



Análisis de la relación entre las habilidades emprendedoras del inversor turístico de la ciudad de Bucaramanga y crecimiento comercial del sector.

Modalidad: proyecto de investigación

Duván Enrique Regueros Ardila

CC: 1.095.831.287

Jhonatan Omar Trigos Serrano

CC: 1.098.792.231

Johaira Paola Villabona Trillos

CC: 1.098.728.018

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Gestión Empresarial
Bucaramanga (24/03/2023)



Análisis de la relación entre las habilidades emprendedoras del inversor turístico de la ciudad de Bucaramanga y crecimiento comercial del sector.

Modalidad: proyecto de investigación

Duván Enrique Regueros Ardila

CC: 1.095.831.287

Jhonatan Omar Trigos Serrano

CC: 1.098.792.231

Johaira Paola Villabona Trillos

CC: 1.098.728.018

**Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Gestión Empresarial**

DIRECTOR

Linda Gabriela Rueda Galvis

Grupo de Investigación E-INNOVARE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en Gestión Empresarial
Bucaramanga: 24/03/2023

Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de
los requisitos exigidos por las
Unidades Tecnológicas de Santander
para optar al título de Tecnólogo en Gestión Empresarial
según acta del Comité de Trabajo de Grado
número 04 del día 27 del mes de marzo del año 2023

Evaluador: Yenni Patricia Murillo Bautista



Firma del Evaluador



Firma del Director



Firma del Codirector

DEDICATORIA

Esta monografía está dedicada a mis padres Juan de Jesús Sanabria y Claudia Rojas quienes con su amor, paciencia y esfuerzo han sido un impulso para cumplir un sueño más, gracias por inculcar en mi esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está siempre conmigo.

Claudia Liliana Sanabria Rojas

Este proyecto y todo lo que he hecho es gracias a ti Karen Victoria Marulanda Gratero ya que estuviste ahí para apoyarme en todo momento e impulsarme a seguir adelante y siempre. Gracias, te amo.

Yolben Luengas Olave

AGRADECIMIENTOS

Es crucial enfatizar durante el desarrollo del proyecto que no podríamos haberlo completado por nuestra cuenta; en cambio, la asistencia continua que recibimos durante esta fase de trabajo sirvió como motivación para alcanzar nuestras metas. En primer lugar, queremos expresar nuestra gratitud a Dios por darnos el conocimiento, la resistencia y la fuerza para perseverar a través de los desafíos y completar el proceso.

Agradecemos a nuestras familias por su asistencia para mejorar este proceso académico, así como por su consejo, consideración y apoyo, todo lo cual sirve como base para numerosos logros y el desarrollo de metas.

De la misma manera, agradecemos a Linda Gabriela Rueda Galvis, nuestra directora de proyecto, por ayudarnos a desarrollar esta investigación brindándonos orientación y asesoramiento para el éxito del proyecto. Finalmente, queremos expresar nuestro agradecimiento a todos y cada uno de los docentes que han aportado conocimiento, liderazgo y compromiso al avance de nuestra formación a lo largo de nuestra carrera.

TABLA DE CONTENIDO

1.	<u>DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u>	13
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2.	JUSTIFICACIÓN	14
1.3.	OBJETIVOS	16
1.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	16
1.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.4.	ESTADO DEL ARTE	16
2.	<u>MARCO REFERENCIAL</u>	20
2.1.	MARCO TEÓRICO	20
2.1.1.	EMPRENDIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	20
2.1.2.	EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE	20
2.1.3.	LA MENTALIDAD Y MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA.....	22
2.1.4.	PERFIL DEL EMPRENDEDOR.....	23
2.1.5.	TEORÍA DOS FACTORES DE HERZBERG QUE AFECTAN LA SOSTENIBILIDAD	24
2.1.6.	HABILIDADES Y APTITUDES EMPRENDEDORAS	25
2.2.	MARCO CONTEXTUAL	26
2.2.1.	DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA.....	26
2.2.2.	PANORAMA ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE SANTANDER.....	28
2.3.	MARCO LEGAL	30
2.4.	MARCO CONCEPTUAL	32
2.4.1.	AGENCIAS DE VIAJES.....	32
2.4.2.	APALANCAMIENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS	32
2.4.3.	AUTORIDAD COMPETENTE.....	32
2.4.4.	COMERCIO / INTERCAMBIO ECONÓMICO	33
2.4.5.	DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE.....	33
2.4.6.	ECOSISTEMA EMPRESARIAL.....	33

