



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio
Carrera de Gestión de la Información Gerencial

TRABAJO DE UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

MODALIDAD ESTUDIO DE CASO

Previo a la obtención del título de:

Licenciada en Gestión de la Información Gerencial

TEMA

Integración de tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional en la
Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. Manta, año 2024: (estudio de caso)

AUTORA

Ávila Pibaque Mirna Patricia

TUTORA

Ing. Sonia Patricia Andrade Alvarado, Mg

MANTA- ECUADOR

2025 - 1

Tema:

Integración de tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional en la
Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. Manta, año 2024: (Estudio de Caso)

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la carrera de Gestión de la Información Gerencial de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el Trabajo de Unidad de Integración Curricular (Estudio de Caso), bajo la autoría de la estudiante Ávila Pibaque Mirna Patricia, legalmente matriculado/a en la carrera de Gestión de la Información Gerencial, período académico 2025-1, cumpliendo en la Fase 1 con 96 horas, y en la Fase 2 con 144 horas, un total de 240 horas; bajo la opción de titulación Estudio de caso, cuyo tema del proyecto es "Integración de tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional en la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. Manta, año 2024:(estudio de caso)".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de julio de 2025.

Lo certifico,


 Ing. Patricia Andrade Alvarado
Docente Tutor(a)

Autoría

Yo, Ávila Pibaque Mirna Patricia, portadora de la cédula de identidad N.º 1310536493, estudiante de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio, carrera de Gestión de la Información Gerencial, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular, titulado: "Integración de Tecnologías Avanzadas en la Gestión de la Información Organizacional en la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda., 2024 (Estudio de caso)". es de mi autoría y ha sido elaborado con fines académicos, cumpliendo con los requisitos establecidos para la obtención del grado correspondiente.

Certifico que este trabajo de investigación es una elaboración original y auténtica, y que las fuentes externas utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas conforme a las normas académicas establecidas.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Ávila Pibaque', written over a horizontal line.

Ávila Pibaque Mirna Patricia

Autora

Dedicatoria

A Dios, por regalarme la vida, la salud y la fortaleza para superar cada reto que se presentó en este camino. Gracias por iluminar mi mente y mi espíritu, y por darme la paciencia para perseverar a lo largo de todo este proceso.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida. A mi madre Elsa Pibaque, por enseñarme el valor del amor constante y por tu fortaleza silenciosa. A mi padre Juan Ávila, quien desde el cielo ha sido mi guía, su amor y recuerdo me acompañan en cada uno de mis logros.

A mi esposo Cenen Ponce Quiroz, a mis hijas Alanis Thays y Layha Solange Ponce Ávila, por su apoyo incondicional, por estar siempre a mi lado, por ser mi mayor inspiración y por brindarme la confianza para seguir adelante.

Ustedes son el motor que me ha impulsado a alcanzar este logro, su amor y comprensión han sido mi mayor fuente de motivación y la fuerza para perseguir mis sueños.

Este trabajo es el resultado de su confianza, comprensión y sacrificios, sin duda alguna, son mi fortaleza y este logro también es de ustedes.

Mirna Patricia Ávila Pibaque

Agradecimiento

Este trabajo de titulación es la culminación de un proceso de desarrollo personal y académico. Asimismo, extendiendo mi agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente, así como a la Carrera de Gestión de la Información Gerencial y a cada uno de los docentes que, con dedicación y esfuerzo, compartieron sus conocimientos y me orientaron a lo largo de este proceso formativo.

A mi tutora, la Ing. Patricia Andrade Alvarado, le expreso profundamente por su invaluable guía, paciencia y dedicación. Su acompañamiento me permitió superar cada desafío en este proceso. Sumado a ello, su orientación durante el desarrollo de este trabajo de integración curricular fue clave para alcanzar este importante logro. Sin su apoyo, este recorrido habría sido mucho más difícil.

Como parte esencial de este camino, extendiendo mi sincera gratitud a la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda., por brindarme la oportunidad de llevar a cabo esta investigación y permitirme adquirir aprendizajes de su valiosa experiencia. La colaboración de la agencia ha sido clave para el desarrollo de este trabajo. Espero que los resultados de este estudio contribuyan a fortalecer aún más su labor y a continuar impulsando su crecimiento y éxito en el futuro.

Para cerrar esta etapa, reconozco que cada desafío en el camino no fue un obstáculo, sino una oportunidad para aprender y fortalecerme. Este proceso me enseñó que la perseverancia y la fe son pilares que me impulsan a seguir adelante, sin importar las dificultades. Hoy no solo concluye el cierre de este capítulo, sino el inicio de uno nuevo, lleno de metas por alcanzar y sueños por cumplir. Cada esfuerzo, cada paso dado, me ha acercado cada vez más a mis metas.

Mirna Patricia Ávila Pibaque

Índice de Contenido

Tema:.....	2
.....	3
Autoría	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento	6
Resumen	11
Abstracts.....	12
Introducción	13
Antecedentes	15
Definición del estudio de caso.....	19
Justificación	21
Objetivos del estudio de caso.....	23
Objetivo general	23
Objetivos específicos.....	23
Marco conceptual.....	24
Tecnologías avanzadas	26
Definición	26
Características y complejidad	26
Recursos necesarios para la implementación	27
Beneficios y riesgos	28
Limitaciones en la implementación.....	29
Principales tecnologías actualmente	30

Importancia en el contexto organizacional	31
Gestión de la información organizacional	31
Definición	31
Fases de la GIO	32
Relación entre información y estrategia	33
Sustancialidad de la GIO en la era digital.....	34
Cultura basada en datos	35
Mejora de la seguridad y gestión de riesgos	35
Marco metodológico.....	37
Modalidad de la investigación.....	37
Tipo de diseño de la investigación	37
Alcance de la investigación	37
Métodos	38
Técnicas.....	38
Instrumentos de la investigación.....	39
Población y muestra	40
Dimensión temporal del estudio.....	40
Resultados obtenidos.....	42
Resultados de la observación.....	42
Resultados de la entrevista	43
Análisis de los resultados obtenidos	45
<i>Análisis de la entrevista</i>	<i>47</i>

Análisis comparativo de los entrevistados	57
Análisis general de los resultados	63
Conclusiones	65
Recomendaciones	66
Bibliografía.....	67
Anexos.....	72
Anexo 1. Propuesta de solución	72
Anexo 2. Guía de Observación.....	81
Anexo 3. Entrevista Semiestructurada.....	87

Índice de Figuras

Figura 1. Principales hallazgos en el contexto general de estudio.....	42
Figura 2. Nivel de Conocimiento sobre las Tecnologías Avanzadas	43
Figura 3. Nivel de Conocimiento sobre la Gestión de la Información Organizacional	44

Resumen

En un entorno digitalizado, la adaptación a nuevas tecnologías es esencial para optimizar procesos y mantener la competitividad. Este trabajo de titulación tiene como objetivo principal implementar tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional en la Agencia de Viajes Aeslit Cía. Ltda. de Manta, Ecuador. A través de un estudio de caso, se identifican limitaciones, como el uso de tecnologías obsoletas y procesos manuales, que afectan tanto la eficiencia operativa como la seguridad de los datos.

La investigación, con enfoque cualitativo, empleó entrevistas semiestructuradas y observación directa para conocer las percepciones y experiencia del personal respecto a la gestión de la información. Los resultados obtenidos muestran que la agencia depende de herramientas tradicionales como Excel y memorias USB, lo que limita la capacidad de adaptación a las necesidades del mercado digital y dificulta la toma de decisiones estratégicas.

Además, la carencia de capacitación en el uso de nuevas tecnologías y la resistencia al cambio son barreras clave para la modernización de Aeslit. Se concluye que, a partir de los hallazgos obtenidos, es necesario incorporar herramientas tecnológicas actualizadas que permitan centralizar la información y fortalecer la eficiencia en la gestión de datos. Estas soluciones tecnológicas contribuirían a la personalización de los servicios y a la optimización de los procesos internos.

Asimismo, se considera fundamental invertir en la capacitación continua del personal. Esta medida facilitará una transición efectiva hacia un entorno digital, promoviendo la adaptabilidad, la competitividad y el rendimiento organizacional en un sector turístico en constante transformación.

Palabras clave: Tecnologías avanzadas, Gestión de la Información Organizacional, CRM, Transformación Digital, Gestión de Datos.

Abstracts

In a digitalized environment, adapting to new technologies is essential to optimize processes and maintain competitiveness. The main objective of this is to implement advanced technologies in organizational information management at Aeslit Travel Agency Cía. Ltda. in Manta, Ecuador. Through a case study, limitations such as the use of outdated technologies and manual processes, which affect both operational efficiency and data security, are identified.

The qualitative research employed semi-structured interviews and direct observation to understand staff perceptions and experiences regarding information management. The results show that the agency relies on traditional tools such as Excel and USB flash drives, which limits its ability to adapt to the needs of the digital market and hinders strategic decision-making.

Furthermore, a lack of training in the use of new technologies and resistance to change are key barriers to Aeslit's modernization. It is concluded that, based on the findings obtained, it is necessary to incorporate updated technological tools that allow for centralizing information and strengthening efficiency in data management. These technological solutions would contribute to the personalization of service and the optimization of internal processes.

Furthermore, investing in ongoing staff training is considered essential. This measure will facilitate an effective transition to a digital environment, promoting adaptability, competitiveness, and organizational performance in a constantly changing tourism sector.

Keywords: Advanced Technologies, Organizational Information Management, CRM, Digital Transformation, Data Management.

Introducción

La tecnología se ha consolidado como el pilar de las organizaciones exitosas, constituyéndose en un factor decisivo para la optimización de procesos y la generación de valor estratégico. En este marco, el presente estudio de caso, titulado “Integración de Tecnologías Avanzadas en la Gestión de la Información Organizacional en la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. Manta, 2024: (Estudio de caso), se orienta a implementar tecnologías avanzadas como estrategia clave en la gestión de la información organizacional, con el fin de mejorar la eficiencia operativa, al igual que otras empresas, enfrenta el desafío de adaptarse a un entorno competitivo y en constante transformación tecnológica.

El interés en esta investigación surge de la necesidad de Aeslit Cía. Ltda. de mejorar su competitividad mediante la adopción de nuevas tecnologías. A pesar de que la agencia ha sido exitosa en la prestación de servicios turísticos, enfrenta una limitación importante: su dependencia de sistemas obsoletos y procesos manuales para gestionar la información, lo que afecta su capacidad de respuesta y la calidad del servicio. Por lo tanto, esta investigación no solo aborda una necesidad de modernización dentro de la empresa, sino que también contribuye al campo académico, analizando cómo la tecnología avanzada puede optimizar los servicios y la gestión empresarial.

Este estudio busca entender cómo la integración de tecnologías avanzadas puede transformar la gestión de la información en Aeslit, superando las limitaciones actuales en la toma de decisiones, seguridad de datos, y personalización del servicio al cliente. A través de entrevistas semiestructuradas y observación directa, se pretende identificar los factores clave que facilitan o dificultan la adopción tecnológica y los impactos potenciales en la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

En cuanto a la metodología, este estudio se enmarca en un enfoque cualitativo, permitiendo una comprensión profunda de las percepciones y experiencias de los actores de la organización. Esto facilita una mejor comprensión de las dinámicas internas de la agencia y el impacto potencial de la tecnología en sus operaciones.

El trabajo se estructura en varias etapas: primero, se presenta un marco teórico que sustenta las bases sobre la importancia de tecnologías avanzadas y gestión de la información organizacional; luego, se describe los métodos utilizados para la recolección de datos y el análisis de los resultados obtenidos; a continuación, se analizan los hallazgos y se presentan las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se discuten las implicaciones de los resultados tanto para Aeslit como para el sector turístico en general.

Se espera que los resultados de esta investigación permitan a la agencia mejorar su eficiencia operativa, optimizar el uso de los datos y ofrecer un servicio más ágil y personalizado a los clientes. Asimismo, se anticipa que la integración de herramientas como la inteligencia artificial, el análisis de datos y la automatización de procesos contribuirá a decisiones estratégicas más informadas, fortaleciendo a largo plazo la competitividad en el mercado turístico local.

Esta investigación no solo resalta los beneficios de la digitalización, sino que también ofrece soluciones prácticas para los desafíos que enfrentan muchas pequeñas y medianas empresas del sector turístico, ayudándolas a mejorar su rendimiento y adaptarse a un entorno en constante evolución.

Antecedentes

Aeslit Cía. Ltda., Agencia de Viajes ubicada en la Ciudad costera de Manta, en la Provincia de Manabí, Ecuador, se desarrolla en un contexto actual caracterizado por la transformación de las preferencias de los clientes, quienes buscan conectarse fácilmente con diversas partes del país y del mundo. Contribuye significativamente al desarrollo local, por el constante flujo de viajeros nacionales e internacionales, empresarios, comerciantes y turistas. Su actividad no solo promueve el turismo interno y externo, también contribuye a la integración social y cultural con otros países, se adhiere a las normativas internacionales, por la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo).

Los antecedentes investigativos de acuerdo con su objeto y campo se sustentan en los siguientes estudios:

En Colombia, de acuerdo con Rojas-Berrio et al. (2020), en su artículo titulado "Tecnologías Digitales Emergentes en Emprendimientos y MIPYMES", cuyo objetivo fue identificar y analizar los factores que inciden en la implementación de tecnologías 4.0 así como evaluar el apoyo gubernamental en este proceso. A nivel metodológico, se plantea un estudio cualitativo, en donde se utiliza una muestra de 22 medianas y pequeñas empresas que han adoptado tecnologías 4.0.

Los resultados más sobresalientes consideran importante que las PYMES adopten las Tecnologías Digitales por diversos factores, incluyendo la eficiencia de los procesos, el ahorro en costos y el seguimiento en tiempo real. Existe un reconocimiento de la capacidad estatal para incentivar el desarrollo tecnológico, aunque se sugiere que se necesita un enfoque más específico hacia las tecnologías 4.0 para maximizar su impacto en las MiPymes.

En Ecuador, Cuenca, Quevedo Vázquez et al. (2019), en el artículo científico titulado "Ámbitos de investigación de la carrera de administración de empresas:

tecnologías avanzadas de gestión empresarial y modelado", cuyo objetivo es describir las tecnologías avanzadas de gestión empresarial y el modelado para proponer una metodología que identifique desafíos y oportunidades en la industria de la información y el conocimiento, favoreciendo la sostenibilidad y competitividad empresarial en un entorno globalizado. Para esto, se realizó un enfoque retrospectivo, es decir, combina elementos documentales y descriptivos.

En los resultados se concluyó que la integración de la tecnología en las labores empresariales mejora los resultados y la aceptación en los mercados, optimizando recursos y generando mayores beneficios para las empresas. Finalmente, la tecnología es un motor clave para la prosperidad empresarial, y su uso efectivo puede proporcionar ventajas competitivas, por esto, las organizaciones deben adaptarse a un entorno globalizado y utilizar plataformas tecnológicas para agilizar procesos y mejorar la interacción con otras empresas. Además, resalta la necesidad de estudiar las políticas fiscales y comerciales que afectan la inversión en nuevas tecnologías.

En Manta, Pinargote (2023) en su tesis titulada "La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad de las medianas empresas comerciales de Manta Ecuador". Aborda como objetivo determinar de qué manera la innovación tecnológica incide en la competitividad de las medianas empresas comerciales de Manta – Ecuador. Para ello se implementó una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, de tipo descriptivo. La recolección de datos, se llevó a cabo una encuesta dirigida a los propietarios de 100 medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta, enfocándose en el estudio de las variables.

Como resultado se estableció que a pesar de que la innovación tecnológica está presente en las medianas empresas comerciales de Manta, su nivel se sitúa por debajo de los estándares nacionales. Esta brecha representa una oportunidad valiosa para potenciar el crecimiento y la competitividad del sector mediante la creación de un Clúster de Innovación Tecnológica. Este clúster actuará como un catalizador,

promoviendo la colaboración, el intercambio de conocimientos y la adopción de nuevas tecnologías entre las empresas. Finalmente se revela que la innovación tecnológica es un elemento fundamental para mantener la competitividad.

