

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS AGENCIAS TURÍSTICAS DE RIOHACHA D.E.T.C



SENNOVA

Sistema de Investigación,
Desarrollo Tecnológico e Innovación

ISSN 2619 - 2896

02

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS AGENCIAS TURÍSTICAS DE RIOHACHA D.E.T.C.**STRATEGIC PLANNING IN THE TOURIST AGENCIES OF RIOHACHA D.E.T.C.****Elkin Fuentes Jiménez***

Contador, Maestrante en Finanzas. instructor investigador del Centro Industrial y de Energía Alternativas.

Grupo de investigación

TECNOVA. elkin_david33@misena.edu.co

RESUMEN

La planificación estratégica en las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C, consiste básicamente en realizar revisiones a la información empresarial y financiera, de modo que puedan detectarse posibles desviaciones en el plan de acción y que estas puedan adaptarse a los cambios presentados en ambientes internos o externos, ya sean financieras, políticas, tecnológicas, socioculturales o medioambientales. En similar opinión, Tapia (2016) expone que en cuestión de planeación se reconocen diversas designaciones; que se utilizan generalmente de forma indistinta, ya sea porque no se tienen en cuenta las marcadas diferencias o porque por el desconocimiento de particularidades y sus aplicaciones. Lo anterior se deriva de la evolución que ha tenido la administración de las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C.

Palabras claves

Planeación estratégica, agencias de turismo, pymes, toma de decisiones

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones se exponen a innumerables cambios producidos en el ámbito económico global, razón por la cual requieren de la implementación de procesos de planificación que les ofrezca una visión de los posibles sucesos futuros y la manera que pudieran afectarlas. De esta manera, la figura de la planeación estratégica cobra gran fuerza en el accionar empresarial, puesto que su puesta en marcha provee o permite la realización de pronósticos que conllevan a la anticipación de situaciones que pudieran enfrentarse a través de acciones que favorezcan la consecución de los objetivos en el largo plazo, sin descuidar la importancia de las metas cortoplacistas. Según González y Rodríguez (2020), definen la planeación estratégica como el proceso orienta-

do en la realización de diferentes previsiones o pronósticos para el futuro empresarial, lo cual es logrado mediante un exhaustivo análisis de los factores externos e internos para luego establecer una serie de estrategias que se basan en la misión y visión organizaciones, con lo cual pueden alcanzarse adecuadamente los objetivos de la empresa en el largo plazo. Con la finalidad de dar solución a la problemática se formula la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los tipos de planeación estratégica presentes en las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C.? Y de esta manera en el desarrollo de la investigación se pretende Identificar los tipos de planeación estratégica en las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C.

Dentro de esta perspectiva, a pesar de la importancia de la planeación estratégica para las organizaciones gracias a que facilita una clara noción del futuro organizacional y el establecimiento de objetivos, Sumba et al., (2020), declara que es una herramienta mayormente usada por las grandes empresas, mientras que las pymes siguen presentando dificultades en su utilización, como es el caso de las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas y más específicamente en Ecuador, donde aproximadamente un 61% ni siquiera la aplican y mayormente operan a través de la toma de decisiones empíricas, dificultando de esta manera el alcance de ventajas competitivas.

Planteamiento del problema y justificación:

El turismo en Riohacha tiene un gran potencial, pero las agencias turísticas enfrentan desafíos en términos de competitividad, falta de estrategias claras y dificultades para aprovechar los recursos disponibles. Es necesario abordar este problema para fortalecer el sector turístico y contribuir al desarrollo socioeconómico de la región. Esta investigación es relevante y pertinente, ya que proporcionará recomendaciones concretas para mejorar la planeación estratégica de las agencias turísticas y promover su crecimiento, generando beneficios

tanto para los empresarios turísticos como para la comunidad local.

Objetivos:

Objetivo general: Analizar las estrategias de planeación estratégica que fortalezcan el desarrollo de las agencias turísticas de Riohacha.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de las agencias turísticas de Riohacha.
- Identificar las principales barreras y desafíos que enfrentan las agencias turísticas en su proceso de planeación estratégica.
- Proponer estrategias y recomendaciones específicas para mejorar la planeación estratégica en las agencias turísticas de Riohacha.