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

2.4.7.	SOSTENIBILIDAD	34
3.	<u>DISEÑO DE LA INVESTIGACION</u>	35
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.2.	ENFOQUE Y MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	35
3.4.	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN	37
4.	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	39
4.1.	FASES PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO	39
5.	<u>RESULTADOS</u>	41
5.1.	CARACTERIZACIÓN DE LAS HABILIDADES EMPRENDEDORAS DEL INVERSOR TURÍSTICO DE BUCARAMANGA	41
5.1.1.	RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE HABILIDADES EMPRENDEDORES.....	41
5.1.2.	ANÁLISIS DEL ESTADO EMPRENDEDOR EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.....	54
5.2.	EL COMPORTAMIENTO COMERCIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA	56
5.2.1.	MAPA MENTAL QUE IDENTIFICA LAS HABILIDADES EMPRENDEDORAS	57
5.3.	ESTRATEGIAS DE APOYO PARA EL INVERSOR TURÍSTICO E IMPULSO AL FORTALECIMIENTO Y GENERACIÓN DE VALOR	59
6.	<u>CONCLUSIONES</u>	63
7.	<u>RECOMENDACIONES</u>	64
8.	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	65
9.	<u>APENDICES</u>	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Factores de la motivación emprendedora	22
Figura 2. Perfil de un emprendedor	23
Figura 3. Factores socioculturales para emprendimientos sostenibles	25
Figura 4. Turismo de Santander en cifras para el primer semestre de 2019.....	28
Figura 5. Atracciones turísticas en Santander	29
Figura 6. Empresas del sector turístico registradas en la Cámara de Comercio	35
Figura 7. Formula estadística para definir la muestra	35
Figura 8. Etapas para el desarrollo del trabajo de grado	30
Figura 9. Elementos que conforman la realidad actual.....	40
Figura 10. Capacidad para aprender de nuevas experiencias	41
Figura 11. Conocimiento, adaptación y constante cambio	42
Figura 12. Conocimientos, práctica en gestión y administración contable	42
Figura 13. Nuevas herramientas de la informática para las empresas.....	43
Figura 14. Capacidad para ejecutar ideas y proyectos.....	44
Figura 15. Eficiencia del trabajo en equipo.....	44
Figura 16. Transmisión de ideas y conocimientos	45
Figura 17. Comunicación y diálogo para el trabajo en equipo	46
Figura 18. Capacidad de transmitir dedicación y compromiso	46
Figura 19. Capacidad de resolver los problemas y dificultades.....	47
Figura 20. Interpretación de la información, estadísticas y otros datos	47
Figura 21. Capacidad de comprender a los demás	48
Figura 22. Equilibrio entre lo emocional y lo racional del comportamiento	49
Figura 23. Potenciación de las facultades de los trabajadores.....	49

Figura 24. Cooperación como herramienta para mejorar de competitividad	50
Figura 25. Capacidad de positivismo.....	51
Figura 26. Problemas, dificultades y adversidades	52
Figura 27. Actitud abierta a nuevas ideas y cambios	52
Figura 28. Valores éticos y de responsabilidad del comportamiento.....	53
Figura 29. Mapa mental de las habilidades emprendedoras	57

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Marco legal del turismo en Colombia.....	30
Tabla 2. Clasificación de fortalezas y debilidades	54
Tabla 3. Estrategias con relación a las acciones, indicadores y responsables	59

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendedor en su deseo y necesidad de crecimiento, siempre busca fortalecer las habilidades enfocadas a influir y cambiar su realidad, adaptándose a los cambios del entorno externo ya sean culturales, sociales, y/o económicos, por lo anterior y teniendo en cuenta la importancia del tema en el presente informe se analizó la relación entre las habilidades emprendedoras del inversor turístico de la ciudad de Bucaramanga y crecimiento comercial del sector.