Rodriguez et al. (2023), en su artículo científico titulado “Inteligencia artificial en la gestión organizacional: Impacto y realidad latinoamericana”. Con el objetivo de describir la inteligencia artificial (IA) en la gestión organizacional y su impacto en la realidad de América Latina. Se llevó a cabo una investigación cuantitativa de tipo bibliográfico.

Los resultados muestran que la inteligencia artificial está transformando la gestión organizacional en diversos sectores, presentando aplicaciones en múltiples campos para mejorar servicios y adaptarse a cambios tecnológicos. Sin embargo, se identifican desafíos significativos en la implementación de la IA en la región, como la falta de regulación y tecnológicas.

En Perú, en su tesis de grado el autor Montalvo Torres & Cáceres Hurtado (2022), titulada “Aplicación de las tecnologías de información y comunicación para la gestión de calidad en la agencia de viajes minorista Viva Cusco Tours, 2021”. Cuyo objetivo es determinar de qué manera la aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) contribuyen a mejorar la gestión y calidad de productos y servicios turísticos. La metodología empleada es de carácter cualitativo, con un enfoque descriptivo-correlacional. Se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con gerentes y personal operativo, aplicando la técnica de triangulación para el análisis de las respuestas.

Obteniendo como resultado la aplicación de las TIC mejora significativamente la gestión de calidad en la agencia de viajes, optimizando la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Se concluye que la implementación de las TIC en la agencia de viajes es indispensable para establecer una gestión de calidad efectiva, por tanto, permite a la agencia ser competitiva e innovar en el mercado turístico.

En Quito, Ecuador de acuerdo con el artículo titulado “Uso de la inteligencia artificial en la organización y planificación de los viajes Quito-Ecuador”, cuyos autores Sancho et al. (2024). Tienen como objetivo examinar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en la organización y planificación de viajes, identificando las plataformas y tecnologías más utilizadas por los turistas en Quito, Ecuador, y cómo estas herramientas están reemplazando a los servicios de las agencias de viajes tradicionales.

La metodología adoptada fue de carácter mixto, descriptiva y exploratoria. Se aplicaron encuestas a 284 participantes para evaluar el uso de tecnologías de IA en la planificación de viajes, utilizando herramientas como Microsoft Forms y Excel. Este enfoque se complementó con técnicas de análisis de contenido en línea y la recopilación de datos cuantitativos sobre su uso, las aplicaciones y plataformas empleadas, así como la satisfacción general de los usuarios.

El 80% de los encuestados organiza sus viajes de manera independiente usando tecnologías de IA, mientras que solo un 20% utiliza agencias de viajes; las plataformas más populares son Booking.com (44%) y Airbnb (24%) para alojamientos, y despegar.com (34%) para pasajes aéreos, finalmente se concluye que la inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta eficaz en el turismo, permitiendo a los usuarios gestionar sus viajes de forma cómoda y eficiente desde cualquier lugar, de modo que genera un ahorro considerable de tiempo y dinero.

Definición del estudio de caso

En el caso de la “Integración de Tecnologías Avanzadas en la Gestión de la Información Organizacional en la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda., en Manta,” es esencial captar el contexto en el que se realiza este proceso.

Aeslit Cía. Ltda., ubicada en Manta, Ecuador, comenzó sus operaciones el 5 de diciembre de 2000, enfocándose inicialmente en la venta de boletos aéreos bajo la presidencia de Jorge Cedeño Parrales. Actualmente, dirige Narcisa Marilú Vásquez Vélez como gerente general. Su portafolio incluye servicios turísticos tanto a nivel nacional como internacional, asesoría en viajes corporativos y atención personalizada en información de visas, consolidando así su reputación como una agencia confiable y dinámica en Manta.

Su misión, brindar experiencias de viajes únicas y personalizadas, a través de un servicio personal y confiable. Su visión, ser una agencia de viajes reconocida a nivel nacional e internacional por la excelencia en el servicio del mercado turístico.

Aeslit Cía. Ltda., se enfrenta a un entorno competitivo y en constante evolución dentro del sector turístico, donde la tecnología juega un papel fundamental. La incorporación de tecnologías avanzadas en la gestión de la información permite a la agencia mejorar la eficiencia en sus operaciones y brindar un mejor servicio a sus clientes, adaptándose a las demandas de un mercado que cada vez exige más soluciones digitales e interactivas. Esta integración tecnológica es clave para mantenerse relevante y competitivo.

Desde la perspectiva organizacional, la agencia se encuentra en un punto donde la implementación de tecnologías avanzadas es una estrategia necesaria para optimizar la toma de decisiones y la gestión de datos. La tecnología facilita el acceso a información precisa y actualizada, lo que es crucial para el desarrollo de estrategias comerciales efectivas y la personalización de servicios. La correcta gestión de la información mediante estas tecnologías permite un flujo de trabajo más ágil y una mejor

comunicación interna y externa, contribuyendo a una mayor eficiencia operativa.

A través de un diagnóstico inicial, se identificaron varias problemáticas que afectan la eficiencia operativa de la organización. Entre las principales dificultades destacan: la falta de un sistema adecuado para el análisis de datos, lo cual limita la capacidad de la agencia para tomar decisiones informadas. Además, el manejo de información a través de memorias USB, así como su respaldo en los discos duros de los computadores, esto plantea riesgos en términos de seguridad y accesibilidad. Por último, la ausencia de un sistema efectivo para proteger los datos sensibles de los clientes compromete la privacidad y confianza del usuario.

Finalmente, la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda., tiene la oportunidad de transformar sus procesos organizativos mediante la integración de tecnologías avanzadas, aprovechando su posición geográfica en Manta, un destino turístico en crecimiento. Esta transformación no solo le permitirá mejorar la gestión interna de la información, sino también ofrecer servicios innovadores y personalizados a sus clientes, alineándose con las tendencias actuales de digitalización y experiencia del usuario en el sector de viajes.

A partir de lo expuesto, se plantean las siguientes preguntas de investigación, cuyo propósito es ofrecer soluciones generales.

1. ¿Cómo la integración de tecnologías avanzadas puede mejorar la gestión de la información en la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.?

2. ¿Cuáles son las limitaciones en utilizar tecnologías avanzadas para gestionar la información de los grupos de interés?

3. ¿De qué manera la adopción de herramientas tecnológicas avanzadas podría transformar la ineficiencia en la gestión de la información?

4. ¿Qué herramientas digitales y mecanismos de retroalimentación pueden fortalecer la relación con los clientes?

Justificación

El presente estudio de caso se realiza para abordar los desafíos que enfrenta la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda., en Manta, en lo que respecta a la integración de tecnologías avanzadas y como estas pueden optimizar su eficiencia operativa contribuyendo a su adaptación a un entorno turístico cada vez más digital.

Es fundamental llevar a cabo esta investigación para comprender cómo la integración de tecnologías avanzadas puede transformar las operaciones y ofrecer ventaja competitiva en el sector turístico, Por ello, es necesario identificar y detallar una herramienta tecnológica que no solo sea eficiente, sino que también se ajuste a las necesidades específicas de la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.

La transformación digital más que una simple tendencia, se ha convertido en un imperativo para adaptarse al contexto actual. La Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda., se encuentra en una etapa donde la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial y el análisis de datos es esencial para fortalecer su competitividad y mejorar su eficiencia operativa. Abordar la necesidad de implementar herramientas tecnológicas optimiza la gestión de la información, lo cual conlleva a procesos más ágiles, reducción de costos y mejora de la experiencia del cliente. Esto amplía su alcance, atrayendo a un mayor número de clientes y permitiendo ofrecer un servicio más personalizado y adaptado a sus necesidades.

Es relevante dado que está experimentando una transformación significativa con la digitalización y la adopción de tecnologías 4.0. En un entorno donde la gestión eficiente de la información es clave en la industria turística, esta adopción de tecnologías contribuye a optimizar las operaciones internas, facilitando decisiones más acertadas, ayudando a ofrecer servicios personalizados. Estos aspectos son esenciales para responder a las demandas de un mercado globalizado en constante transformación.

La factibilidad de este estudio radica en que la agencia ya cuenta con una infraestructura operativa y la capacidad suficiente para implementar sistemas avanzados de gestión de información y soluciones tecnológicas que los apoyen.

Por otro lado, el impacto social se reflejaría en una gestión eficiente de la información, que no solo beneficie a la empresa, sino también a los clientes, quienes podrán disfrutar de servicios más eficientes y seguros. El éxito de esta implementación podría servir como referencia para otras agencias de viajes, promoviendo un mayor uso de tecnologías avanzadas y contribuyendo al desarrollo económico y social.

Objetivos del estudio de caso

Objetivo general

Implementar tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional para mejorar la eficiencia operativa en la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.

Objetivos específicos

- Diagnosticar las limitaciones en la implementación de tecnologías avanzadas para la gestión de la información de los grupos de interés en la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.
- Definir cómo la adopción de herramientas tecnológicas puede transformar los procesos internos y la toma de decisiones en la agencia.
- Proponer herramientas digitales y mecanismos de retroalimentación para mejorar la relación con los clientes y optimizar su experiencia.

Marco conceptual

El marco conceptual que sustenta este caso de estudio se fundamenta en un conjunto de conceptos esenciales vinculados a las tecnologías avanzadas y a la gestión de la información organizacional en el contexto de las Agencias de viaje. Estos conceptos no solo abordan la integración de herramientas tecnológicas de vanguardia, sino que también exploran cómo estas pueden contribuir a mejorar la competitividad y la satisfacción del cliente dentro del sector turístico.

La integración de tecnologías avanzadas y una gestión efectiva de la información son aspectos críticos para las organizaciones que buscan adaptarse a la creciente complejidad del entorno empresarial actual.

La incorporación de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial, el análisis de datos masivos y la automatización, ha transformado significativamente la forma en que las organizaciones gestionan y utilizan la información. Estas tecnologías permiten optimizar procesos internos y mejorar la toma de decisiones estratégicas, fortaleciendo la competitividad empresarial (Zambrano et al., 2025).

Los protocolos de seguridad de la información se han fortalecido con tecnologías como firewalls inteligentes y autenticación multifactor (MFA). Los firewalls modernos usan inteligencia artificial para bloquear amenazas en tiempo real, mientras que la MFA, adoptada por plataformas como Microsoft 365, protege cuentas mediante múltiples métodos de verificación, reduciendo drásticamente el riesgo de accesos no autorizados (Pozo et al., 2025).

Por su parte, “las políticas de seguridad informática establecen normas claras sobre el uso de la tecnología, control de accesos, gestión de contraseñas y respuesta ante incidentes,

estas políticas son esenciales para proteger los datos y garantizar un entorno digital seguro” (Zambrano et al., 2025).

Por otro lado, Pinargote Pico (2023) sostiene que “la innovación tecnológica se refiere al proceso de desarrollar y aplicar nuevas tecnologías o mejorar tecnologías existentes para crear productos, servicios o procesos nuevos o significativamente mejorados”. Una adecuada gestión de la información permite a las organizaciones no solo responder rápidamente a los cambios del mercado, sino también mejorar su capacidad de innovación y eficiencia operativa. Esto se logra mediante la organización, análisis y distribución eficaz de datos dentro de la empresa, promoviendo una cultura de colaboración basada en información precisa.

La inteligencia artificial ya desempeña un papel fundamental en los procesos de toma de decisiones de muchas empresas y se utiliza cada vez más para fundamentar políticas y decisiones del sector público en todo el mundo.... tienen muchos beneficios, desde un mejor cumplimiento normativo hasta decisiones estratégicas menos sesgadas y más inclusivas (Rodríguez et al., 2023).

Las tecnologías avanzadas y la gestión de la información desempeñan un papel esencial en los cambios organizacionales, puesto que, impulsan mejoras en la competitividad y facilitan una toma de decisiones informadas. La transformación digital, que incluye tecnologías como IA y análisis de datos, permite a las organizaciones innovar y adaptarse rápidamente en un entorno empresarial dinámico. La IA, facilita el análisis predictivo, por tanto, permite a los líderes anticipar tendencias y tomar decisiones estratégicas basadas en datos sólidos, incrementando su capacidad competitiva y eficiencia.

Estos elementos hacen que las organizaciones puedan transformar sus procesos y adaptarse mejor a las exigencias del entorno globalizado, convirtiendo los datos en un recurso estratégico clave para el crecimiento sostenible y la innovación continua.

Tecnologías avanzadas

Definición

Las tecnologías avanzadas abarcan herramientas y sistemas innovadores que transforman las operaciones empresariales y sociales. Incluyen inteligencia artificial (IA), Big Data, Blockchain e Internet de las cosas (IoT), facilitando la interconexión de dispositivos, el procesamiento de grandes volúmenes de datos y la optimización de procesos.... En la última década, estas tecnologías han permitido la integración de plataformas digitales y nuevos modelos de negocio, como la economía colaborativa, optimizando la experiencia del cliente y mejorando la eficiencia operativa (Striseo Martínez, 2024).

Características y complejidad

Características

- **Capacidad de procesamiento y almacenamiento de grandes volúmenes de datos:**

Las tecnologías avanzadas, tienen la capacidad de manejar y procesar grandes cantidades de datos. Este procesamiento permite la toma de decisiones más rápidas y basadas en datos, lo que optimiza la operación organizacional y aumenta la competitividad en mercados cambiantes (Bravo et al., 2024).

- **Conectividad y automatización:** La automatización de procesos a través de tecnologías mejora la eficiencia operativa, facilita la toma de decisiones y permite realizar tareas sin intervención humana, lo que reduce costos y errores (Rodríguez et al., 2021).

- **Innovación en productos y servicios organizacionales:** Permiten la innovación constante. Empresas que adoptan IA, Blockchain, computación en la nube y Big Data pueden desarrollar nuevos productos, mejorar la experiencia del cliente y adaptarse

rápidamente a los cambios del mercado, lo que aumenta competitividad (Rodriguez et al., 2023).

Complejidad en la implementación de tecnologías avanzadas

La implementación de estas tecnologías en las organizaciones no está exenta de retos. En este contexto y tras un breve análisis al trabajo desarrollado por Rivero et al. (2024) se considera de manera general lo siguiente:

- **Desafíos técnicos y culturales para la adopción:** La adopción tecnológica en organizaciones presenta desafíos técnicos, como la integración de nuevos sistemas con infraestructuras existentes, y culturales, puesto que muchos empleados pueden estar reacios a adoptar nuevas tecnologías debido a la falta de comprensión o miedo a los cambios.
- **Barreras por falta de formación y resistencia al cambio:** La resistencia al cambio organizacional y la falta de formación en habilidades digitales son barreras comunes cuando las empresas intentan implementar tecnologías avanzadas. Muchos empleados carecen de las habilidades necesarias para operar estas nuevas tecnologías, lo que, sumado a las barreras culturales o estructurales dentro de la organización, dificulta una adopción rápida y exitosa de las mismas.

Recursos necesarios para la implementación

La implementación exitosa de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, Big Data y blockchain requiere una infraestructura tecnológica sólida. Es fundamental disponer de sistemas de respaldo y seguridad de la información, tales como copias de seguridad en la nube, que protejan los datos frente a fallos, ataques cibernéticos o pérdidas. Además, la criptografía y los firewalls juegan un papel fundamental en la protección de los datos, garantizando su seguridad (Rivero et al., 2024).

Asimismo, las organizaciones requieren hardware especializado, como servidores y sensores IoT, así como software avanzado para el análisis de datos y personal capacitado que garantice una correcta gestión de estas tecnologías. Sin embargo, la falta de recursos financieros y humanos capacitados, especialmente en las PYMES, sigue siendo una barrera significativa para la adopción efectiva de estas tecnologías (Buenrostro Mercado, 2022).