Fundamento teórico

La investigación se sustenta en diversos conceptos y principios relacionados con la planeación estratégica y el desarrollo turístico. Entre los aspectos teóricos abordados se encuentran: el concepto de planeación estratégica, los enfoques y metodologías utilizadas en la planificación estratégica para el sector turístico, los principales elementos de un plan estratégico, la importancia de la sostenibilidad en el turismo y las estrategias de promoción y comercialización en el ámbito turístico.

De acuerdo con las exposiciones de Arias (2016), las bases teóricas conllevan a que deba desarrollarse diversas y amplias conceptualizaciones que conforman el enfoque adoptado y punto de vista, de modo que pueda explicarse y/o sustentarse la problemática planteada:

Tipos de planeación estratégica

Dentro de la planeación estratégica, según González y Rodríguez (2020), son distinguidos algunos enfoques que permiten obtener una visión objetiva en referencia a las diversas técnicas de planeación. En este sentido, se encuentran los enfoques específicos de planeación reactiva, inactiva y proactiva, cada uno de los cuales posee un significado diferente que conduce y orienta al análisis y reflexión al momento de identificar una organización con el enfoque que concentra su proceso de planeación estratégica.

A. Planeación reactiva

González y Rodríguez (2020), consideran que este enfoque se basa en la orientación hacia el pasado, dado que se piensa que fue mejor; en consecuencia, se concentra en la búsqueda de conseguir la

situación en la que encontraba anteriormente, ignorando los cambios significativos necesarios para su permanencia en el mercado. Quienes se inclinan por este enfoque consideran a los cambios tecnológicos como su principal obstáculo.

Aunado a lo anterior, los autores afirman que de esta manera se aduce a la premisa que la experiencia es el mejor maestro; este enfoque de la planeación se lleva a cabo desde los niveles inferiores hacia los superiores en las organizaciones, estos últimos delegan a los inferiores la realización de planes, estos instruyen a sus subordinados y así sucesivamente, después del nivel más inferior se van integrando los planos hacia arriba departamento a departamento. Por su parte, Tapia (2016) afirma que la planeación reactiva se basa en planear para el presente ineludible; de esta manera, se trata de una planificación inercial o proyectiva, lo cual indica que son proyecciones tendenciales o simplemente inerciales como herramientas de análisis que se enfoca en las tendencias del pasado que hayan brindado beneficios, resultando insuficiente para fenómenos complejos.

Por su parte, Tarapuez et al. (2016) exponen que las organizaciones con un enfoque reactivo se caracterizan por ocasionalmente implementar formalmente alguna estrategia, por pocas veces incluir en su plan estratégico la innovación, poco estimulan iniciativas que se deriven en procesos de cambio y transformación y casi nunca establecen formalmente un proceso de seguimiento de la estrategia ni se rigen bajo un estilo de liderazgo participativo.

B. Planeación inactiva

Por otro lado, para por González y Rodríguez (2020) este enfoque tiene como propósito principal la permanencia y supervivencia de la empresa en su contexto actual, operando bajo la premisa de “manos fuera” evitando mayor esfuerzo en inferir en su destino organizacional; quienes se orientan por él, se encuentran satisfechos con situación actual, no se inclinan por su regreso al pasado, pero tampoco conciben la evolución como una necesidad que requiere mayor esfuerzo.

El enfoque de planeación estratégica inactiva, según declaraciones de Bayón (2020), es aquella que se basa o se centra en la debida elaboración de un proceso de planificación en el presente, razón por la cual debe prevenirse los cambios que pudieran presentarse, de modo que la situación actual pueda perpetuarse, conllevando de esta manera a que se logre la estabilidad y posterior supervivencia de la empresa u organización.

Dentro de este mismo contexto, Tarapuez, et al., (2016), consideran que, bajo el enfoque de planeación inactiva, las organizaciones se mantienen estáticas, no establecen proyectos a futuro, se limitan a responder únicamente a lo que ese requiere en el momento; por su representación no previsor, las empresas suelen enfrentarse a un alto riesgo de desaparecer, puesto que evidentemente carecen de una visión futura.

