



RiUPTC

Repositorio Institucional
UPTC

repositorio.uptc@uptc.edu.co



PERSPECTIVAS DE LA TEORÍA DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE CONTRAEXPERTIZAJE



Conference Proceedings ICONIS – IV 2020.
Leon-Mexico, October 22-23, 2020. Pag. 87-90

ISSN (En línea): 2711-3310

Pérez-Romero, Miriam Edith* <i>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, Morelia, Michoacán, México</i>	Flores-Romero, Martha Beatriz <i>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, Morelia, Michoacán, México</i>	Alfaro-García, Víctor G. <i>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, Morelia, Michoacán, México</i>	Alfaro-Calderón, Gerardo G. <i>Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Francisco J. Múgica S/N, Felicitas del Río, Morelia, Michoacán, México</i>
--	--	---	--

miromero@umich.mx betyf@umich.mx victor.alfaro@umich.mx galfaroc@gmail.com

Resumen: Lograr que un destino turístico sea competitivo es un reto importante para los tomadores de decisiones, por lo mismo, es necesario que los actores involucrados se encuentren en la misma sintonía. El presente trabajo aplica el expertizaje y el contraexpertizaje para analizar las perspectivas de dos grupos de expertos en materia de destinos turísticos y competitividad. Se hizo uso de herramientas y técnicas de lógica borrosa, así como de estadística descriptiva. Se encontró que la perspectiva de los expertos investigadores como de los trabajadores en el sector turístico es similar.

Keywords: fuzzy logic, expertons, tourism

1 INTRODUCCIÓN

La competitividad turística o competitividad de destino, tiene un enfoque teórico fruto de los aportes realizados por diversos autores como resultado de sus investigaciones. El concepto de competitividad turística involucra múltiples factores y tiene un

* Citar: Pérez-Romero, M. E., Flores-Romero, M. B., Alfaro-García, V. G. y Alfaro-Calderón, G. G. (2020). Perspectivas de la teoría de la competitividad turística a través de la aplicación de métodos de contraexpertizaje. *Conference Proceedings of the International Congress on Innovation and Sustainable*, Leon-Mexico, October 22-23, p.p. 87-90.

efecto en múltiples situaciones. A partir de lo anterior, es posible establecer las causas y efectos que la competitividad trae a un destino turístico, sin embargo, la pregunta es si los aportes académicos al tema son iguales desde la perspectiva de los tomadores de decisión en el sector turístico.

El objetivo de este estudio es aplicar algoritmos que utilizan herramientas de la lógica borrosa como el expertizaje y el contra-expertizaje al tema de la competitividad turística, se busca identificar la relación entre sus causas y efectos a partir de opiniones de expertos que investigan el tema versus expertos que trabajan en el sector turístico.

2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

La lógica borrosa tiene herramientas como el expertizaje y el contra-expertizaje. El expertizaje es el proceso de consulta a un grupo determinado de expertos en relación a un tema definido, con el propósito de acotar la incertidumbre (Luna *et al.*, 2017). El contraexpertizaje establece una comparación o reafirma los resultados entre las estimaciones de dos o más grupos de expertos, puede convertirse en una eficaz ayuda para la toma de decisiones, ya que de cierto modo, llega a mitigar la subjetividad, y al igual que el expertizaje, reduce la incertidumbre en la mayoría de los casos (Gil-Lafuente, 2005).

Por otra parte, la competitividad turística se ha definido como la capacidad del lugar de optimizar su atractivo para

residentes y no residentes, ofrecer servicios turísticos de calidad, innovadores y atractivos a los consumidores y ganar cuotas de mercado nacional y mundial, al tiempo que garantiza que los recursos disponibles que respaldan el turismo se utilizan de manera eficiente y sostenible (Dupeyras y MacCallum, 2013). Dicho concepto también se asocia con la intervención de múltiples factores, tanto tangibles como intangibles, aunque es solo sobre unos cuantos, conocidos como factores críticos, en donde reside el éxito o fracaso (Alonso, 2010).

3 METODOLOGÍA

La metodología que se ha seguido consiste en una revisión de la literatura sobre los modelos de competitividad para identificar todas las posibles causas y efectos; los modelos revisados fueron los propuestos por Poon (1993), Hassan (2000), Health (2003), Ritchie y Crouch (2003), Dwyer y Kim (2003), Acerenza (2009), Wei-Chiang (2009), Alonso (2010) y Jiménez y Aquino (2012).