Por otro lado, la capacitación en habilidades digitales es clave para que los empleados puedan operar y aprovechar al máximo las nuevas tecnologías. Los trabajadores deben estar familiarizados con herramientas de análisis de datos, software basado en la nube y conocimientos en ciberseguridad para manejar las diferentes tecnologías (Rodríguez-Parrales et al., 2021).

Para superar el déficit en el uso de herramientas digitales y análisis de datos, las organizaciones deben adoptar estrategias formales de capacitación continua, enfocándose en mejorar las competencias digitales de su personal y realizar inversiones en recursos, permitiendo superar brechas y aprovechar las tecnologías avanzadas con eficacia (Trovat Ascanio & Yusty Blanco, 2025).

Beneficios y riesgos

Beneficios de las tecnologías avanzadas

En este sentido (Bravo-Bravo et al. (2024) y Rodríguez-Parrales et al. (2021) mencionan beneficios como:

- **Mejora de la productividad y eficiencia operativa:** La automatización y el análisis de datos facilitan la optimización de procesos y la reducción de costos, lo que aumenta la productividad y mejora la calidad de los productos.

- **Innovación constante y competitividad mejorada:** La integración de tecnologías permite a las organizaciones mantenerse innovadoras y competitivas, adaptándose con rapidez a los cambios del mercado.

Riesgos de la implementación tecnológica

A pesar de sus ventajas, las tecnologías avanzadas presentan ciertos riesgos según Rivero et al. (2024) y Rodríguez-Parrales et al (2021):

- **Seguridad y privacidad:** Las organizaciones enfrentan riesgos relacionados con la protección de datos y vulnerabilidades en sus sistemas, los cuales puede comprometer la seguridad de la información.
- **Dependencia de la tecnología:** La excesiva dependencia de la infraestructura tecnológica puede originar vulnerabilidades, dado que las organizaciones se vuelven más propensas a fallos técnicos y ataques cibernéticos.
- **Resistencia al cambio:** La resistencia interna al cambio y la falta de una cultura organizacional orientada hacia la innovación son barreras que dificultan la integración exitosa de tecnologías avanzadas.

Limitaciones en la implementación

Diversos factores obstaculizan la adopción de tecnologías, tanto en el ámbito económico como técnico. En primer lugar, muchas pequeñas y medianas empresas (PYMEs) carecen de los recursos financieros necesarios para invertir en tecnologías de vanguardia, lo que limita su capacidad para competir en un entorno cada vez más digitalizado (Striseo Martínez, 2024). Además, la resistencia organizacional y cultural al cambio representa una barrera considerable.

La adopción de nuevas tecnologías en las empresas puede verse dificultada por la cultura organizacional, puesto que los empleados a menudo se muestran reticentes a cambiar sus hábitos laborales, junto con la falta de apoyo de la alta dirección contribuye a demorar su implementación (Rivero et al., 2024).

Desde otra perspectiva, los desafíos técnicos constituyen también un factor determinante en la adopción de tecnologías avanzadas. La integración de sistemas preexistentes con nuevas tecnologías representa un reto técnico significativo, dado que requiere una planificación detallada y una ejecución cuidadosa (Laine, 2022).

De igual manera, la carencia de una planificación estratégica a largo plazo, combinada con la falta de una evaluación formal de riesgos, puede conducir a la obsolescencia tecnológica o a una implementación ineficaz de nuevas herramientas (Ruiz-Moran et al., 2025).

Principales tecnologías actualmente

El trabajo realizado por Joyanes Aguilar (2023) sostiene que las tecnologías avanzadas más utilizadas en la actualidad incluyen:

- Inteligencia Artificial (IA): Facilita la automatización de tareas que tradicionalmente requieren inteligencia humana, tales como el análisis de datos y la toma de decisiones.
- Blockchain: Ofrece un sistema de registro seguro y transparente para la gestión de transacciones, fundamental para la protección de datos y la mejora de la confianza en los procesos.
- Big Data: Facilita la toma de decisiones informadas a partir del análisis de grandes volúmenes de datos, permitiendo a las organizaciones mejorar su eficiencia operativa.
- Computación en la Nube: Permite el acceso remoto y la gestión de datos y aplicaciones desde cualquier lugar, facilitando la colaboración y la agilidad organizacional.

- Internet de las Cosas (IoT): Conecta dispositivos y objetos a través de internet, generando un entorno hiperconectado que mejora la eficiencia operativa.
- Experiencias Inmersivas (Realidad Extendida): Incluye tecnologías como la realidad aumentada, virtual y mixta, que ofrecen nuevas formas de interacción y aprendizaje en entornos simulados.

Importancia en el contexto organizacional

La transformación digital constituye un proceso estratégico, impulsado por la adopción de tecnologías avanzadas, que permite a las organizaciones mejorar su eficiencia operativa, facilitar la innovación y tomar decisiones más informadas (Rodríguez et al., 2023). Esta transformación no solo optimiza los procesos internos, sino que permite a las organizaciones mantenerse a la vanguardia en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Las tecnologías avanzadas brindan una ventaja competitiva al permitirles adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y mejorar continuamente sus productos y servicios (Striseo Martínez, 2024). Por otra parte, su implementación tiene un impacto directo en la cultura organizacional, fomentando un entorno de innovación y colaboración, donde los datos y la información se consideran activos estratégicos fundamentales que guían la toma de decisiones (Ultreras et al., 2025).

Gestión de la información organizacional

Definición

La Gestión de la Información Organizacional (GIO) es un proceso estratégico y organizativo que abarca la obtención, almacenamiento, distribución y eliminación de datos. Su relevancia radica en su capacidad para asegurar que la información llegue de manera eficiente a los usuarios necesarios, contribuyendo al éxito organizacional. Según Alarcón Corrales (2023), la GIO no solo se ocupa de los procesos operativos de manejo de datos, sino que se

conecta directamente con la capacidad estratégica de las organizaciones para utilizar esa información de manera eficiente, alineándola con los objetivos organizacionales.

Competencias informacionales del personal

La capacitación y el desarrollo de competencias informacionales son primordiales para la correcta gestión de la información en las organizaciones. García Ortega (2022) destaca que, para una implementación eficaz, es necesario que el personal posea habilidades en el manejo de la información, comprensión del flujo de datos y familiaridad con la cultura informacional de la empresa. Esto contribuye a una toma de decisiones más precisa y refuerza la competitividad de la organización.

Acceso distribuido y herramientas digitales

El acceso distribuido y el uso de herramientas digitales resultan prescindibles para optimizar la gestión de la información. Lo señalado por Trovat Ascanio y Yusty Blanco (2025), las plataformas digitales como los sistemas de almacenamiento en la nube, las bases de datos y las herramientas de colaboración permiten a las organizaciones mejorar la distribución de la información y asegurar que los datos estén disponibles en tiempo real, lo cual favorece una toma de decisiones ágil y eficaz.

Fases de la GIO

El proceso de Gestión de Información Organizacional (GIO) se organiza en un ciclo compuesto por diversas fases críticas: recopilación, almacenamiento, distribución, archivado y eliminación de datos. Cada una de estas etapas es sustancial para garantizar que la información se maneje de manera eficiente y se alinee con los objetivos estratégicos de la organización. García Ortega (2022) subraya la importancia de estas fases para optimizar el flujo de información y mantener su relevancia a lo largo de su ciclo de vida. Este ciclo permite a

las organizaciones gestionar adecuadamente sus recursos informáticos y tomar decisiones informadas.

En este contexto, el modelo DIKAR (Datos, Información, Conocimiento, Acción, Resultados) ofrece una representación conceptual del proceso mediante el cual los datos se transforman en información, luego en conocimiento, que a su vez impulsa acciones que conducen a resultados estratégicos. Donde Alarcón Corrales (2023) indica que, este modelo es determinante para convertir datos sin procesar en decisiones efectivas y en resultados significativos, por ello, impacta positivamente en la competitividad organizacional y en la capacidad de adaptación a los cambios del entorno.

Relación entre información y estrategia

La información se considera un activo clave para la formulación y ejecución de estrategias empresariales, debido a que facilita la toma de decisiones informadas y permite a las organizaciones adaptarse a un entorno competitivo. La información esté alineada con los objetivos estratégicos de la organización para garantizar su eficiencia. Una correcta gestión de los datos permite a las empresas anticipar tendencias y responder de manera ágil a las necesidades del mercado, lo que incrementa su capacidad para competir y prosperar en un entorno dinámico (Bravo-Bravo et al., 2024).

En cambio, la alineación de tecnología y estrategia empresarial es indispensable para que las organizaciones puedan gestionar grandes volúmenes de datos de manera eficiente. Integrar las tecnologías de la información con los objetivos estratégicos de la empresa no solo mejora la competitividad, incluso optimiza los procesos y recursos disponibles. Esta integración facilita la adaptación de la organización a los cambios del mercado, garantizando que las decisiones estratégicas estén respaldadas por una infraestructura tecnológica robusta y adecuada (Montalvo Torres & Cáceres Hurtado, 2022).

Sustancialidad de la GIO en la era digital

Importancia en la innovación organizacional

La innovación organizacional constituye un componente esencial para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo. Según lo expuesto por Buenrostro Mercado (2022), las organizaciones deben disponer de acceso a información relevante que les permita tomar decisiones fundamentadas y promover una adaptación continua a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado. Una gestión adecuada de la información facilita la incorporación de nuevas ideas, productos y procesos que propician el impulso de la innovación.

Digitalización en la experiencia del cliente

En la era digital, la experiencia del cliente ha sido transformada gracias a la digitalización. El uso de herramientas tecnológicas como chatbots, encuestas automatizadas y redes sociales permite a las empresas obtener retroalimentación estructurada de los clientes, lo que mejora los servicios y fortalece la relación cliente-empresa. Las plataformas son herramientas digitales mejoran la experiencia del cliente y optimizan la gestión de la información en la organización (Ruiz-Moran et al., 2025).

Apoyo a la toma de decisiones estratégicas

La toma de decisiones estratégicas se ve fortalecida por la capacidad de las organizaciones para analizar y utilizar información en tiempo real. De acuerdo con Bravo-Bravo et al. (2024), la integración de sistemas inteligentes de gestión de la información y la adopción de inteligencia artificial posibilitan a las empresas optimizar la asignación de recursos y adoptar prácticas de gestión ágiles, lo que conlleva a una mayor competitividad y un mejor rendimiento organizacional.

Cultura basada en datos

Fomento de una cultura orientada a la gestión de datos

La cultura organizacional orientada a la gestión de datos constituye un elemento clave para que las empresas maximicen el valor de su información. Según Rodríguez Alegre et al. (2023), aquellas organizaciones que fomentan una cultura fundamentada en el uso estratégico de los datos se encuentran en una posición más favorable para gestionar la información de manera eficiente, lo que a su vez fortalece los procesos de toma de decisiones y estimula la innovación.

Facilitación en la toma de decisiones

La gestión de la información facilita la toma de decisiones al proporcionar datos precisos y relevantes para todas las áreas de la organización. Empresas como Lufthansa y Providence St. Joseph Health han utilizado con éxito la analítica de datos para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio (Flores Cedeño y López Paz, 2024). Este tipo de herramientas es fundamental para tomar decisiones más acertadas y estratégicas.

Canales de retroalimentación

Los canales de retroalimentación son esenciales para mejorar la relación con los clientes y optimizar los servicios de la empresa. La implementación de plataformas digitales de retroalimentación, como encuestas en línea y foros de discusión, permite a las organizaciones canalizar información que contribuye a la mejora continua y la satisfacción del cliente (Ruiz-Moran et al., 2025).

Mejora de la seguridad y gestión de riesgos

La seguridad de la información es parte clave en la gestión digital, especialmente con el auge de la transformación digital, que ha incrementado la necesidad de proteger los datos y los sistemas organizacionales. Las organizaciones deben implementar estrategias de

ciberseguridad robustas para evitar brechas de seguridad y proteger la información sensible frente a posibles ataques cibernéticos (Pozo Hernández et al., 2025). La protección de la información constituye un componente fundamental, no solo para resguardar los activos digitales, sino también para preservar la confianza de los clientes y asegurar el cumplimiento de las normativas legales.

En contraste, los sistemas de gestión de riesgos son relevantes para monitorear y controlar los riesgos relacionados con la integridad y coherencia de los procesos informáticos. Conforme a Sánchez-Sánchez et al. (2021), estos sistemas deben tener en cuenta variables como la velocidad de la tecnología de la información, el enfoque interno de la organización y la localización geográfica. Esta combinación de factores permite gestionar de manera efectiva los riesgos asociados con la digitalización y la gestión de la información, asegurando que las organizaciones puedan operar de manera segura y eficaz en un entorno digital cada vez más complejo.

Marco metodológico

En este apartado presenta el diseño metodológico de la investigación sobre la integración de tecnologías avanzadas en la gestión de la información organizacional en Aeslit Cía. Ltda., que incluye la modalidad del estudio, el tipo de diseño, el alcance, los métodos, técnicas e instrumentos utilizados, así como la población, muestra y el tiempo estimado de duración del trabajo investigativo.

Modalidad de la investigación

La modalidad de la investigación es **cualitativa**. Según Hernán-García et al., (2021) el enfoque cualitativo permite explorar y comprender significados profundos en los fenómenos sociales, destacando su capacidad de adaptarse a contextos complejos mediante técnicas narrativas y análisis interpretativos.

Este enfoque es ideal para explorar y comprender cómo los empleados y directivos de Aeslit Cía. Ltda., perciben la gestión de información y el uso de tecnologías avanzadas, con el objetivo de identificar las dinámicas actuales y las oportunidades de mejora específicas.

Tipo de diseño de la investigación

El diseño adoptado es de **investigación-acción**, como describe Majewska (2020), combina teoría y práctica para abordar problemas organizacionales. Este enfoque permite analizar los procesos actuales e implementar estrategias de mejora de manera adaptativa, garantizando su pertinencia en contextos cambiantes.

Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es **descriptivo**. Según Ochoa-Pachas y Yunkor-Romero (2020), este tipo de alcance tiene como objetivo identificar y dimensionar los factores que rodean la variable de interés, sin modificar el contexto de la investigación, considerando que los estudios descriptivos son observacionales.

En este contexto, se pretende describir cómo los procesos actuales de gestión de la información son impactados por la implementación de tecnologías avanzadas, destacando las herramientas tecnológicas en uso, las barreras encontradas y las oportunidades de mejora.

Métodos

El estudio de caso es un método cualitativo que analiza a fondo un fenómeno en su contexto real, abordando preguntas como "cómo" y "por qué" mediante diversas fuentes de evidencia.

Se utilizará un método inductivo guía la investigación, partiendo de observaciones específicas para construir generalizaciones. Donde Hernán-García et al. (2021), señalan que este enfoque permite identificar patrones y regularidades en los datos observados sin intervención, lo cual es especialmente útil en investigaciones exploratorias y descriptivas.

Este enfoque resulta especialmente relevante para estudiar cómo la tecnología avanzada transforma los procesos informativos organizacionales.

De la misma manera, los datos recolectados se analizarán mediante la triangulación, garantizando la validez y confiabilidad de los resultados. De acuerdo con Majewska (2020) Permite contrastar datos de diversas fuentes en distintos momentos y lugares, maximizando la validez y riqueza de la información. En esta investigación, la triangulación se aplicará al comparar perspectivas de empleados, análisis de herramientas tecnológicas y observaciones del entorno organizacional.

Técnicas

Las técnicas principales de estudio serán la observación directa y la entrevista semiestructurada. La entrevista semiestructurada es una técnica que permite explorar las experiencias y percepciones de los participantes sobre la implementación tecnológica. En consonancia con González Veja et al. (2021), facilita la exploración de experiencias individuales

y contextos específicos, permitiendo flexibilidad y profundidad en las respuestas. Se entrevistará al Gerente General, jefe Departamentales y soporte técnico, abordando temas como desafíos tecnológicos, beneficios esperados, estrategias de mejora y aspectos clave relacionados con la gestión de la información organizacional, con el fin de obtener una visión integral de los procesos y las oportunidades de mejora en ambas áreas.

