

# Sistemas de Información

Los sistemas de información dentro de la actividad turística, son de suma importancia, ya que se presentan diversas formas de acceder a la información, aunado a ello existen múltiples bases de datos con respecto a la dinámica turística. El SIMT está compuesto por información estadística y análisis sobre la situación del turismo en México y se presenta en seis principales vertientes.

## **Fuentes información**

Este punto se determinan cuáles serán las fuentes extremas de las que se obtendrá la información que se requiere se clasifican en:

- I. Fuentes primarias: investigación de mercados, encuestas, entrevistas, público en general, clientes, miembros de la empresa, expertos, consultores.
- II. Fuentes secundarias: publicaciones, prensa, revistas, informes, estadísticas, documentos de gobierno, libros, manuales, Internet.
- III. Recolección de información: una vez seleccionada la fuente de información, se procede a la tarea de recolectar o reunir la información, que deberá ser realizada por todos los miembros involucrados en el marketing.
- IV. Evaluación de información: en esta etapa se evalúa la información, haciendo pronósticos o proyecciones.

Es menester recordar que el objetivo de evaluar esta información es la de buscar oportunidades y amenazas, algunos ejemplos sencillos de cómo realizar esta evaluación o análisis son:

# Sistemas de Información

- Si, se observan los sectores que tienen un mayor crecimiento (ecoturismo, prestadores gay-friendly o viajes espaciales), entonces decidir incursionar en dichas industrias podría ser una buena oportunidad de negocio.
- Si, se ha detectado la entrada de nuevos proveedores con características en los servicios turísticos de mejor calidad y a menores precios, entonces ello podría ser una oportunidad.
- Si se detecta el ingreso de nuevas tecnologías, por ejemplo, tecnologías de información, ello podría ser una oportunidad, si es que se adquiere a tiempo o podría ser una amenaza si no se actualiza la propia, y se deja la oportunidad para que la competencia si lo haga.
- Si, el gobierno creo estrategias de intercambio cultural, educativo, ello podría ser una oportunidad para exportar el turismo propio a otro país, o podría ser una amenaza por la entrada de turistas procedentes de dicho país y que estos hagan competencia.

Una vez que se han evaluado las diferentes oportunidades y amenazas que se pueden tener, se elabora una lista en orden de importancia.

Y, finalmente, una vez analizada la información, se procede a tomar las decisiones o diseñar las estrategias que permitan aprovechar las oportunidades, y hacer frente o eludir las amenazas, o en todo caso mitigar sus consecuencias empezando con las oportunidades o amenazas más importantes.

## **Sistema integral de mercados turísticos en México**

Es un sistema que provee de información fidedigna acerca de las potencialidades del turismo mexicano con respecto a los mercados internacionales, datos que permiten acceder a toma de decisiones acertadas con respecto a la propuesta de nuevos productos turísticos. Dicha información muestra el compendio turístico por entidad federativa (centro México, costa del Pacífico, Golfo y sur de México, norte de México, Península de Baja California y Península de Yucatán).