



Revista ISTE Scientist
Vol. 3 Núm. 1 (2024). pp. 44-53
Instituto Tecnológico Superior España
ISSN: 2953-6618
Tipo: Artículo Científico



Como citar: Verdezoto-Naveda, J. E. (2024). Business Intelligence en la toma de decisiones en empresas turísticas de la ciudad de Puyo. ISTE SCIENTIST, 3(1), 44-53.
<https://revistas.iste.edu.ec/index.php/reviste/article/view/30>

Business Intelligence en la toma de decisiones en empresas turísticas de la ciudad de Puyo

José Enrique Verdezoto-Naveda

joseverdezoto33@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-6823-098X>

Investigador Independiente

Puyo – Ecuador

Recibido: 01-02-2024 / **Aceptado:** 22-03-2024 / **Publicado:** 01-04-2024

Resumen

El estudio tuvo como objetivo evaluar la adopción y eficacia de la Inteligencia de Negocios (BI) en la toma de decisiones dentro de las empresas de alojamiento turístico en Puyo. Con un enfoque cualitativo, exploratorio y descriptivo, la investigación indagó cómo estas empresas integran herramientas de BI para mejorar sus operaciones estratégicas y procesos de toma de decisiones. Se aplicó una encuesta de 10 preguntas a los directivos de una muestra de 20 empresas de alojamiento turístico para conocer sus prácticas actuales en materia de constitución legal, participación de la empresa familiar, planificación estratégica, eficacia de la comunicación, acceso a la información, formación del personal, bases para la toma de decisiones, recopilación de datos financieros, uso de recursos tecnológicos y análisis de la demanda. Los resultados revelaron una marcada deficiencia en la adopción de herramientas de BI, ya que muchas empresas siguen dependiendo en gran medida de la toma de decisiones intuitiva e infrutilizan los recursos tecnológicos disponibles. Esta carencia puso de manifiesto la necesidad de una mayor concienciación y formación en aplicaciones de BI para mejorar

la toma de decisiones estratégicas y la eficiencia operativa en el sector turístico de Puyo. El estudio concluye con un llamamiento a la concertación de esfuerzos para mejorar la educación y la provisión de recursos con el fin de fomentar la integración de BI, mejorando así la competitividad y la sostenibilidad de la industria.

Palabras clave: Business Intelligence, Turismo, Toma de decisiones, Puyo.

Business Intelligence in decision making in tourism companies in the city of Puyo

Abstract

The study aimed to assess the adoption and effectiveness of Business Intelligence (BI) in decision-making within tourist accommodation companies in Puyo. With a qualitative, exploratory, and descriptive approach, the research investigated how these companies integrate BI tools to enhance their strategic operations and decision-making processes. A survey consisting of 10 questions was administered to managers from a sample of 20 tourist accommodation companies to gather insights into their current practices concerning legal constitution, family business involvement, strategic planning, communication effectiveness, access to information, staff training, decision-making bases, collection of financial data, use of technological resources, and demand analysis. The findings revealed a pronounced deficiency in the adoption of BI tools, with many companies still relying heavily on intuitive decision-making and underutilizing available technological resources. This gap highlighted the need for increased awareness and training in BI applications to improve strategic decision-making and operational efficiency in Puyo's tourism sector. The study concluded with a call for a concerted effort towards better education and resource provision to foster the integration of BI, thereby enhancing competitiveness and sustainability in the industry.

Keywords: Business Intelligence, Tourism, Decision-making, Puyo.

Introducción

El turismo es una industria de importancia mundial conocida por su naturaleza dinámica y su considerable impacto económico. Según Yumisaca et al. (2019) la toma de decisiones en este sector es compleja y se ve influida por diversos factores, como las preferencias fluctuantes de los clientes, las variaciones estacionales y las condiciones económicas. Una toma de decisiones eficaz en el sector turístico es crucial para optimizar la asignación de recursos, las estrategias de fijación de precios y la mejora de la experiencia del cliente, todo lo cual repercute directamente en la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa (Acuña y otros, 2019).

En Ecuador, el turismo es una actividad económica fundamental, ya que su rico patrimonio cultural y la diversidad de sus paisajes naturales atraen a visitantes de todo el mundo. La industria turística ecuatoriana se enfrenta a sus propios retos, sobre todo a la hora de gestionar el equilibrio entre maximizar los beneficios económicos y preservar los recursos naturales y culturales que la hacen atractiva (Astudillo & Prada, 2017). La necesidad de herramientas sofisticadas para la toma de decisiones se reconoce cada vez más como esencial para mantener la competitividad y garantizar el desarrollo sostenible (Bermeo y otros, 2020).