Por ende, se empleará una guía de observación para evaluar la accesibilidad, calidad y uso de las herramientas tecnológicas en los procesos de gestión de información. Captando detalles contextuales inaccesibles mediante otros métodos (Sancho Zurita et al., 2024).

Las respuestas fueron evaluadas utilizando la herramienta de análisis cualitativo ATLAS.TI, la cual facilitó la extracción de datos relevantes a través de la codificación de fragmentos textuales, permitiendo así identificar temas y patrones recurrentes. Además, las funciones de visualización de esta herramienta, como las redes sistemáticas, ofrecieron una visión más detallada de las relaciones y diferencias entre los diversos conceptos tratados en la entrevista, lo que enriqueció el análisis y proporcionó una interpretación más integral de la información.

Por último, se aplicó la técnica de triangulación para evaluar los conocimientos del entrevistado sobre las variables de estudio, combinando diferentes enfoques, teorías y perspectivas para obtener una comprensión más completa y garantizar la validez de los datos recolectados en este trabajo de investigación.

Instrumentos de la investigación

En este trabajo se utilizará principal una guía de entrevista semiestructurada, diseñada específicamente para responder a los objetivos específicos planteados en el estudio. Esta guía permite recopilar información cualitativa de manera detallada sobre la percepción, el conocimiento y las prácticas actuales relacionadas con la gestión de información y la

integración de tecnologías avanzadas en la organización. Complementariamente, se utilizará una guía de observación como segundo instrumento, la cual tiene como objetivo documentar de manera sistemática las interacciones de los empleados con los sistemas tecnológicos existentes, identificando tanto su funcionalidad como las áreas de mejora.

La guía de observación también se enfoca en analizar los flujos de información dentro de la organización, identificando patrones de comunicación y oportunidades para optimizar los procesos informativos. Estos instrumentos, combinados, proporcionan una visión integral al permitir no solo captar las opiniones y perspectivas de los actores clave, sino también observar en tiempo real el desempeño de las herramientas tecnológicas y su impacto en las dinámicas organizacionales.

Población y muestra

La población del estudio está conformada por 10 participantes de Aeslit Cía. Ltda., empleados y directivos directamente involucrados en la gestión de la información. Se utilizará una muestra intencional, seleccionando a 3 participantes claves, que desempeñan roles fundamentales en los procesos informativos. La muestra incluye 1 Gerente General, responsable de supervisar las estrategias tecnológicas; 1 Asistente contable, responsable de las finanzas y registros contables y 1 Asistente Administrativo responsable del almacenamiento, recuperación y flujo de datos internos.

Dimensión temporal del estudio

La investigación tendrá una duración de 8 meses, distribuida en fases claves. Los primeros 2 meses se dedicarán al diseño y validación de los instrumentos de investigación, como las guías de entrevistas y observación. En los siguientes 3 meses se realizará la recopilación de datos a través de entrevistas y observaciones directas.

Los 2 meses posteriores estarán destinados al análisis de los datos, identificando patrones y problemas. Finalmente, en el último mes, se validarán los resultados con la clave de los participantes y se redactarán las propuestas de mejora para optimizar la gestión de la información en Aeslit Cía. Ltda.

Resultados obtenidos

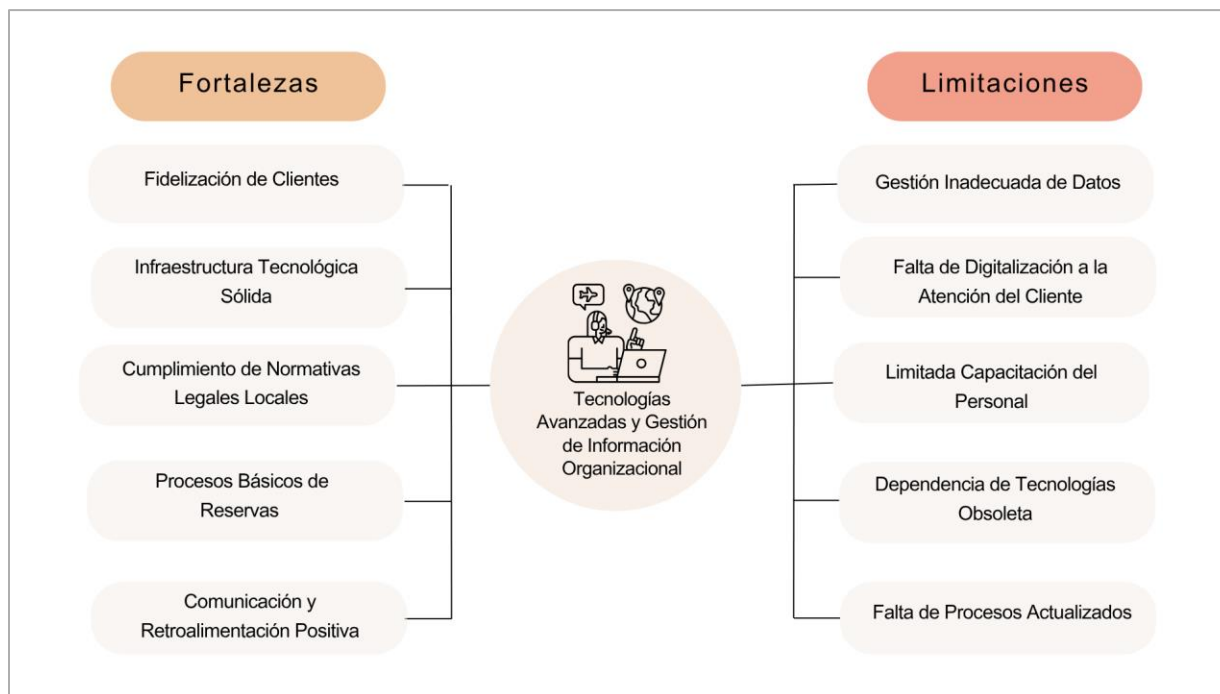
En este estudio de caso, se utilizó técnicas como la observación directa y las entrevistas, las cuales permitieron analizar e interpretar la información recopilada para evaluar la situación actual de la agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.

Resultados de la observación

Los resultados obtenidos a través de la observación realizada en la agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda. se presentan en un esquema gráfico que expone de manera clara las principales fortalezas y limitaciones. Esto facilita la comprensión de los datos recolectados y permite identificar rápidamente las áreas críticas que requieren atención.

Figura 1.

Principales hallazgos en el contexto general de estudio



Nota: La figura muestra las diferentes fortalezas y limitaciones ocasionados por las problemáticas observadas en la Agencia de Viajes Aeslit Cía. Ltda., en cuanto a las categorías de observación.

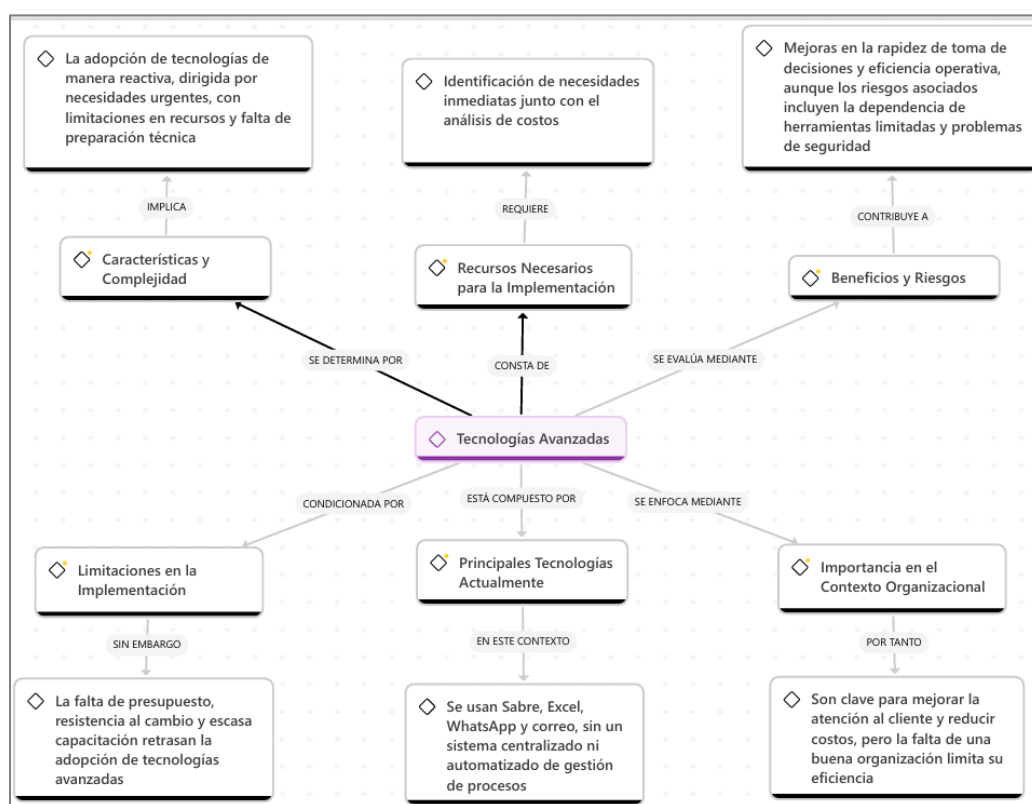
Resultados de la entrevista

Los resultados obtenidos se presentan a través de redes sistemáticas creadas con la herramienta de análisis cualitativo ATLAS.TI, utilizando la información proporcionada por la entrevista realizada al Gerente General, Asistente Contable y Asistente Administrativo de la agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda., quienes fueron participantes clave en este estudio de caso en relación con las dos variables de investigación.

Categoría Tecnologías Avanzadas

Figura 2.

Nivel de Conocimiento sobre las Tecnologías Avanzadas

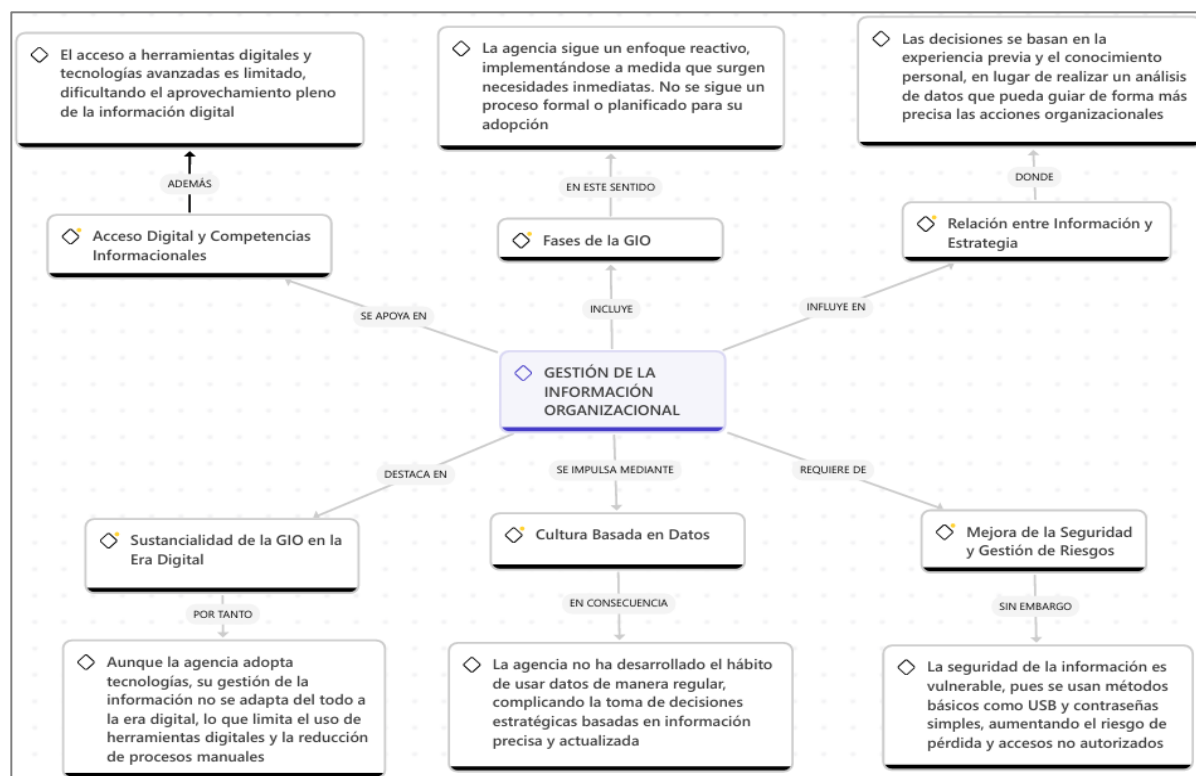


Nota: La figura muestra el nivel de conocimiento que posee el Gerente General, Asistente Contable y Asistente Administrativo de la agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda., en cuanto a las características, complejidad, recursos, beneficios, riesgos, limitaciones, principales tecnologías y contexto organizacional sobre las Tecnologías Avanzadas.

Categoría Gestión de Información Organizacional

Figura 3.

Nivel de Conocimiento sobre la Gestión de la Información Organizacional



Nota: La figura muestra el nivel de conocimiento que posee el Gerente General, Asistente Contable y Asistente Administrativo de la agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda., en cuanto al acceso, competencias, fases, relación, sustancialidad, cultura en datos, mejora y gestión de riesgos de la Gestión de la Información Organizacional.

Análisis de los resultados obtenidos

Análisis de los resultados de la observación

La observación directa en la Agencia de Viajes Aeslit Cía. Ltda. permitió identificar varios puntos positivos y limitaciones en la gestión de la información organizacional. Entre las fortalezas, se destaca la infraestructura tecnológica básica que permite realizar operaciones primordiales como el uso del sistema Sabre para la venta de boletos y herramientas de oficina como Excel y Word. Por añadidura, la agencia ha demostrado tener un enfoque orientado al cliente, lo que se refleja en la satisfacción y fidelidad de estos.

Sin embargo, se identificaron varias limitaciones importantes. La agencia depende de tecnologías obsoletas y no ha adoptado herramientas más avanzadas, que restringe su capacidad de innovar y mejorar procesos. Cabe indicar, la gestión de datos personales es inadecuada, debido a que se almacenan en memorias USB y matrices de Excel, poniendo en riesgo la seguridad de la información. La falta de un departamento especializado en protección de datos personales y en innovación tecnológica también afecta negativamente a la eficiencia operativa.

A pesar de contar con personal experimentado, la agencia carece de una formación técnica adecuada en el uso de nuevas tecnologías. La ausencia de capacitación y un sistema consolidado de gestión de información limitan la optimización de los procesos, situación que sugiere la necesidad de invertir en capacitación y en la implementación de tecnologías más modernas para mejorar su desempeño.

Por consiguiente, aunque la agencia cuenta con recursos básicos adecuados, la falta de adopción de tecnologías avanzadas y de una estrategia integral en la gestión de datos limita su competitividad y eficiencia operativa.

De acuerdo con los métodos utilizados en este estudio, la triangulación de los resultados obtenidos proporciona una visión integral de los desafíos existentes en la Agencia Aeslit Cía. Ltda. Este enfoque permite identificar las relaciones entre las deficiencias observadas, las percepciones de los entrevistados y las teorías relacionadas con las categorías y dimensiones de esta investigación, particularmente en lo que respecta a la integración de tecnologías avanzadas y la gestión de la información organizacional. A través de esta triangulación, se logra una comprensión más precisa y profunda de los aspectos clave que deben ser abordados para mejorar la eficiencia operativa y la seguridad de los datos dentro de la agencia.

A partir de la información recopilada a través de la observación directa, se concluye que la Agencia Aeslit Cía. Ltda. enfrenta desafíos significativos en la gestión de la información, caracterizados por una fuerte dependencia de herramientas tradicionales como Excel y almacenamiento en memorias USB, lo que limita la eficiencia operativa y la seguridad de los datos. Estos hallazgos coinciden con Rodríguez-Parrales et al. (2021), quienes destacan que la adopción de herramientas digitales avanzadas es clave para superar estas deficiencias. La falta de un sistema digital centralizado y de protocolos formales de seguridad incrementa los riesgos en el manejo de la información.