Posteriormente se formaron dos grupos de expertos, un grupo de investigadores en turismo y un grupo de personas que trabajan en el sector turístico; en seguida se solicitó a los expertos realizaran la evaluación de las relaciones causa-efecto utilizando una escala endecadaria como la propuesta por Kaufmann y Gil-Aluja (1988).

A continuación se obtuvieron los expertones, mediante los 3 pasos

siguientes: el cálculo de las frecuencias absolutas, el cálculo de las frecuencias relativas y la acumulación de frecuencias relativas (Sarmiento *et al.*, 2017). Se obtuvo un experton a partir de la evaluación que realizó el grupo de investigadores y otro a partir del grupo de trabajadores. Después se calculó el contra-expertizaje mediante el promedio de la diferencia de las esperanzas matemáticas de los expertones obtenidos y finalmente, se agruparon los resultados en una distribución de frecuencias para facilitar su interpretación y análisis.

4 RESULTADOS

Los resultados muestran que son 15 las causas principales que hacen competitivo a un destino turístico, a su vez, son 9 los efectos que la competitividad trae al destino, generando así un total de 135 relaciones causa – efecto. La aplicación del contra-expertizaje a las 135 relaciones causa-efecto, mostró que la distancia entre las opiniones de los dos grupos de expertos tiene un rango de 0.00% a 18.75%. La distribución de frecuencias mostró que los datos están muy sesgados a la derecha, lo que indica que la mayoría de los resultados están en los valores más bajos, es decir, la distancia entre las opiniones de los expertos es pequeña, por lo tanto, se valida la información brindada por los expertos. Con respecto a los

resultados encontrados en la cola de la distribución de frecuencias, la mayor diferencia entre los expertos surge en la relación compromiso ambiental (causa) –

demanda turística (efecto), siendo la distancia en este caso del 18.75%.

5 CONCLUSIONES

El uso de técnicas como el expertizaje y el contraexpertizaje reafirmaron las causas y efectos que conlleva la competitividad turística, así como las relaciones entre ellas. Se encontró que la perspectiva de los expertos investigadores sobre el tema es similar a la perspectiva que tienen los trabajadores del sector turístico.

Una de las limitaciones que encontramos en este trabajo es la cantidad de expertos que componen cada grupo, sería beneficioso ampliar la cantidad de expertos. Para futuras investigaciones, consideramos extender el estudio a más grupos de expertos, por ejemplo, a la parte gubernamental que entre otras cosas dirige acciones a favor del sector turístico; también consideramos oportuno utilizar otras herramientas de como la Distancia de Hamming o la Distancia de Euclides aplicadas al estudio de la competitividad de destino.

6 REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2009). *Competitividad de los destinos turísticos*. México: Trillas.
- Alonso, V. H. (2010). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 19, 201 - 220.
- Dupeyras, A. y MacCallum, N. (2013). *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*. OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>

Perspectivas de la teoría de la competitividad turística a través de la aplicación de métodos de contraexpertizaje

- Dywer, L. y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: a models and determinants. *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369-414.
- Gil-Lafuente, A. M. (2005). Fuzzy Logic in Financial Analysis. Países Bajos: Springer.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38 (3), 239 – 245.
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of hospitality and tourism management*, 10 (2).
- Jiménez, P. y Aquino, F. K. (2012) Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21, 977 – 995.
- Kaufmann A. y Gil-Aluja, J. (1988). Modelos para la investigación de los efectos olvidados. España: Milladoiro.
- Luna, K., Tinto, J., Sarmiento, W., y Cisneros, D. (2017). Tratamiento de impagos bajo el enfoque de la incertidumbre con la aplicación de redes neuronales. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5 (1), 61-70.
- Sarmiento, W., Luna, K. y Cisneros, D. (2017). Estimación del ciclo de caja a partir de un sistema de subconjuntos borrosos (Caso artesanos de calzado Cantón Gualaceo Provincia del Azuay). *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 5 (2), 91-97.
- Poon, A. (1993). Tourism, technology and competitive strategies. Reino Unido: CAB International.
- Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: a sustainable tourism perspective. CABI Publishing