Según Barrera et al. (2020) las empresas turísticas en Ecuador se enfrentan a desafíos cada vez mayores, y el que sabe cómo competir con las demás empresas es el ganador, pero para aquello lo principal es mantener la rentabilidad y garantizar la satisfacción del cliente. En este contexto, las herramientas de BI pueden desempeñar un papel fundamental analizando grandes volúmenes de datos para descubrir patrones, predecir tendencias y ofrecer perspectivas procesables que puedan impulsar decisiones estratégicas (Cordero & Rodríguez, 2017).

En el dinámico entorno de la industria turística de Puyo, la toma de decisiones puede beneficiarse significativamente de la integración de Business Intelligence (BI). Esta investigación pretende explorar la aplicación del BI para mejorar los procesos de toma de decisiones en las empresas turísticas de Puyo, una ciudad conocida por su vibrante sector turístico impulsado por sus singulares paisajes naturales y su patrimonio cultural. Dada la complejidad de la gestión turística, que implica coordinar diversos servicios y responder a las fluctuantes demandas del mercado, según Gonzáles (2016) el uso eficaz del BI podría proporcionar una ventaja competitiva sustancial.

Esta investigación es fundamental, ya que no sólo pone de relieve el estado actual de la adopción de BI en el sector turístico de Puyo, sino que también como

mencionan Medina et al. (2016) proporciona información sobre las posibles mejoras que podrían lograrse mediante un uso más estratégico de las herramientas de BI. Al centrarse en la intersección de la tecnología y la estrategia empresarial, este estudio pretende contribuir a la comprensión más amplia de la mejora de la eficiencia operativa y la toma de decisiones en el turismo a través de capacidades analíticas avanzadas.

Metodología

La investigación adoptó un enfoque cualitativo, utilizando métodos exploratorios y descriptivos para profundizar en la utilización de la Inteligencia de Negocio (BI) en los procesos de toma de decisiones dentro de las empresas de alojamiento turístico en Puyo. El estudio se usó métodos inductivos y deductivos para explorar cómo se integran las herramientas de BI en las operaciones estratégicas de estas empresas y para describir las prácticas y percepciones existentes entre los gestores empresariales (Arias & Covinos, 2021). Para llevar a cabo este análisis, se seleccionó una muestra de 20 empresas de alojamiento turístico, que representaban una sección transversal diversa de la industria en Puyo.

La recogida de datos se facilitó mediante una encuesta estructurada que constaba de 10 preguntas dirigidas a los gerentes de estos establecimientos. Las preguntas de la encuesta se elaboraron para recabar información sobre diversos aspectos de las empresas, centrándose especialmente en la adopción y el impacto de las herramientas de BI en sus procesos de toma de decisiones. La metodología empleada en el análisis de las respuestas fue tanto inductiva como deductiva, lo que permitió obtener una visión global de las aplicaciones prácticas del BI en el sector turístico local e identificar patrones y tendencias a partir de los datos recogidos (Baena, 2017).

Resultados

Los resultados de la encuesta realizada a 20 empresas de alojamiento turístico de Puyo proporcionaron información significativa sobre diversos aspectos de sus operaciones y la integración de herramientas de Business Intelligence (BI). Las respuestas revelaron tendencias y deficiencias en múltiples áreas críticas para la gestión eficaz y la toma de decisiones estratégicas dentro de estas empresas.

Constitución legal de la empresa: Aproximadamente el 60% de las empresas encuestadas están constituidas legalmente como empresas individuales, lo que

indica un predominio de la propiedad personal en el sector. Mientras tanto, el 40% restante están constituidas como sociedades, lo que sugiere una presencia menor pero significativa de entidades estructuradas corporativamente dentro de la industria turística local.

Empresa familiar: La encuesta puso de relieve que el 70% de los alojamientos funcionan como empresas familiares, lo que podría influir en la gestión profesional y la planificación de la sucesión dentro de estas empresas. Por el contrario, el 30% declaró que no son de propiedad familiar, lo que implica un enfoque potencialmente diferente de la gestión y las operaciones.

Planificación estratégica: Cuando se les preguntó por la planificación estratégica, sólo el 35% de los encuestados confirmaron que disponían de una estrategia formal. Alrededor del 45% indicó algún nivel de planificación estratégica, mientras que un preocupante 20% carecía de ella, lo que podría afectar a su sostenibilidad a largo plazo y a su capacidad para hacer frente a los cambios del mercado.