En este sentido, Desde la perspectiva teórica, Bravo-Bravo et al. (2024), mencionan que las tecnologías podrían mejorar la transparencia y la eficiencia administrativa. Sin embargo, la falta de capacitación en el personal de la agencia, como se observó tanto en la práctica como en la teoría, limita la adopción de estas tecnologías avanzadas. En consecuencia, el uso de herramientas digitales podría optimizar el procesamiento de datos y, a su vez, mejorar la toma de decisiones en tiempo real, contribuyendo a una mayor efectividad en la gestión organizacional.

En este contexto, Aeslit enfrenta serias limitaciones en términos de digitalización y gestión de datos, lo que impacta negativamente en la eficiencia y la seguridad de la información. Por lo tanto, se requiere la adopción de tecnologías avanzadas y la capacitación continua del personal para mejorar su competitividad y alinearse con los estándares modernos.

Análisis de la entrevista

Situación actual del uso de tecnologías avanzadas en la Agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda.

En el estudio, tal como se presenta en la figura 2, el estado actual de la integración de tecnologías avanzadas en la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. ha sido reactiva y fragmentada, centrada principalmente en herramientas como Sabre y Excel, sin una estrategia tecnológica clara. La dependencia de sistemas tradicionales limita la eficiencia operativa y pone en riesgo la seguridad de los datos. La falta de un sistema centralizado y de protocolos formales para la protección de la información son áreas críticas que dificultan la modernización.

En este sentido, los principales obstáculos que enfrenta la agencia son la resistencia al cambio, la falta de capacitación y los recursos limitados. Como consecuencia de estos factores, la adopción de tecnologías avanzadas se ve retrasada, lo que a su vez limita la capacidad de la agencia para tomar decisiones estratégicas basadas en datos. Para Parrales et al. (2021), la falta de formación y la resistencia a los cambios tecnológicos son barreras comunes que afectan la eficiencia organizacional y dificultan el aprovechamiento de herramientas avanzadas. De manera similar, Striseo Martínez (2024), señala que las PYMEs suelen enfrentarse a desafíos similares, como la falta de recursos y el temor a los cambios tecnológicos, hecho que frena su capacidad para mantenerse competitivas en un entorno digital.

Estudio detallado de cada elemento en la entrevista sobre las tecnologías avanzadas.

Categoría: Tecnologías Avanzadas

Características y complejidad.

Lo anterior denota una ausencia de automatización de procesos internos, una conectividad fragmentada entre áreas y una carencia de sistemas capaces de procesar y analizar grandes volúmenes de información. Esto va en contra de lo señalado por Bravo-Bravo et al. (2024), quienes afirman que una de las principales características de las tecnologías avanzadas es su capacidad de procesamiento eficiente, a su vez, incrementa la competitividad organizacional. Asimismo, Rodríguez-Parrales et al. (2021) señalan que la automatización permite reducir errores humanos y costos operativos, beneficios que no se observan plenamente en el caso analizado. Por tanto, se concluye que la complejidad tecnológica no ha sido aún abordada por la organización, y que su nivel de digitalización es incipiente.

Recursos necesarios para la implementación.

Los recursos para implementar tecnologías avanzadas comprenden infraestructura tecnológica robusta, seguridad de la información, software especializado y talento humano capacitado (Rivero et al., 2024). En Aeslit, los testimonios revelan una dependencia de sistemas rudimentarios de respaldo (USB, carpetas locales) sin protocolos de seguridad establecidos, lo cual implica vulnerabilidad ante pérdidas de información. La Gerente General admite que no existen políticas formales de protección de datos, y que la gestión se basa en la confianza del personal. Esto coincide con lo mencionado por Rodríguez-Parrales et al. (2021), quienes subrayan que la ausencia de estrategias de ciberseguridad es una barrera significativa para la transformación digital.

A esta situación se suma la falta de personal especializado y la escasa formación tecnológica del equipo humano. Si bien los entrevistados reconocen que tecnologías como

sistemas contables en línea o plataformas colaborativas serían beneficiosas, también evidencian no contar con el conocimiento suficiente para proponer o liderar tales procesos. En concordancia con lo señalado por Buenrostro Mercado (2022) y Trovat Ascanio y Yusty Blanco (2025), esta falta de capacitación, sumada a limitaciones presupuestarias, constituye una de las principales debilidades de la organización.

Beneficios y riesgos.

Entre los beneficios destacan la mejora en la eficiencia operativa, la innovación constante y la competitividad sostenida (Bravo-Bravo et al., 2024; Rodríguez-Parrales et al., 2021). En la agencia, estos beneficios se observan parcialmente en áreas vinculadas con reservas aéreas, gracias al uso del sistema Sabre. La automatización de este proceso ha permitido reducir los tiempos de respuesta al cliente, mejorar la organización de itinerarios y ofrecer un servicio más ágil. Los entrevistados destacan también el uso de WhatsApp como herramienta para optimizar la atención al cliente, lo cual refleja un intento de adaptación a las preferencias del mercado digital.

No obstante, la agencia enfrenta múltiples riesgos derivados de su débil infraestructura tecnológica. Entre ellos se encuentran la pérdida de información por respaldos informales, la falta de protección digital, la resistencia al cambio de parte del personal y la inexistencia de indicadores que valoran la incidencia de las herramientas utilizadas. En este sentido, lo señalado por Rivero et al. (2024) cobra relevancia: sin una cultura organizacional orientada a la innovación ni políticas de evaluación tecnológica, los riesgos asociados a la dependencia de soluciones improvisadas aumentan significativamente, comprometiendo la sostenibilidad operativa y la capacidad de adaptación de la organización en entornos cambiantes.

Limitaciones en la implementación.

Las entrevistas revelan que la adopción de tecnologías ha sido principalmente reactiva, motivada por necesidades inmediatas más que por una visión estratégica de desarrollo. Tal como lo señala Striseo Martínez (2024), esta actitud limita las posibilidades de innovación real en las organizaciones. Los principales obstáculos identificados son la falta de presupuesto, el temor al cambio por parte del personal y la ausencia de formación técnica especializada, lo cual se alinea con los hallazgos de Rivero et al. (2024) y Laine (2022).

Por otro lado, se evidencia una falta de planificación a largo plazo y de evaluación formal de riesgos, lo cual podría derivar en la obsolescencia tecnológica o en una implementación ineficaz. La adopción de herramientas tecnológicas se decide de forma intuitiva, sin estudios de factibilidad, sin análisis de impacto y sin estructura de seguimiento, lo cual se contrapone con los principios de transformación digital descritos por Ruiz-Moran et al. (2025).

Principales tecnologías actualmente.

El marco teórico reconoce tecnologías clave como la inteligencia artificial, Blockchain, computación en la nube, Big Data, IoT y experiencias inmersivas (Joyanes Aguilar, 2023). Sin embargo, en la práctica, la agencia solo se utiliza Sabre y herramientas básicas como Excel, correo electrónico y mensajería móvil. Esta falta de plataformas integradas o de tecnologías emergentes refleja un rezago considerable frente a las tendencias actuales del sector turístico.

Los entrevistados coinciden en que no se cuenta con sistemas unificados ni automatizados para la gestión de procesos, elementos que impide generar información estratégica para la toma de decisiones. De hecho, la agencia no evalúa la efectividad de las herramientas utilizadas ni emplea métricas que permitan valorar su impacto operativo o comercial, esta omisión limita las posibilidades de implementar procesos de mejora continua.

Importancia en el contexto organizacional.

La transformación digital, entendida como proceso integral y estratégico, permite a las organizaciones adaptarse a entornos dinámicos, optimizar sus operaciones y mejorar su capacidad de decisión (Rodríguez Alegre et al., 2023). Pese a ello, Aeslit se encuentra en una etapa inicial de este proceso. La ausencia de sistemas integrados y la falta de análisis de datos hacen que las decisiones se sigan tomando con base en la experiencia individual y no en información sistematizada, esto, reduce la eficiencia organizacional.

Igualmente, se observa una débil cultura digital, lo cual impide consolidar un entorno de innovación y colaboración. Como lo evidencian Ultreras-Rodríguez et al. (2025), sin una visión que considere la información como un activo estratégico, las tecnologías pierden su valor transformador. En este caso, si bien existe disposición para mejorar, es necesaria una estrategia organizacional clara que permita superar las barreras actuales y avanzar hacia una gestión más moderna y eficiente.

Situación actual del uso de gestión de la información organizacional en la Agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda., según los participantes del estudio.

En el análisis realizado, la figura 3 ilustra claramente, la situación actual de la gestión de la información en la Agencia de viajes Aeslit refleja un modelo operativo basado en prácticas tradicionales, sin una estructura digital robusta que permita manejar eficientemente los datos organizacionales. Los entrevistados señalaron que actualmente se utilizan memorias USB, carpetas físicas y correos electrónicos personales para el almacenamiento y acceso a la información, el cual, refleja una gestión fragmentada y poco segura. Esta situación se aleja del enfoque estratégico propuesto por Alarcón Corrales (2023), quien define la GIO como un proceso articulado con los objetivos organizacionales, clave para el éxito institucional.

Uno de los puntos críticos detectados es la falta de destrezas en manejo de la información. Ninguno de los participantes manifestó haber recibido capacitación formal en herramientas digitales ni en análisis de datos, situación que afecta directamente la eficiencia en la toma de decisiones. García Ortega (2022) subraya que el desarrollo de destrezas es esencial para transformar los datos en conocimiento útil. Esta carencia obstaculiza la posibilidad de aplicar modelos como DIKAR, que permiten transformar los datos en resultados estratégicos.

En cuanto al acceso distribuido, los empleados acceden a la información solo bajo criterios de necesidad o confianza, sin sistemas automatizados ni herramientas colaborativas. Esto impide el flujo ágil de información entre áreas y reduce la eficiencia operacional. Trovat Ascanio & Yusty Blanco (2025) indican que el uso de plataformas en la nube y herramientas digitales es vital para garantizar el acceso eficiente y en tiempo real de los datos, donde, dichos aspectos no se cumplen.

La seguridad de la información también es débil: se basa en contraseñas básicas y respaldos informales. En caso de pérdida o daño de una memoria, la información puede desaparecer, lo que representa un riesgo considerable. Acorde con Pozo Hernández et al. (2025), una gestión moderna debe incluir estrategias de ciberseguridad que protejan los activos digitales y generen confianza tanto interna como externa.

Se admite, el valor de la información para la toma de decisiones, estas se basan más en la experiencia que en datos sistematizados. No existen indicadores de rendimiento, reportes formales ni mecanismos de retroalimentación estructurados. Esta desconexión entre información y estrategia contradice lo planteado por Bravo-Bravo et al. (2024), quienes resaltan que la información, gestionada correctamente, es clave para anticipar tendencias y responder al entorno competitivo.

Los resultados evidenciados de la GIO en Aeslit se encuentra en una etapa incipiente, con debilidades en infraestructura, competencias del personal y cultura organizacional orientada a los datos. Es necesario fortalecer estos aspectos para garantizar una gestión eficiente de la información que potencie la innovación, la toma de decisiones estratégicas y la competitividad empresarial.

Estudio detallado de cada elemento en la entrevista sobre la gestión de la información organizacional.

Categoría: Gestión de la Información Organizacional.

Acceso digital y competencias informacionales.

La gestión efectiva de la información requiere, entre otros factores, el acceso digital a los datos y el desarrollo de competencias informacionales en el personal. En la Agencia Aeslit, se observa un entorno donde el acceso a la información es limitado y descentralizado. Cada trabajador dispone únicamente de los archivos relacionados con su función, almacenados en dispositivos físico, careciendo de sistemas de control. Esto refleja un acceso distribuido no actualizado, muy lejos de lo planteado por Trovat Ascanio & Yusty Blanco (2025), quienes subrayan que el uso de plataformas colaborativas y bases de datos en línea permite mejorar significativamente la disponibilidad y fluidez de la información.

En relación con las competencias informacionales, los testimonios evidencian una carencia sustancial de habilidades técnicas. Ningún entrevistado menciona conocimientos avanzados sobre análisis de datos, sistemas de gestión documental ni plataformas digitales especializadas. Como lo destaca García Ortega (2022), el dominio de estas competencias resulta primordial para el uso eficiente de la información y, por ende, para la competitividad de la organización. La ausencia de estas capacidades limita la eficiencia operativa e incrementa la dependencia de métodos tradicionales.

Fases de la GIO.

El ciclo de la GIO incluye procesos primordiales como la recopilación, almacenamiento, distribución, archivado y eliminación de datos, los cuales deben desarrollarse de manera estructurada para garantizar su alineación con los objetivos institucionales (García Ortega, 2022). En Aeslit, sin embargo, estos procesos se ejecutan de forma empírica y dispersa. La recopilación de datos se realiza de manera informal, mayormente a través de WhatsApp o llamadas, mientras que el almacenamiento se realiza únicamente en memorias USB y carpetas locales, sin respaldo en la nube.

En cuanto a la falta de procedimientos establecidos para el archivado y eliminación de información se evidencia un desconocimiento del ciclo de vida de los datos. Este vacío organizacional contrasta con lo planteado por Alarcón Corrales (2023), quien destaca la importancia del modelo DIKAR para transformar datos en decisiones estratégicas. Al no contar con un modelo estructurado que guíe la conversión de información en conocimiento y acción, Aeslit se encuentra en una posición de desventaja frente a entornos más digitalizados.

Relación entre información y estrategia.

La gestión de la información constituye un pilar para la formulación y ejecución de estrategias empresariales. Sin embargo, en Aeslit, los datos relevantes para la toma de decisiones estratégicas como ventas, reservas o satisfacción del cliente no se sistematizan ni se procesan mediante herramientas analíticas. Según los entrevistados, las decisiones se toman principalmente en función de la experiencia individual o las circunstancias del día a día, por consiguiente, revela una desconexión entre la información y la estrategia organizacional.

Esta situación resulta contraria a lo consolidado por Bravo-Bravo et al, (2024), quienes indican que una GIO eficiente permite anticipar tendencias, responder a cambios del entorno y garantizar decisiones estratégicas más acertadas. Asimismo, Montalvo Torres & Cáceres

Hurtado (2022) destacan la importancia de alinear la tecnología con la estrategia empresarial. Bajo este contexto, la ausencia de herramientas digitales integradas impide esta alineación, reduciendo la capacidad adaptativa de la agencia en un entorno turístico altamente competitivo.

Sustancialidad de la GIO en la era digital.

En el contexto actual, caracterizado por la transformación digital, la GIO adquiere un rol sustancial en la innovación organizacional. De acuerdo con Buenrostro Mercado (2022), disponer de información pertinente y bien gestionada permite a las organizaciones adaptarse con mayor facilidad a las nuevas tecnologías y promover la innovación. Por otra parte, el uso de herramientas tecnológicas en la agencia sigue siendo limitado. Los procesos continúan siendo manuales y aislados, y no existen canales sistemáticos de retroalimentación del cliente, más allá del contacto ocasional vía WhatsApp.

Por otro lado, el estudio de Ruiz-Moran et al. (2025) resalta que plataformas digitales como encuestas automatizadas o redes sociales mejoran la experiencia del cliente y la calidad del servicio. En oposición a ello, la agencia no ha implementado estas herramientas, desaprovechando oportunidades valiosas para integrar la información del cliente en sus decisiones y procesos. Este desfase en la digitalización limita la capacidad de innovación y afecta la calidad de los servicios ofertados.

Cultura basada en datos.

La construcción de una cultura organizacional orientada al uso estratégico de los datos es determinante para maximizar el valor de la información. Se evidencia una cultura centrada en la experiencia y la intuición, con escasa valoración del dato como recurso estratégico. Las decisiones no se fundamentan en indicadores, métricas ni reportes analíticos, aspecto que, contraviene el principio básico de una cultura basada en datos (Rodríguez Alegre et al.,2023).