C. Planeación proactiva

Para González y Rodríguez (2020), este último enfoque planeación se conoce también como planeación interactiva, dentro de sus parámetros, la organización se plantea que sus oportunas acciones orientan la transformación de su futuro, desarrollando para ello bases sólidas mediante estrategias, este enfoque por lo tanto, es el más desafiante, bajo el cual las empresas operan con la convicción de que es posible crear el futuro, por lo que se realizan mayores esfuerzos que permitan poco a poco alcanzar el porvenir idealizado para la organización.

De manera similar, Bayón (2020), declara que este tipo de planificación se basa en la necesidad organizacional de no anticiparse a los sucesos futuros, sino que estos deben crearse, diseñando condiciones deseables y los medios a través de los cuales será alcanzado dicho futuro, siendo un sistema de planeación integrador o de toda la empresa, realizándose en equipos y apoyándose en la participación, motivación y consenso del personal de la organización.

A su vez, Tarapuez, et al., (2016), afirman que bajo este enfoque las empresas llevan a cabo procesos formales de formulación, ejecución y seguimiento de la estrategia seleccionada, además de siempre relacionar esta con el entorno en que se desenvuelve. También, poseen inclinación por la inclusión de la innovación de su plan estratégico, propenden por desarrollar una estructura organizacional de carácter flexible, poseen la capacidad de adaptar e incorporar nuevas tecnologías, impulsando con ello procesos de cambio y transformación, permitiendo una mayor inmunidad ante los cambios e incertidumbres del entorno.

Metodología

Para la realización de la presente investigación se llevara a cabo un estudio de tipo descriptivo, puesto que el comportamiento de la temática o variable estudiada se describe en el transcurso del proceso investigativo, de manera que puedan

identificarse los cambios que pudieran presentarse. De acuerdo con Arias (2016), las investigaciones descriptivas se basan en la caracterización de fenómeno, situación, individuo o grupos de estos, con la finalidad de establecer la estructura de su comportamiento, al tiempo que los resultados se ubican en un nivel intermedio en lo que respecta a la profundidad de los conocimientos.

De manera similar, los autores Hernández y Mendoza (2018), comentan que las investigaciones descriptivas son aquellas que se centran en el respectivo análisis de un fenómeno en específico, así como las características, las propiedades y los perfiles de procesos, personas, grupos, objetos y demás situaciones, describiendo exclusivamente todo aquello que se observa, sin que se realicen alteraciones o modificaciones.

Diseño de la investigación

De acuerdo con Sabino (2014), afirma que en el diseño de la investigación existe un paralelismo entre la formulación del marco teórico de la investigación y la elaboración de su diseño debido a que la primera tarea tiene por finalidad analizar el objeto en tanto que la construcción teórica, para permitir una clara aproximación conceptual, la elaboración del diseño se ocupa del abordaje de ese mismo objeto para lograr confrontar a si la visión teórica del problema con los datos de la realidad.

En este orden de ideas, la presente investigación se considera no experimental, que de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), es el tipo de estudio donde las variables no son manipuladas por los investigadores. De igual manera, la presente investigación también es de tipo transversal, debido a que los datos y la información se tomaron en un solo tiempo, en un momento único. Asimismo, este estudio será realizado por medio de un diseño de campo, debido a que el proceso de recolección de la información será directamente en las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C, en las cuales se realiza el estudio.

Población y muestra

Se entiende por población, según Sabino (2014), como la totalidad de unidades de análisis o elementos que integran un fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica. Es decir, la población constituye aquellos sujetos, objetos, sucesos o comunidad de estudio sobre que o quienes se van a recolectar datos.

Por su parte, Hernández y Mendoza (2018), consideran que el universo de la investigación está conformado por toda la población o conjunto de unidades que se quiere estudiar y que podrían ser observadas individualmente en el estudio. En este sentido, la población objeto de estudio en la presente investigación estará representada por los gerentes de las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C, quienes son los encargados de llevar a cabo los procesos administrativos y tomar las decisiones contables:

Tabla 1. Elementos de la población

Entidad	Municipio/Departamento
Guajira Tours Ltda	Riohacha – La Guajira
Guajira Mundo	Riohacha – La Guajira
Jouktail Anoy Tour S.A.S	Riohacha – La Guajira
Grupo empresarial Nasscar S.A.S	Riohacha – La Guajira
Saanhain Tour S.A.S	Riohacha – La Guajira
Urbanturs S.A.S	Riohacha – La Guajira
Kaimaapalaa Tours	Riohacha – La Guajira
Sol-Era Viajes y turismo E.A.T	Riohacha – La Guajira
Colombia Tours 97 S.A.S	Riohacha – La Guajira
Grupo Luna Guajira S.A.S	Riohacha – La Guajira
Uni Tours Colombia S.A.S	Riohacha – La Guajira
Central Nacional de compras Frutas de verano S.A.S	Riohacha – La Guajira
Sumaj Tours S.A.S	Riohacha – La Guajira
Ecotour Guajira S.A.S	Riohacha – La Guajira
Guajira Expedition Tours S.A.S	Riohacha – La Guajira
Inspira Guajira Travel S.A.S	Riohacha – La Guajira

Fuente: Cámara de Comercio de La Guajira (2022)

En este contexto el estudio se enmarca en una investigación de tipo descriptiva con un diseño de investigación mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos. La población objetivo está conformada por las agencias turísticas de Riohacha, y la muestra se seleccionará con el total de la población, considerando criterios de representatividad y diversidad. La recolección de datos se realizará mediante encuestas y entrevistas semiestructuradas, las cuales permitirán obtener información tanto cuantitativa como cualitativa.

RESULTADOS

En esta etapa de la investigación, se han realizado diagnósticos de las diversas agencias turísticas de Riohacha D.E.T.C. y los posibles tipos de planeación estratégica que deben de implementar en sus procesos administrativos y financieros.

A continuación, se presenta una descripción narrativa de los aspectos más relevantes que se desea obtener de esta investigación:

- Situación actual de las agencias turísticas
- Barreras y desafíos en la planeación estratégica
- Estrategias, recomendaciones y propuestas para mejorar la planeación estratégica en las agencias turísticas de Riohacha.

Supervisar los avances, valorar el progreso y hacer ajustes correctivos, según Ramírez y Tejada (2020), es el punto de partida para decidir que se deben mantener o cambiar la visión, misión, objetivos, estrategia o los métodos de ejecución, de las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C.

Es común que las Agencias Turísticas de Riohacha D.E.T.C. descubran que uno o más aspectos de la aplicación y ejecución no van tan bien como se planeó. La ejecución eficiente de la estrategia siempre es resultado de un gran aprendizaje organizacional, lo que se logra de forma desigual, en algunas áreas es algo rápido y en otras tiende a trabajarse. Para que no se escapen detalles de los progresos de la estrategia es importante evaluar de forma continua la ejecución.

DISCUSIÓN

La gerencia requiere conocer cuándo las estrategias aplicadas y ejecutadas no tuvieron el impacto esperado; lo que se obtiene a partir de la evaluación de la estrategia ya que es el principal medio para conocerlo, todas las estrategias deben estar sometidas a futuras modificaciones debido a los factores externos e internos están en permanente cambio.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2016). *El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica*. (7a. ed.). Caracas, República Bolivariana de Venezuela. Editorial Episteme, C.A.
- Bayón, J. (2020). *Gestión estratégica y económica en aeropuertos*. Editorial Elearning, S.L.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson.
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. (6a. ed.). Ciudad de Guatemala, Guatemala: Editorial Episteme.
- Sumba, R; Cárdenas, N; Bravo, T; Arteaga, R. (2020). *La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas*. Revista Científica Ciencias Económicas y Empresariales, (Edición 22) Vol. 5, No 4. Recuperado de: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.299>
- Tapia, G. (2016). *Fundamentos de la planeación estratégica prospectiva*. Jornadas Nacionales de Administración Financiera, pp. 245-260. Recuperado de: https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/sadaf/xxxvi_jornadas/xxxvi-j-tapia-fundamentos.pdf
- Tarapuez, E; Guzmán, B; Parra R. (2016). *Estrategia e innovación en las Mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013*. Estudios Gerenciales. 32, 170-180. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v32n139/v32n139a09.pdf>
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Routledge Handbook of Tourism in Asia*. Routledge. Jamal, T. B., & Robinson, M.