. 35-50.
- Orgaz Agüera, F. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana.
- Benítez, V. A., Gutiérrez, I. M., & González, K. E. O. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 633-647.
- Jiménez, M. C. B., & Ibarra, D. L. R. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*, 24(1), 85-95.
- Fernández, M. M. R., Fernández, V. A. M., & Campo, M. L. R. (2016). Las nuevas estrategias de comunicación en el sector turístico.
- Pulido-Fernández, J. I., & López-Sánchez, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España. *Innovar*, 26(59), 155-176.
- Choong-Ki Lee, Muhammad Shakil Ahmad, James F. Petrick, Yae-Na Park, Eunkyong Park, Choong-Won Kang, The roles of cultural worldview and authenticity in tourists' decision-making

process in a heritage tourism destination using a model of goal-directed behavior, *Journal of Destination Marketing & Management*, Volume 18, 2020, 100500, ISSN 2212-571X, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100500>.

Botti, Laurent & Petit, Sylvain & Zhang, Linjia. (2019). Strategic decision concerning tourist origins portfolio: A decision process based on the ELECTRE method and applied to French Polynesia. *Tourism Economics*. 26. 135481661989132. 10.1177/1354816619891323.

<https://doi.org/10.1177/1354816619891323>

Ardito, L., Cerchione, R., Del Vecchio, P., & Raguseo, E. (2019). Big data in smart tourism: challenges, issues and opportunities.

Wattanacharoensil, W., & La-ornual, D. (2019). A systematic review of cognitive biases in tourist decisions. *Tourism Management*, 75, 353-369.

Rahman, A. Crouch G. Laing J. (2018). Decisiones de reserva temporal de los turistas: Un estudio del efecto del encuadre

Çeken, H., Yilmaz, E. (2018). La relación entre los sistemas de información geográfica y el desarrollo rural: ejemplo de Turquía.

Lakner, Z., Kiss, A., Merlet, I., (...), Grabara, J., Popp, J. (2018). Construyendo coaliciones para un turismo diversificado y sostenible: dos estudios de caso de Hungría.

Wang, L., Fong, DKC, Law, R., Fang, B. (2018). Duración de la estadía: sus determinantes y resultados.

Bronceado, H., Lv, X., Liu, X., Gursoy, D. (2018). Empujón de evaluación: efecto del modo de evaluación de las opiniones de los clientes en línea en las preferencias de los consumidores.

Teitler-Regev, S., Tavor, T. (2018) Toma de decisiones en la vida diaria y en el turismo.

Dragouni, M., Fouseki, K., Georgantzis, N. (2018). Participación comunitaria en la planificación del turismo patrimonial: ¿es mucho pedir?

- Lakner, Z., Kiss, A., Merlet, I., (...), Grabara, J., Popp, J. (2018). Construyendo coaliciones para un turismo diversificado y sostenible: dos estudios de caso de Hungría.
- Wang, L., Fong, DKC, Law, R., Fang, B. (2018). Duración de la estadía: sus determinantes y resultados.
- Rahman, A., Crouch, GI, Laing, JH (2018). Decisiones de reserva temporal de los turistas: un estudio del efecto del encuadre contextual.
- Rodríguez-Díaz, M., Rodríguez-Díaz, R. (2018). Un marco de toma de decisiones y gobernanza para la renovación de los destinos turísticos: el caso de Canarias.
- Zorpas, AA, Voukkali, I., Navarro Pedreño, J. (2018). El metabolismo del espacio turístico y su potencial de cambio a través de una propuesta de plan estratégico en el marco del desarrollo sostenible.
- Karl, M. (2018). Riesgo e incertidumbre en la toma de decisiones sobre viajes: perspectiva turística y de destino.
- Zhang, L., Sol, X. (2018). Un sistema de recomendación interactivo para la toma de decisiones de vacaciones en grupo.
- Pahari, S., Ghosh, D., Pal, A. (2018). Un proceso de selección de hoteles en línea basado en reseñas que utiliza el método TOPSIS difuso intuicionista.
- Prapasawasdi, U., Wuttisittikulij, L., Borompichaichartkul, C., Changkaew, L., Saadi, M. (2018). Comportamientos del turismo cultural: mejora de la influencia de las percepciones de los turistas sobre la comida y la cultura tailandesas locales.
- Xue, D. (2018). Comunicación boca a boca del destino turístico a través de Internet.
- Blišťan, P., Šoltésová, M., Kršák, B., Sidor, C., Štrba, L. (2018). Algunas posibilidades de utilizar sistemas de información geográfica en el análisis del potencial del destino Slovenský Raj (Eslovaquia) en el turismo.
- Wozzari, NA, Lokman, AM. (2018). Una aplicación de planificación de itinerarios fácil de usar basada en el enfoque de Kansei.
- Erdoğan, M., Bilisik, ON, Kaya, I. (2018). Un nuevo procedimiento difuso de toma de decisiones para la priorización de los candidatos de ciudad de marca para Turquía.
- Kontogianni, A., Kabassi, K., Alepis, E. (2018) Diseño de una aplicación móvil de turismo inteligente: modelado de usuarios a través de datos implícitos de usuarios de redes sociales.
- Usmanova, TK, Trifonov, PV (2018). Tendencias y perspectivas de desarrollo turístico.
- Kim, J., Kim, PB, Kim, J.-E. (2018). Opciones diferentes o similares: el efecto del encuadre de decisiones en la búsqueda de variedad en los paquetes de viaje.
- Chen, L., Thapa, B., Kim, J., Yi, L. (2018). Optimización del paisaje en un destino turístico altamente urbanizado: un enfoque integrado en Nanjing, China.