Cabe señalar, la falta de sistematización de la retroalimentación del cliente debilita el vínculo entre la agencia y sus usuarios. Mientras empresas líderes en sus sectores han incorporado la analítica de datos como herramienta para mejorar sus servicios (Flores Cedeño y López Paz, 2024), en Aeslit la información del cliente no se registra de manera formal ni se utiliza para impulsar mejoras continuas. Esto demuestra la ausencia de canales de retroalimentación efectivos y de una cultura organizacional orientada al aprendizaje mediante los datos.

Mejora de la seguridad y gestión de riesgos.

La protección de la información es un aspecto prioritario en el entorno digital contemporáneo. En la agencia, las medidas de seguridad son débiles: se utilizan contraseñas básicas, los respaldos son manuales y se almacenan en medios vulnerables como memorias USB. No se cuenta con políticas de seguridad formalizadas ni con sistemas de respaldo en la nube, incrementando considerablemente el riesgo de pérdida o filtración de información sensible.

Esto contradice lo planteado por Pozo Hernández et al. (2025), quienes afirman que la implementación de estrategias de ciberseguridad sólidas es indispensable para preservar la integridad de los datos. A ello se suma la ausencia de sistemas formales de gestión de riesgos. Si bien los entrevistados reconocen ciertas amenazas (como pérdida de archivos o errores humanos), no se realizan evaluaciones estructuradas de vulnerabilidad. Conforme a (Sánchez-Sánchez et al. (2021), estos sistemas deben considerar factores como la velocidad tecnológica, el enfoque interno y la ubicación geográfica. Dado lo anterior, la agencia no dispone de herramientas ni procesos que le permitan controlar y mitigar los riesgos derivados de su entorno digital.

Análisis comparativo de los entrevistados

El análisis cualitativo realizado a partir de las entrevistas aplicadas a tres funcionarios dentro de la Agencia de viajes: Gerente General, Asistente Contable y Asistente Administrativo, permitió identificar posiciones diferenciadas sobre la incorporación de tecnologías avanzadas y la gestión de la información organizacional (GIO), elementos esenciales en el contexto de transformación digital. Estas diferencias se explican en parte por el nivel jerárquico, el rol funcional y el grado de apropiación tecnológica de cada entrevistado, revelando patrones de uso, comprensión y valoración de la tecnología y la información como recursos estratégicos.

1. Categoría: Tecnologías Avanzadas.

Características y complejidad.

En esta categoría, se evidenció diferencias en la comprensión y uso de las herramientas digitales. La Gerente General, desde una posición de liderazgo, expresa una visión crítica y reflexiva, reconociendo la existencia de una adopción más reactiva que estratégica. Aunque identifica el valor de la digitalización en procesos específicos como el boletaje aéreo mediante Sabre, manifiesta que el resto de las operaciones aún se mantienen bajo esquemas tradicionales. Esto revela una brecha entre el reconocimiento del potencial tecnológico y la falta de acción concreta para su integración institucional.

El Asistente Contable, por su parte, contrapone lo expuesto por la Gerente, quien muestra una disposición favorable hacia la adopción de herramientas digitales, con un enfoque centrado en la eficiencia operativa. Sin embargo, su visión continúa siendo parcial y funcional, enfocada en beneficios inmediatos como la automatización de reportes, sin mayor conciencia de los riesgos asociados.

Por otro lado, el Asistente Administrativo, limita el uso de las tecnologías a funciones básicas como la mensajería instantánea y el correo electrónico, lo que evidencia un bajo nivel de apropiación tecnológica y una fuerte dependencia de prácticas tradicionales. Esta caracterización muestra que, si bien existe apertura en distintos grados hacia el uso de tecnologías, no se articula una estrategia transversal ni se promueve una cultura de innovación tecnológica sostenida.

Recursos necesarios para la implementación.

Respecto a los recursos necesarios para la implementación tecnológica, las percepciones varían nuevamente de acuerdo con el rol jerárquico. La Gerente General identifica la falta de infraestructura y de protocolos como una debilidad estructural, aunque no propone soluciones concretas, lo cual refleja una postura más pasiva ante las limitaciones organizacionales.

El Asistente Contable, en cambio, identifica necesidades técnicas específicas, como la incorporación de un sistema contable en línea, lo que denota una visión propositiva a pesar de reconocer restricciones presupuestarias. En contraste, el Asistente Administrativo parece aceptar sin cuestionamientos la infraestructura actual, considerando suficiente el uso de memorias USB y respaldos manuales. Esta aceptación implícita refuerza la naturalización de prácticas obsoletas y limita el desarrollo de competencias tecnológicas.

Beneficios y riesgos.

En este aspecto, todos los entrevistados reconocen ciertas ventajas, especialmente en la mejora de la atención al cliente. Sin embargo, la profundidad del análisis varía. La Gerente General señala la reducción en los tiempos de respuesta, pero también advierte sobre la fragilidad de los sistemas debido a la ausencia de medidas de protección y protocolos de seguridad. En tanto, el Asistente Contable enfatiza únicamente los beneficios operativos,

omitiendo consideraciones sobre seguridad, lo que demuestra una visión limitada y de corto plazo. El Asistente Administrativo asocia la tecnología a la facilidad de uso, sin vincularla con resultados organizacionales ni advertir riesgos, lo cual evidencia una comprensión superficial.

Limitaciones en la implementación.

En relación con las limitaciones para la implementación, los tres actores coinciden en que la falta de presupuesto representa la principal barrera. No obstante, la Gerente General aporta una visión más integral al identificar también la resistencia al cambio y la carencia de capacitación como factores críticos. El Asistente Contable menciona aspectos técnicos como el costo de software y la ciberseguridad, mientras que el Asistente Administrativo enfoca el problema en el temor al cambio, reflejando una barrera más actitudinal que estructural. Esta diversidad de enfoques sugiere la necesidad de abordar las limitaciones desde una perspectiva multidimensional.

Principales tecnologías actualizadas.

En cuanto a las tecnologías utilizadas, se observa una brecha entre la percepción y la realidad. La Gerente General identifica a Sabre como una herramienta importante para la agencia, pero admite que su uso está circunscrito al área de ventas. El Asistente Contable menciona el uso de plataformas como Google y Microsoft, lo que podría interpretarse como una sobrevaloración de herramientas genéricas sin evidencia de integración de sistemas especializados. Por el contrario, el Asistente Administrativo presenta una visión más honesta pero limitada, centrada únicamente en herramientas básicas. Esto revela un rezago tecnológico generalizado, con esfuerzos aislados y no sistematizados.

Importancia en el contexto organizacional.

Respecto a este punto, se identificó que ninguno de los actores percibe una integración real de la digitalización en los procesos estratégicos de toma de decisiones. La Gerente

reconoce el valor de la tecnología en áreas puntuales, pero admite que las decisiones globales se toman con base en la experiencia personal. El Asistente Contable sugiere que ciertos datos orientan decisiones operativas, aunque reconoce la ausencia de un sistema de indicadores. El Asistente Administrativo indica que las decisiones se toman “al momento”, sin respaldo en información estructurada. Esta situación denota una débil cultura de gestión basada en evidencia y una dependencia excesiva de prácticas empíricas.

2. Categoría: Gestión de la Información Organizacional

Acceso digital y competencias informacionales.

Las entrevistas revelaron una ausencia de procesos estructurados para la recolección, almacenamiento, uso y disposición de la información. El acceso digital y las competencias informacionales presentan marcadas limitaciones. La Gerente asocia el acceso con la confianza en el personal, sin mencionar sistemas formales de gestión, lo que sugiere una delegación basada en criterios subjetivos. El Asistente Contable reporta un acceso segmentado, limitado a archivos específicos, mientras que el Asistente Administrativo restringe su gestión al uso de datos mínimos para atención al cliente. Esto demuestra la inexistencia de políticas institucionales que regulen el acceso y uso de la información.

Fases de la GIO.

Con relación a las fases de la GIO, ninguno de los entrevistados demuestra un conocimiento claro del ciclo completo. La Gerente reconoce el almacenamiento y recuperación, aunque de forma informal. Por su parte el Asistente Contable realiza respaldos semanales sin criterios de seguridad documental, y el Asistente Administrativo clasifica archivos localmente sin ningún tipo de trazabilidad. Esta falta de articulación funcional de las fases revela una práctica empírica y rudimentaria que expone a la organización a riesgos informacionales considerables.

Relación entre información y estrategia.

La relación entre la información y la estrategia tampoco está consolidada. La Gerente identifica que Sabre ha mejorado decisiones comerciales, pero no logra integrar esa experiencia a otras áreas. El Asistente Contable reconoce la generación de datos, pero no los vincula con procesos estratégicos, mientras que el Asistente Administrativo no visualiza conexión alguna entre la información disponible y la planificación organizacional. Estas opiniones reflejan una desvinculación entre los sistemas informativos y la toma de decisiones estratégicas, lo que impide una gestión basada en conocimiento.

Sustancialidad de la GIO en la era digital.

Al abordar este elemento, los entrevistados coinciden en que ciertas herramientas han mejorado aspectos específicos del servicio, pero ninguno identifica la GIO como un elemento transformador. La Gerente es consciente de la falta de planificación tecnológica, el Asistente Contable valora beneficios operativos sin proyectarlos a largo plazo, y el Asistente Administrativo destaca únicamente la comodidad. Este enfoque instrumental evidencia una comprensión reducida del valor estratégico de la información.

Cultura basada en datos.

En términos de cultura basada en datos, la evaluación es crítica. La Gerente General toma decisiones según criterios de eficiencia percibida, sin apoyo de indicadores. El Asistente Contable valora la rapidez operativa pero no revisa resultados mediante métricas. El Asistente Administrativo considera la satisfacción del cliente como criterio suficiente, sin registros formales. Esta situación denota una cultura organizacional dominada por la intuición y la experiencia, en detrimento del análisis sistemático.

Mejora de la seguridad y gestión de riesgos.

En lo relativo a seguridad de la información y gestión de riesgos, el panorama es preocupante. La Gerente reconoce la inexistencia de protocolos y depende de la responsabilidad individual. El Asistente Contable utiliza contraseñas y respaldos básicos, sin políticas institucionales. El Asistente Administrativo refleja la mayor vulnerabilidad, almacenando archivos sin protección. En conjunto, se evidencia una gestión de riesgos ausente o informal, sin estándares mínimos de resguardo y protección de datos.

Análisis general de los resultados

El estudio realizado en la Agencia de Viajes Aeslit Cía. Ltda. reveló una situación caracterizada por un nivel inicial fragmentado de digitalización y gestión de la información organizacional. La observación directa y las entrevistas con actores clave evidencian que, aunque la agencia dispone de recursos tecnológicos básicos como el sistema Sabre para emisión de boletos y herramientas ofimáticas tradicionales (Excel, Word), existe una dependencia significativa de tecnologías obsoletas y prácticas manuales que limitan la eficiencia operativa y la seguridad de la información.

Se identificó una ausencia de sistemas integrados y protocolos formales para la protección y gestión de datos, lo que expone a la organización a riesgos potenciales en el manejo de información sensible. Asimismo, la falta de un área o departamento especializado en tecnologías y seguridad informática agrava esta vulnerabilidad. El personal cuenta con experiencia, pero carece de la formación técnica necesaria para la adecuada adopción y uso de tecnologías avanzadas, lo que se traduce en una limitada capacidad de innovación y optimización de procesos.

Por otro lado, las entrevistas reflejaron percepciones convergentes respecto a los obstáculos para la transformación digital, destacando la resistencia al cambio, la insuficiente capacitación y los recursos económicos limitados como barreras clave.

Desde la perspectiva teórica, estos hallazgos coinciden con autores como Rodríguez-Parrales et al. (2021) y Bravo-Bravo et al. (2024), quienes enfatizan la importancia de adoptar tecnologías digitales avanzadas y capacitar al personal para mejorar la eficiencia, seguridad y capacidad de toma de decisiones en las organizaciones. Además, se confirma que la ausencia de una estrategia integral de transformación digital impacta negativamente en la competitividad

de la agencia, en un entorno empresarial que exige adaptabilidad y rápida respuesta a los cambios del mercado.

La Agencia Aeslit Cía. Ltda. se encuentra en una etapa incipiente en cuanto a digitalización y gestión de la información, con importantes limitaciones estructurales, técnicas y culturales que deben ser abordadas mediante una estrategia clara de transformación digital, inversión en formación continua y adopción progresiva de tecnologías avanzadas. Solo así podrá mejorar su eficiencia operativa, seguridad de datos y capacidad para tomar decisiones informadas, asegurando su sostenibilidad y competitividad en el sector turístico.

Conclusiones

- En el contexto actual la Agencia de viajes Aeslit Cía. Ltda. gestiona su información mediante herramientas tradicionales, como hojas de cálculo en Excel y dispositivos de almacenamiento portátil (memorias USB), caracterizadas por bajos niveles de seguridad y la ausencia de políticas formales de protección de datos. Esta situación restringe la eficiencia operativa, la accesibilidad oportuna y la confiabilidad de la información organizacional.
- Un aporte significativo de esta investigación es la identificación de limitaciones que impide la adopción de tecnologías avanzadas para optimizar los procesos internos y la toma de decisiones estratégicas. La ausencia de automatización y plataformas integradas mantiene la ineficiencia operativa, mientras que la implementación de un CRM y otras herramientas tecnológicas permitiría mejorar la gestión de la información, reducir tiempos de respuestas y aumentar la precisión estratégica.
- Se evidencia que la relación con los clientes se encuentra limitada por la falta de herramientas de retroalimentación automatizadas y, además, la ausencia de un sistema que gestione de manera eficiente las interacciones. Como consecuencia, se dificulta la personalización de los servicios y la fidelización de clientes. Sin embargo, la integración de encuestas en línea, formularios automatizados y análisis de comentarios permitiría fortalecer tanto la experiencia como la satisfacción del cliente.
- Se concluye que, Aeslit requiere una transformación digital integral que abarque la modernización de sus sistemas de gestión de información, la implementación de herramientas tecnológicas avanzadas como un CRM, la incorporación de mecanismos de retroalimentación digital y la capacitación continua del personal. De esta manera, será posible superar las limitaciones actuales, optimizar los procesos internos, fortalecer la relación con los clientes y garantizar la competitividad en el mercado turístico.

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones están orientadas a fortalecer los aspectos identificados en la investigación:

- Aeslit debe adoptar plataformas digitales seguras e integradas, complementadas con un sistema de respaldo, que sustituya el uso de herramientas obsoletas y aseguren la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información.
- Para avanzar en su transformación, Aeslit debe considerar la implementación de un sistema integrado de gestión de información que centralice los datos de los clientes, facilitando personalizar los servicios y respaldar la toma de decisiones estratégicas basadas en datos. Asimismo, este sistema debe favorecer una transición fluida hacia herramientas digitales más avanzadas, contribuyendo a la optimización y modernización de los procesos internos durante su reorganización.
- Es fundamental que la organización invierta de forma constante tanto en la retroalimentación del personal, así como en la modernización de su infraestructura tecnológica y en el fortalecimiento de la seguridad de la información, con el propósito de implementar un plan de capacitación continua, análisis de datos junto con el uso de herramientas colaborativas, a fin de fortalecer la cultura tecnológica y disminuir la resistencia al cambio.
- Se sugiere incorporar un sistema CRM (Customer Relationship Management) que centralice la información de los clientes, que permitirá ofrecer servicios personalizados y mejorar la fidelización. Además, diseñar y ejecutar una estrategia de transformación digital a largo plazo que incluya la capacitación continua del personal y la incorporación progresiva de tecnologías avanzadas.