Canales de comunicación: La comunicación con clientes y partes interesadas parece ser un punto débil, ya que el 65% de las empresas admite que sus canales de comunicación son sólo parcialmente eficaces. El 35% restante se siente seguro de sus estrategias de comunicación, lo que sugiere una brecha en la adopción de herramientas y prácticas de comunicación avanzadas.

Acceso de los turistas a la información: Los datos muestran una brecha en la accesibilidad a la información, ya que sólo el 50% de los establecimientos proporciona activamente información turística accesible a través de diversas plataformas. La otra mitad no da prioridad a las plataformas digitales o las infrutiliza para informar a los clientes potenciales, con lo que podrían perderse oportunidades de participación.

Formación del personal: En términos de desarrollo del personal, el 40% de las empresas se dedican a la formación regular del personal. Sin embargo, el 60% no ofrece formación o lo hace esporádicamente, lo que indica una falta de inversión en el desarrollo del capital humano, que es crucial para mejorar la calidad del servicio y la eficiencia operativa.

Toma de decisiones: Los procesos de toma de decisiones se basan en gran medida en la experiencia personal o la intuición en el 55% de los casos, frente al 45% que utiliza métodos basados en datos. Esta dependencia de una toma de decisiones potencialmente subjetiva podría obstaculizar la evaluación objetiva de los resultados empresariales y las oportunidades de mercado.

Recopilación de datos financieros históricos: Sólo el 30% de las entidades encuestadas recopilan sistemáticamente datos financieros históricos, que son esenciales para analizar las tendencias empresariales y tomar decisiones con conocimiento de causa. La mayoría del 70% carece de mecanismos o no da prioridad a esta práctica, lo que podría afectar a su capacidad de planificación y análisis financiero.

Uso de recursos tecnológicos: La adopción de la tecnología en la gestión de la información hotelera es variada: el 50% de los encuestados utiliza algún tipo de tecnología de forma eficaz, mientras que el otro 50% utiliza métodos anticuados o no utiliza la tecnología en absoluto. Esta división pone de manifiesto una importante brecha digital, que afecta a la eficacia y capacidad de respuesta de las empresas a las demandas del mercado.

Proyecciones, informes y análisis del comportamiento de la demanda: Sólo el 25% de las empresas utiliza software estadístico visual para generar proyecciones y analizar el comportamiento de la demanda, lo que indica una baja adopción de herramientas analíticas avanzadas. El resto, o bien no utiliza tales herramientas, o bien se basa en métodos básicos, que pueden no proporcionar la profundidad de conocimiento necesaria para la planificación estratégica.

Estos resultados sugieren una deficiencia media en todos los alojamientos turísticos de Puyo en varias áreas operativas clave, especialmente en la planificación estratégica, la toma de decisiones basada en datos y la adopción tecnológica. Esta tendencia subraya la necesidad de mejorar las prácticas de gestión y la integración de herramientas de Business Intelligence para mejorar la competitividad y la sostenibilidad en el dinámico mercado turístico.

Discusiones

La investigación desentraña en qué medida las empresas de alojamiento turístico de Puyo utilizan la Inteligencia de Negocio (BI) en sus procesos de toma de decisiones. Los resultados muestran una variación significativa en la adopción y aplicación de herramientas de BI, lo que indica una deficiencia general en la planificación estratégica, la integración tecnológica y la toma de decisiones basada en datos. Estos resultados coinciden con los de Murillo & Cáceres (2016) y Ahumada & Perusquia (2016), que observaron una tendencia similar en las pequeñas y medianas empresas turísticas de los mercados emergentes, lo que según Davenport & Harris (2016) subraya una brecha entre los beneficios potenciales de BI y su utilización real.

Una limitación notable de este estudio es el pequeño tamaño de la muestra, que puede no captar plenamente la diversidad dentro del sector turístico de Puyo. Además, como mencionan Castillo et al. (2015) el hecho de basarse en datos auto declarados puede introducir sesgos que distorsionen la interpretación de la adopción y la eficacia de las herramientas de BI. Factores externos, como las recientes fluctuaciones económicas y el aumento de la transformación digital debido a la pandemia COVID-19, han influido tanto positiva como negativamente en la urgencia y la capacidad de integración de BI en estas empresas. Estas dinámicas se hacen eco de los hallazgos de Silva et al. (2018), quienes destacaron cómo las presiones económicas externas aceleran la adopción tecnológica.