Bibliografía

- Alarcon Corrales, K. (2023). Gestión documentaria en la calidad de servicio al cliente de un fondo de vivienda de las Fuerzas Armadas, Lima - 2023. *Universidad César Vallejo*.
Obtenido de <https://es.scribd.com/document/722789986/Tesis-de-gestion-documentaria>
- Bravo-Bravo, I. F., Alcivar-Soria, E. E., & Prado-Chinga, A. E. (2024). Aplicación de la inteligencia artificial en la optimización de procesos organizacionales. *Revista Científica Innova*, 2(2), 45-59. doi: <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v2/n2/37>
- Buenrostro Mercado, E. (2022). Propuesta de adopción de tecnologías asociadas a la industria 4.0 en las pymes mexicanas. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*. doi: <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2022.24.81347>
- Estévez, S. M. (2023). Análisis de caso: impacto de la implementación de un CRM en la agencia de viajes Services Travel. Obtenido de <https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/2245>
- Flores Cedeño, P. R., & López Paz, C. R. (2024). Gobernanza de las tecnologías de la información en el desarrollo corporativo. *Zenodo*, 5(1). doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11374432>
- García Ortega, B. (2022). Introducción a la gestión de la información y del conocimiento en la empresa. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/184851>
- González Veja, A. M., Torrego González, A., Souto-Seijo, A., Cabellos, A., Cuenca, A. M., Leite Méndez, A., . . . Bertoldo, C. (2021). La práctica en investigación. Experiencias de grupos de investigación. (C. Brandão, J. L. Carvalho, & T. Alzás García, Edits.) *Nuevas tendencias en la investigación cualitativa*, 5. doi: <https://doi.org/10.36367/ntqr.5.2021>

- Hernán-García, M., Lineros-González, C., & Ruiz-Azarola, A. (2021). Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos. 35(3), 298-301. Obtenido de <https://www.scielo.org/pdf/gs/2021.v35n3/298-301/es>
- Joyanes Aguilar, L. (2023). Panorámica de Tecnologías Emergentes y Disruptivas. En J. C. Ferreri, D. López De Luise, L. Joyanes Aguilar, J. A. Pucheta, D. L. La Red Martínez, & A. A. Martino, *Inteligencia Artificial y Ciencia de Datos*. Argentina. Obtenido de https://www.ciencias.org.ar/user/CETI/Compilado%20CETI%20last_2.pdf#page=13
- Laine, A. (2022). Computación en la nube y en el borde de la industria manufacturera: una perspectiva de sostenibilidad. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/376595541_Cloud_and_edge_computing_in_the_manufacturing_industry_a_sustainability_perspective
- Majewska, R. (2020). La triangulación múltiple en la investigación-acción con ejemplos de investigación propia. *Neofilólogo*, 54(2), 223-243. doi: <https://dx.doi.org/10.14746/n.2020.54.2.3>
- Montalvo Torres, R. E., & Cáceres Hurtado, M. (2022). Aplicación de las tecnologías de información y comunicación para la gestión de calidad en la agencia de viajes minorista Viva Cusco Tours, 2021. *Acceso Libre a Información Científica para la Innovación*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/index.php/Record/UTPD_5cdaa66d64db876b9b73b7a08105b2b4
- Ochoa-Pachas, J., & Yunkor-Romero, Y. (2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Universidad Autónoma del Perú*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/386791232.pdf>

- Pinargote Pico, J. T. (2023). La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad de las medianas empresas comerciales de Manta-Ecuador. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/4507>
- Pozo Hernández, C. G., Reascos Pichao, R. S., & Minaya Macías, R. W. (2025). Fundamentos de Seguridad Informática y Ciberseguridad. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/389395515_Fundamentos_de_Seguridad_Informatica_y_Ciberseguridad
- Quevedo Vázquez, J. O., Neira Neira, M. L., & Villarreal Cherrez, T. M. (2019). Ámbitos de investigación de la carrera de administración de empresas: tecnologías avanzadas de gestión empresarial y modelado. Manta, Manabí, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 4(2), 407-424. doi: <https://doi.org/10.23857/pc.v4i2.935>
- Rivero, M., Sandro, G., Ochoa, P., & Piero, A. (2024). La digitalización y su relación con la cadena de suministro de empresas logísticas en la provincia constitucional del Callao en los años 2019 a 2023. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/683754>
- Rodríguez Alegre, L. R., Calderón-De-Los-Ríos, H., Hurtado-Zamora, M. M., & Ocaña-Rodríguez, Á. W. (2023). Inteligencia artificial en la gestión organizacional: Impacto y realidad latinoamericana. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(1), 226-241. doi: <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i1.2782>
- Rodríguez-Parrales, D. H., Moreno-Lozano, D. Y., Orellana-Rosado, J. M., & Pincay-Reyes, K. D. (2021). Ventajas y desventajas de las herramientas tecnológicas en las actividades académicas. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 7(5), 182-195. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2242/4813>

- Rojas-Berrio, S., Rincon Novoa, J. L., Ascúa, R. A., & Revale, H. (2020). Tecnologías Digitales Emergentes en Emprendimientos y Mipymes (Colombia). *Red de Investigación en Ciencias Sociales*, 39. Obtenido de <https://ssrn.com/abstract=3712627>
- Ruiz-Moran, C. G., Montesdeoca-Peralta, M., Suárez-Morán, D. I., & Lopez-Bermudez, R. M. (2025). Aprovechamiento de nuevas tecnologías por las operadoras de turismo para la captacion de nuevos clientes. *Revista Multidisciplinaria Arbitrada de Investigación Científica*, 9(1), 1-17. doi: <https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.1.2025.e170>
- Sánchez-Sánchez, P. A., García-González, J. R., Triana, A., & Pérez-Coronell, L. (2021). Medida del nivel de seguridad informática de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en Colombia. *Scielo*, 32(5). doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000500121>
- Sancho Zurita, J. V., Herrera Díaz, S. P., Crespo Núñez, X. L., & Cadena Echeverria, G. N. (2024). Uso de la Inteligencia Artificial en la Organización y Planificación de los Viajes Quito-Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 228-243. doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9411
- Striseo Martínez, S. J. (2024). Innovación en la gestión empresarial nuevas tecnologías y su rol en la eficiencia organizacional. *Revista Multidisciplinaria Internacional SAPIENS*, 1(1), 148-165. Obtenido de <https://revistasapiensec.com/index.php/sapiens/article/view/10>
- Trovat Ascanio, V. A., & Yusty Blanco, G. Z. (2025). Los determinantes sociales y los desafíos para la gestión de las relaciones laborales. En A. Cordero Borjas, D. Verenzuela Barroeta, & L. García Estelin, *Estudios Culturales y Organizacionales: organizaciones resilientes, adaptables e innovadoras en tiempos de incertidumbre* (págs. 15-26). Universidad de Carabobo. Obtenido de

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/10449/ISBN-9789802338917.pdf?sequence=1>

Ultreras-Rodríguez, A., De La Paz-Rosales, M. T., Santana-Alaniz, J. D., & Ramírez-Ortega, A. G. (2025). Inteligencia artificial y su impacto en la automatización del trabajo en México. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 10(19), 4-25. doi: <https://doi.org/10.35381/r.k.v10i19.4364>

Zambrano Burgos, V. R., Zambrano Mieles, J. D., & Mieles Cevallos, D. (2025). El rol de la inteligencia artificial en la automatización y la gestión de la cadena de suministro. *Revista Científica GADE*, 5(1), 390-414. doi: <https://doi.org/10.63549/rg.v5i1.607>

Anexos

Anexo 1. Propuesta de solución

Título

Implementación de un Sistema CRM basado en la Gestión Inteligente de la Información en
Aeslit Cía. Ltda.

Introducción

En el entorno actual, las agencias de viajes enfrentan desafíos constantes para mantenerse competitivas y adaptarse rápidamente a un mercado que cambia de manera acelerada. La Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda. no es ajena a estos retos, ya que actualmente enfrenta dificultades en la gestión de la información dispersa y en la ejecución de procesos manuales, lo que ralentiza considerablemente la toma de decisiones.

En este contexto, la adopción de un sistema CRM (Customer Relationship Management) se presenta como una solución clave para centralizar toda la información de los clientes y optimizar los procesos operativos. Al integrar un CRM, la agencia podrá gestionar las relaciones con los clientes de manera más eficiente, facilitando una toma de decisiones más ágil y basada en datos.

Como afirma Estévez (2023). "Un sistema CRM para agencias de viajes centraliza todos los datos de los clientes, desde preferencias hasta historiales de reservas, permitiendo una gestión más eficiente y personalizada de las relaciones con los clientes." Este enfoque subraya cómo la centralización de la información a través de un CRM no solo optimiza la gestión de las relaciones, sino que también facilita una mayor personalización en el servicio, lo que resulta en una experiencia más satisfactoria para el cliente. Además, la automatización de procesos

operativos mejora la eficiencia, reduciendo tiempos de respuesta y permitiendo a la agencia tomar decisiones estratégicas basadas en datos consolidados y actualizados.

Objetivo

Implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) que permita centralizar la información sobre los clientes, personalizar los servicios ofrecidos y establecer mecanismos automatizados de retroalimentación, con el fin de mejorar la experiencia del cliente, fortalecer su fidelización y optimizar los procesos de gestión de la información organizacional en la Agencia de viaje Aeslit Cía. Ltda.

Justificación

La Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda., ubicada en la ciudad de Manta, presenta un modelo de gestión informacional tradicional, caracterizado por el uso de archivos en Excel, almacenamiento en dispositivos físicos y la ausencia de herramientas digitales que permitan centralizar y analizar los datos de los clientes. Esta situación limita significativamente su capacidad para ofrecer servicios personalizados, innovadores y seguros, factores clave en un entorno turístico competitivo y digitalizado.

La incorporación de un sistema CRM constituye una estrategia orientada a superar las debilidades detectadas, permitiendo consolidar en una sola plataforma toda la información relevante de los clientes, sus preferencias, historiales de compra, y su nivel de satisfacción con los servicios recibidos. Además, la integración de encuestas automatizadas y otros mecanismos de retroalimentación permitirá transformar la experiencia del cliente en un insumo valioso para la mejora continua.

Desde la perspectiva de la gestión de la información, esta propuesta aporta una solución estructurada y sostenible que alinea el flujo informativo con los objetivos estratégicos

de la agencia, promoviendo una cultura organizacional basada en datos y facilitando una toma de decisiones más ágil, eficaz y centrada en el usuario.

Componentes para la Implementación de un Sistema CRM

Para lograr una implementación efectiva de un Sistema de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM), es fundamental considerar una serie de componentes que permiten centralizar la información, automatizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. A continuación, se describen los elementos esenciales que conforman un CRM robusto y alineado con los objetivos organizacionales:

1. Base de Datos Centralizada de Clientes

Permite almacenar, organizar y acceder a toda la información relevante sobre los clientes, incluyendo datos de contacto, historial de compras, interacciones previas, preferencias y solicitudes. Es fundamental para ofrecer una atención personalizada y mejorar la toma de decisiones.

2. Automatización de Marketing

Incluye herramientas para planificar, ejecutar y evaluar campañas de marketing segmentadas. Automatiza procesos como el envío de correos electrónicos, seguimiento de clientes potenciales y generación de contenido personalizado según el perfil del cliente.

3. Gestión de Ventas

Facilita el seguimiento del proceso comercial, desde la generación de oportunidades hasta el cierre de ventas. Proporciona herramientas para la asignación de tareas, gestión de contactos, elaboración de cotizaciones y análisis de rendimiento de los vendedores.

4. Servicio y Soporte al Cliente

Incorpora funcionalidades para registrar, gestionar y resolver solicitudes, quejas o consultas de los clientes. Incluye mecanismos de tickets, chat en línea, autoservicio y bases de conocimiento que mejoran la experiencia del cliente.

5. Análisis y Reportes

Permite generar informes personalizados y cuadros de mando sobre el comportamiento de los clientes, rendimiento de ventas, efectividad de campañas y otros indicadores clave. Facilita la toma de decisiones basadas en datos.

6. Integración con otros Sistemas

El CRM debe ser capaz de integrarse con plataformas como ERP, sistemas de facturación, redes sociales, herramientas de E-Commerce o cualquier otro software corporativo. Esto garantiza una visión unificada del cliente en toda la organización.

7. Movilidad y Acceso Remoto

Permite que el equipo de ventas y atención al cliente acceda al sistema desde dispositivos móviles o plataformas en la nube. Mejora la eficiencia operativa y la disponibilidad de información en tiempo real.

8. Seguridad y Gestión de Accesos

Establece políticas de seguridad, roles y permisos para asegurar que la información confidencial de los clientes esté protegida. Incluye respaldo de datos, encriptación y cumplimiento de normativas de protección de datos.

9. Interfaz Intuitiva y Personalizable

Una interfaz amigable y adaptable a las necesidades del usuario final facilita la adopción del sistema y mejora la productividad. Permite configurar paneles, flujos de trabajo y vistas según los roles de los usuarios.

10. Mecanismos de Retroalimentación

Incorporación de encuestas automatizadas, formularios de satisfacción o herramientas de escucha activa que permiten captar la opinión del cliente y generar mejoras continuas en productos y servicios.

Beneficios.

La incorporación de un CRM en una organización no solo transforma la forma en que se gestionan las relaciones con los clientes, sino que también genera impactos positivos en diversos niveles del negocio. Comprender sus beneficios permite valorar su verdadero potencial como herramienta estratégica para fortalecer la competitividad y mejorar los procesos internos, a continuación, se detallan algunos de ellos:

- a) El CRM permitirá organizar todos los datos relacionados con los clientes en un sistema único y accesible desde diferentes áreas funcionales. Esto eliminará la dispersión de información y facilitará su recuperación en tiempo real.
- b) A partir del análisis de comportamientos, preferencias y antecedentes de compra, el sistema permitirá diseñar ofertas y servicios adaptados a cada cliente, generando un vínculo más estrecho y duradero.
- c) Se incorporarán herramientas para enviar encuestas online de manera automática al finalizar una transacción o servicio, lo cual proporcionará insumos objetivos y constantes para la mejora continua.

- d) El CRM generará reportes analíticos sobre satisfacción del cliente, indicadores de retención, frecuencia de compra y segmentación de mercados, lo que potenciará la capacidad de respuesta estratégica de la agencia.
- e) Al dejar de utilizar memorias USB y otros medios informales, se podrá garantizar mayor protección de los datos personales de los clientes, cumpliendo así con normativas de confidencialidad y fortaleciendo la confianza del usuario.

Componentes del Sistema CRM y su asociación con la Gestión de la Información en la Agencia de Viajes Aeslit Cía. Ltda.

La implementación de un sistema CRM (Customer Relationship Management) en una agencia de viajes no solo permite mejorar la atención al cliente, sino que también fortalece la gestión de la información, facilitando la personalización de servicios, la fidelización de clientes y la toma de decisiones basadas en datos. A continuación, se presentan los componentes del CRM y su relación directa con la gestión de la información en este tipo de organización.

Implementación de un CRM y su asociación con la Gestión de la Información en la Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda.