El debate en torno a la escasa adopción de herramientas de BI podría considerarse controvertido. Mientras que algunos autores como Millán & Gómez (2018) podrían argumentar que la falta de utilización de BI se debe a las limitaciones de recursos típicas de las pequeñas empresas, otros podrían sostener que la inversión en BI podría ser una estrategia transformadora que conduzca a una ventaja competitiva, como sugieren Yumisaca et al. (2019). Este debate es crucial, sobre todo teniendo en cuenta que la mejora de las capacidades de BI podría capacitar significativamente a las empresas para predecir tendencias, optimizar las operaciones y personalizar las experiencias de los huéspedes de manera más eficaz.

En general, la expectativa es que a medida que más empresas reconozcan el valor de BI, habrá un aumento gradual en su adopción. Sin embargo, para que esto se materialice, debe haber esfuerzos concertados hacia la educación y la demostración del ROI de BI en la industria de la hospitalidad, particularmente en regiones como Puyo donde el sector turístico juega un papel económico crítico.

Conclusiones

El estudio revela de forma concluyente que las empresas de alojamiento turístico de Puyo presentan una brecha significativa en la adopción y el uso eficaz de la Inteligencia Empresarial (BI) en su toma de decisiones operativas y estratégicas. Mientras que algunas empresas están empezando a adoptar herramientas tecnológicas, la mayoría sigue confiando en los métodos tradicionales y en la toma de decisiones intuitiva, a menudo pasando por alto los beneficios potenciales del BI para obtener información basada en datos y mejorar la eficiencia operativa.

Esta investigación subraya la necesidad crítica de aumentar la concienciación y la formación en relación con las tecnologías de BI, con el objetivo de demostrar su valor para mejorar la competitividad y la sostenibilidad dentro del sector turístico. Los resultados abogan por un enfoque integrador en el que la educación, el acceso a la tecnología y el apoyo de las autoridades locales podrían fomentar colectivamente una adopción más sólida de BI, lo que en última instancia conduciría a mejores resultados empresariales y una economía turística más vibrante en Puyo.

Referencias

- Acuña, C., Ortiz, J., Abad, M., & Naranjo, E. (2019). Toma de decisiones en las PyMEs ecuatorianas: industrias de Pichincha y Azuay. *Revista Espacios*, 40(40), 1-18.
- Ahumada, E., & Perusquia, J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(1), 127-158.
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño Y Metodología De La Investigación*. Arequipa: Consulting EIRL.
- Astudillo, S., & Prada, J. (Diciembre de 2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Cuaderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3ra ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Barrera, C., González, J., & Cáceres, G. (2020). Toma de decisiones en el sector turismo mediante el uso de Sistemas de Información Geográfica e inteligencia de negocios. *Revista Científica*, 38(2), 160-173. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/23448350.15997>
- Bermeo, M. C., Montoya, L. A., Valencia, A., & Mejía, M. A. (2020). Incursión de las TIC en la gestión de la información financiera en las empresas pyme comerciales: estudio de caso. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(10), 25-41.
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, E. (2015). El Turismo En Ecuador. Nuevas Tendencias En El Turismo Sostenible Y Contribución Al Crecimiento Económico. *Revista Galega de Economía*, 24(2), 69-88.

- Cordero, D., & Rodríguez, G. (2017). La inteligencia de negocios: una estrategia para la gestión de las empresas productivas. *Revista Ciencia Unemi*, 10(23), 40-48.
- Davenport, T., & Harris, J. (2016). *Compiendo con análisis: la nueva ciencia de ganar*. (H. B. Press, Ed.)
- González, R. (2016). *Impacto de la data warehouse e inteligencia de negocios en el desempeño de las empresas: Investigación empírica en Perú*. Tesis doctoral, Lima.
- Medina, R., Chiliquinga, L., & Ortiz, A. (2016). Aproximación sobre la inteligencia de negocios en las PYME. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 370-382.
- Millán, C. H., & Gómez, M. d. (2018). Factores e indicadores de competitividad hotelera. *Compendium*, 21(40), 1-16.
- Murillo, M., & Cáceres, G. (2016). Business intelligence y la toma de decisiones financieras: una aproximación teórica. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, v(1), 119-138.
- Silva, R., Pino, F., & Machado, O. (2018). Influencia de la inteligencia de negocio en el marketing turístico. *Universidad y Sociedad*, 1(1), 326-330.
- Yumisaca, J., Mendoza, E., & Benavides, V. (2019). La innovación en la actividad turística: una aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 7-14.

Agradecimientos

A la institución por la apertura de publicación

Financiamiento

No aplica

Conflicto de intereses

No existen

El contenido de **ISTE Scientist (ISSN: 2953-6618)**, publicados en este sitio están bajo una licencia de Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Los autores conservan los derechos morales y patrimoniales de sus obras. The contents of this article are under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. The authors retain the moral and patrimonial rights of their works.