Etapas	Componentes del Sistema CRM	Asociación con la Gestión de la Información	Principales Actividades	Documentos Por Generar	Resultados Esperados	Responsabilidad del Gestor de Información	Duración Estimada
Diagnóstico y planificación	Estrategia de Gestión de Clientes	Definir políticas de atención y segmentación del cliente turístico. Conserva datos esenciales sobre elecciones de viaje preferenciales, historial y comportamiento.	Definir políticas de atención y segmentación; recopilar datos de clientes	Manual de políticas de atención al cliente	Segmentación efectiva y perfiles completos de clientes	Liderar el diseño de la estrategia de atención y segmentación de clientes turísticos.	1 mes
Desarrollo de infraestructura	Procesos de Negocios Integrados	Unifica los procesos de reserva, venta de paquetes, atención postventa y seguimiento, asegurando que toda la información se registre de forma coherente en el sistema.	Mapear y sincronizar procesos de ventas, reservas y atención postventa	Mapa de procesos unificados	Procesos fluidos e interconectados	Coordinar la integración y estandarización de procesos clave del negocio.	2 meses
	Infraestructura Tecnológica	Facilita el almacenamiento seguro y el acceso oportuno a la información de los clientes y servicios turísticos ofrecidos, incluyendo disponibilidad, tarifas y promociones.	Establecer servidores y plataformas seguras de almacenamiento	Especificaciones de infraestructura	Acceso seguro y rápido a la información	Supervisar la instalación tecnológica y validar protocolos de acceso seguro.	2 meses
	Interfaz Amigable y Accesible	Facilita que el personal de la agencia registre y consulte la información de clientes de manera rápida y eficiente, desde cualquier dispositivo.	Desarrollar interfaces accesibles para el personal en distintos dispositivos	Diseño de interfaz y criterios de accesibilidad	Mayor eficiencia en la atención al cliente	Validar que el diseño de interfaces sea funcional y accesible para el equipo.	2 meses
	Seguridad y Protección de Datos	Asegura que los datos personales de los clientes estén protegidos mediante protocolos y políticas de	Aplicar protocolos y políticas de seguridad conforme a la	Política de privacidad y gestión de datos	Cumplimiento normativo y confianza del cliente	Monitorear el cumplimiento de protocolos de seguridad y	2 meses

Etapas	Componentes del Sistema CRM	Asociación con la Gestión de la Información	Principales Actividades	Documentos Por Generar	Resultados Esperados	Responsabilidad del Gestor de Información	Duración Estimada
		privacidad, garantizando confianza y cumplimiento normativo.	normativa			normativas vigentes.	
Integración de bases de datos	Base de Datos Centralizada de Clientes	Garantiza una visión integral de cada cliente, al registrar su historial de viajes, preferencias, interacciones y quejas.	Diseñar e implementar una base única de información del cliente	Modelo de datos del cliente	Visión 360° del cliente centralizada	Asegurar la correcta estructuración de la base de datos única de clientes.	2 meses
	Integración con Otros Sistemas	Conecta el CRM con sistemas de reservas, pasarelas de pago y plataformas de marketing digital, centralizando la información y mejorando la experiencia del cliente.	Vincular CRM con sistemas de reservas, pagos y marketing digital	Esquema de integración de sistemas	Flujo de información centralizado	Facilitar la interoperabilidad entre sistemas y asegurar flujos integrados.	2 meses
Automatización y análisis de datos	Herramientas de Automatización	Optimiza la gestión informativa mediante recordatorios automáticos, confirmaciones de reservas y envío de promociones segmentadas según el perfil del cliente.	Configurar flujos automatizados de comunicación y seguimiento	Guías de automatización y flujos de trabajo	Reducción de tareas manuales y errores	Implementar herramientas que automaticen procesos operativos y comunicacionales.	1.5 meses
	Gestión de la Información y Análisis de Datos	Permite a la agencia identificar tendencias de viaje. Evaluar la rentabilidad de paquetes turísticos. Adaptar sus estrategias de promoción según la información recolectada.	Recolectar, organizar y analizar los datos del cliente y del mercado	Informes de analítica y visualización	Toma de decisiones basada en datos	Promover el uso de datos analíticos en la toma de decisiones comerciales.	1.5 meses

Etapas	Componentes del Sistema CRM	Asociación con la Gestión de la Información	Principales Actividades	Documentos Por Generar	Resultados Esperados	Responsabilidad del Gestor de Información	Duración Estimada
Capacitación y gestión del cambio	Formación y Gestión del Cambio	Capacitar al equipo en el manejo adecuado del sistema. Fomentar capacidades para gestionar la información de manera óptima, reconociéndola como un recurso estratégico dentro de la organización.	Capacitar al personal y gestionar el cambio cultural en el uso del CRM	Plan de formación y guía de adopción	Adopción efectiva del sistema CRM	Guiar al equipo durante el desarrollo de incorporación y utilización efectiva del nuevo sistema.	1 mes
Evaluación y mejora continua	Mecanismos de Retroalimentación del Cliente	Incorpora encuestas post-viaje. Formularios de satisfacción que retroalimentan el sistema con datos relevantes para la mejora continua de los servicios.	Diseñar mecanismos de recolección estructurada de feedback del cliente	Plantillas de encuestas y formularios	Mejora continua basada en feedback real	Recolectar y analizar el feedback del cliente para su transformación en acciones.	1 mes

Anexo 2. Guía de Observación

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio Carrera: Gestión de la Información Gerencial		
Instrumento:	Guía de Observación		
Nombre de la observadora:	Mirna Patricia Ávila Pibaque		
Objetivo:	Observar la eficiencia de los procesos operativos, con el fin de identificar áreas de mejora en la gestión de la información, y proponer soluciones que optimicen la toma de decisiones y el flujo de datos dentro de la organización.		
Nombre de la empresa:	Agencia de Viaje Aeslit Cía. Ltda.		
Dirección:	Calle 13 entre Avenidas 7 y 8, en el Edificio Luizan.		
Giro de la empresa:	Prestadora de servicio		
Participante:	Narcisa Vásquez Vélez		
Cargo:	Gerente General		
Fecha:	26/09/2024	Hora:	10H00
<i>*La información suministrada será solamente con propósitos académicos y manejada con estricta confidencialidad*</i>			

N°.	CRITERIOS	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Estructura organizacional	¿Cómo está estructurado el organigrama de la agencia?			Está estructurado por el presidente, Gerente General, Dpto. Administrativo, Dpto. de Ventas, Dpto. contable. Y un Técnico de soporte.
		¿La agencia tiene un departamento de Ventas Nacionales?	X		
		¿La agencia tiene un Departamento de Ventas Internacionales?	X		
		¿Existe un Departamento de Atención al Cliente dedicado a resolver inquietudes y necesidades de los usuarios?		X	La atención al cliente está a cargo del personal del departamento de ventas.

		¿La agencia cuenta con un Departamento de Finanzas y Contabilidad?	X		El departamento cuenta con un Auditor y un asistente contables, encargados de la auditoría y control de los pagos,
		¿La agencia tiene un Departamento de Recursos Humanos?		X	El gerente general y el contador son los encargados de la selección del personal.
		¿La agencia cuenta con un Departamento de Marketing?		X	
		¿La agencia cuenta con un Departamento de Innovación y Tecnología?		X	La agencia cuenta con un técnico en el mantenimiento de las PC.
		¿Existe un Departamento de Protección de Datos Personales responsable de la seguridad de la información de los clientes?		X	Los datos de los clientes la guardan en matrices de Excel y en memorias USB.
		¿La agencia cuenta con alguna extensión a nivel nacional e internacional?		X	
2	Identidad Corporativa	¿La empresa cuenta con una misión clara y está comunicada al personal?	X		
		¿La empresa cuenta con una visión definida que guía las metas a largo plazo?	X		
		¿La empresa cuenta con los valores institucionales?		X	La agencia no tiene valores institucionales se fundamenta en la lealtad y confianza que prevalece entre empleados.
		¿La empresa cuenta con objetivos que están alineados con su misión y visión?		X	
		¿La empresa tiene un manual de procesos actualizado y es utilizado por el personal?		X	
3	Servicio que ofrece la agencia	¿La agencia ofrece servicios de reserva de vuelos nacionales	X		

		e internacionales?			
		¿La agencia brinda asesoría y planificación de itinerarios personalizados para los clientes?	X		Les proporciona información según sus necesidades
		¿Se proporciona asistencia para la obtención de visados y documentación de viaje?	X		El departamento de ventas internacionales es el encargado de brindar dicha información.
		¿La agencia organiza viajes corporativos y eventos empresariales?		X	
4	Valor añadido al cliente	¿Desde su experiencia considera usted que el servicio que prestan cumple con las expectativas del cliente?	X		Porque el cliente regresa a hacer nuevas compras y recomienda a otras personas.
5	Satisfacción del cliente	¿El cliente expresa satisfacción con el servicio recibido?	X		Mediante recomendaciones y comentarios directos al departamento.
		¿Las reacciones del cliente ante el servicio son positivas?	X		
6	Tiempo de espera del cliente en cada proceso	¿Cuál es el tiempo de espera para cada proceso? Reserva Consulta Compra			Un lapso de 24 horas. En ocasiones las respuestas son inmediatas dependiendo del sistema de reserva.
7	Flujo de información	¿La información fluye de manera adecuada entre departamentos y clientes?	X		
		¿Hay duplicidades o errores en la información?		X	Cada empleado se dedica a hacer lo que le corresponde.
8	Gestión de reservas y pagos	¿El sistema de reservas es eficiente (sin errores o retrasos)?	X		El servicio es eficiente, no obstante, la red en ocasiones presenta problemas.
		¿Procesos de pago rápidos y sin inconvenientes?	X		Los pagos varían, en el caso de ventas empresariales suelen demorar hasta 1 mes en cancelar
9	Eficiencia del personal	¿El personal tiene la formación académica			Aunque todo el personal no cuenta con título de tercer nivel tienen

		adecuada para su rol?		X	experiencia de haber trabajado en otras agencias.
		¿El personal está capacitado y es eficiente en la atención al cliente?		X	El personal es eficiente en su rol dentro de las capacidades de la agencia, sin embargo, las capacitaciones son requeridas de acuerdo con el momento.
		¿El personal tiene oportunidades de crecimiento o formación continua?	X		El personal tiene la oportunidad, la decisión depende de cada uno.
10	Satisfacción del personal	¿Las condiciones laborales permiten que el personal sea eficiente en sus tareas diarias?	X		
11	Desperdicio de recursos	¿Se utiliza el tiempo de manera eficiente o hay desperdicio en la gestión de tareas?	X		
12	Adaptabilidad a cambios	¿El personal responde bien a cambios en los procedimientos?	X		Su uso depende de la necesidad de cada departamento.
		¿La agencia se adapta a nuevas tecnologías o herramientas?	X		Se adaptan a cambios, sin embargo, no aplican nuevas tecnologías.
13	Uso de tecnología	¿El personal maneja bien las plataformas digitales?	X		Las que maneja la agencia,
	Infraestructura de red	Redes y conectividad:	X		Tiene una infraestructura de red adecuada
		Redes Locales (LAN)	X		Para las redes internas
		Redes de área amplia (WAN)	X		
	Hardware	Computadoras de escritorio	X		Cuenta con 6 PC Y están funcionales para el personal y el trabajo diario.
		Laptops		X	
	Suministros	Impresora	X		Cuenta con 2 impresoras disponible
		Scanner	X		Disponen de uno
	Servidores	Servidores Potentes:	X		
		Conexión de Internet rápida	X		
		Servidores de bases de datos	X		

	Dispositivos de Red	Ruteadores y switches	X		Para una mejor distribución de la red.
		Puntos de acceso Wi-Fi	X		
	Software	Software de Análisis de Datos		X	El personal maneja las plataformas digitales incluyendo el sistema sabre utilizado para la venta de boletos aéreos, además de Excel y Word.
		Power BI		X	
		Suite de Office	X		Para gestión de documentos y hojas de cálculos.
		Antivirus	X		Cuentas con antivirus para la seguridad de los equipos.
		Sistemas de gestión de reservas	X		Con el sistema Sabre.
	Herramientas Digitales	Tecnologías Avanzadas:		X	Desconocen de tecnologías avanzadas, por tanto, no las utilizan.
		Blockchain		X	
		Internet de las cosas (IoT)		X	La agencia no utiliza tecnología relacionado con LoT.
		Computación en la nube		X	Solo memoria USB y discos.
	Canales de Comunicación	Correo Electrónico	X		Unos de los canales más común de comunicación interna.
		WhatsApp	X		Es el más utilizado, siendo un medio directo con los clientes.
		Facebook		X	
		Instagram		X	
		X (Twitter)		X	
		LinkedIn	X		Tienen una página, pero no la utilizan
14	Proceso de retroalimentación	¿Se toman en cuenta las sugerencias o quejas de los clientes?	X		Para hacer mejoras en los servicios ofrecidos.
15	Comunicación interna	¿Existe una buena comunicación entre departamentos?	X		
		¿La información importante se comparte de manera oportuna?	X		
16	Organización y orden	¿Las estaciones de trabajo están ordenadas y accesibles?	X		
		¿Hay procedimientos claros para mantener el orden y la organización?	X		

17	Cumplimiento de normativas	¿La agencia cumple con las normativas legales y regulaciones del sector turístico?	X		La agencia cumple con las normativas locales y con la regulación de la IATA para operar en el ámbito de los viajes aéreos.
		Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR).		X	
		Ley de Turismo (Codificación 2004-17), Ley de Fomento y Desarrollo del Turismo, y otras resoluciones emitidas por el Ministerio de Turismo.		X	
		¿La agencia cuenta con la regulación IATA para operar en el sector de viajes aéreos?	X		Para operar en este ámbito debe registrarse por la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo)
		¿La agencia cumple con todas las regulaciones fiscales y normativas aplicables en su jurisdicción?	X		Cumplen con todos los impuestos y permisos de la localidad.
		¿La agencia cumple con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales para garantizar la confidencialidad y el tratamiento adecuado de los datos de sus clientes?		X	Indicaron que no conocen de esta normativa a pesar de que trabajan con datos personales de clientes.
		¿El personal está informado sobre las normativas y buenas prácticas?	X		
		¿Dónde y cómo se almacenan los datos personales de los clientes?			Almacenan los datos en unidades USB y discos duros.
		¿Existen políticas para definir el tiempo máximo de almacenamiento de los datos personales?		X	Se eliminan en cierto tiempo cuando ya no son necesarios.
		¿Se revisa y actualiza periódicamente la			

		política de privacidad para cumplir con la ley?		X	
--	--	---	--	---	--

Instrumento utilizado para la técnica de la observación validadas por Ing. Patricia Andrade Alvarado, Mg., Docente de la Carrera Gestión de la Información Gerencial de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Anexo 3. Entrevista Semiestructurada

Datos Generales:

- **Nombre del entrevistado:** _____
- **Cargo:** _____
- **Fecha:** _____

Propósito: La presente entrevista tiene como propósito recopilar información sobre la operatividad, servicios y estrategias de gestión en la agencia de viajes Aeslit. Cía. Ltda., como parte del trabajo de titulación para la obtención de la Licenciatura en Gestión de la Información Gerencial.

1. ¿Cuál considera que ha sido el enfoque de la agencia respecto a la transformación digital en los últimos años?
2. ¿Cómo se decide en la agencia qué tecnologías nuevas adoptar? ¿Qué factores se toman en cuenta?
3. ¿Qué medidas de seguridad y confidencialidad de la información son prioritarias en su gestión diaria?
4. ¿Cómo describiría el nivel de acceso que tienen los empleados a la información relevante para su trabajo?
5. ¿Qué tipo de herramientas tecnológicas utiliza actualmente la agencia para la gestión de sus procesos?
6. ¿La agencia tiene prevista alguna implementación tecnológica en el corto o mediano plazo? ¿Cuál sería su propósito?
7. ¿Cuáles considera que son las principales barreras que dificultan la implementación de tecnologías avanzadas en la agencia?

8. ¿De qué manera realizan actualmente el respaldo de la información generada por la agencia?
9. ¿Cada cuánto tiempo suelen actualizar los sistemas o herramientas tecnológicas en la agencia? ¿Por qué?
10. ¿Cómo se lleva a cabo la evaluación de riesgos al momento de adoptar nuevas tecnologías?
11. ¿Cómo describiría la eficiencia del proceso actual de gestión de los datos de los clientes?
12. ¿Qué tecnologías cree que podrían ayudar a optimizar los procesos internos de la agencia? ¿Por qué?
13. ¿Qué indicadores o evidencias usan para evaluar si la tecnología está mejorando sus procesos?
14. ¿En qué medida considera que la tecnología ha influido en la calidad de las decisiones estratégicas en la agencia?
15. ¿Qué tipos de decisiones se apoyan actualmente en el análisis de datos dentro de la agencia? ¿Cómo reciben actualmente la retroalimentación de los clientes? ¿Qué herramientas utilizan?
16. ¿Qué canales de comunicación son más efectivos para mantener una relación cercana con los clientes?
17. ¿Ha observado mejoras en la experiencia del cliente a partir del uso de herramientas tecnológicas? ¿Podría dar ejemplos?