Metodológicamente, se contempla una investigación de tipo explicativo, con un enfoque cualitativo, y método de análisis, usando fuentes secundarias (documentos, textos, artículos, entre otros) y primarias (cuestionarios) con una muestra estadística de 169 empresas. Entre los resultados obtenidos se destacan el análisis DOFA, de la información recopilada en los cuestionarios, el desarrollo de un mapa mental de las habilidades emprendedoras y las estrategias de fortalecimiento.

Por último, se concluye que, entre las habilidades emprendedoras se encuentran la responsabilidad, espíritu, dedicación, esfuerzo, confianza, pasión, la innovación, entre otras habilidades y capacidades, que sirvieron como un impulso para proponer estrategias para el sector, que contribuyen en el fortalecimiento y generación de valor en la prestación de los servicios, como el aumento de la satisfacción de los clientes, la optimización de los procesos, la innovación y el desarrollo de nuevos servicios, la expansión de locales / sucursal, la diferenciación y posicionamiento desde el marketing digital y la optimización de los costos.

PALABRAS CLAVES: Capacidades, Emprendedores, Habilidades, Turismo.

INTRODUCCIÓN

Hoy, la nación tiene como objetivo fortalecer su economía mediante la creación de empresas que ayudarán al emprendedor a crear un negocio sostenible y agregar valor social a la sociedad. Por falta de conocimiento sobre el contexto sociocultural y sociopolítico en el que se desarrolla la idea de negocio, algunos emprendimientos no prosperan más de cinco años (Méndez, 2019).

La presencia de un gran número de emprendimientos en el sector turístico que sigue creciendo año tras año aumenta el desarrollo económico y el empleo formal, lo que significaría que, si estos negocios llegaran a cerrar inesperadamente, la vitalidad económica del país y la ciudad se vería frustrada (Barrera & Amaya, 2022).

Es así que las habilidades y el espíritu empresarial se presentan como un tema importante debido a necesidades sociales que surgen en las etapas del desarrollo económico. Los emprendedores son personas que aprovechan oportunidades y necesidades de la sociedad para buscar innovaciones, establecer empresas, brindar mejores productos y servicios; al momento de observar las características empresariales, tipos de negocios, capacidades y actitudes, los emprendedores han sido objeto de estudio durante muchos años (Sánchez et. al, 2020).

Para profundizar en lo expuesto, se reconoce la relación entre las habilidades emprendedoras del inversor turístico de Bucaramanga y crecimiento comercial del sector, proponiendo estrategias de desarrollo; se tuvo en consideración el tipo de investigación explicativa, utilizando un enfoque cualitativo y método de análisis. Según Pérez (2016), entre los factores microeconómicos que inciden en los emprendimientos se destacan la falta de capacidad emprendedora e innovación, la flexibilidad de adaptación al mercado y el desarrollo de un producto.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desempeño comercial de los emprendimientos hoy en día se relaciona de forma directa con factores como el talento humano, conocimiento, las habilidades, la cultura emprendedora y el impulso por innovar, que influyen en la competitividad de los mercados nacionales e internacionales del 2020 (Sarmiento, 2021). Es así que los emprendimientos se convierten en una fuente de crecimiento urbano y empleo en la ciudad de Bucaramanga, Santander, por lo que permitir su crecimiento ayuda a que sean más productivos y competitivos (Pérez, 2020).

En efecto, las habilidades y el espíritu empresarial son un tema muy importante que los emprendedores de la ciudad no han tenido en cuenta para desarrollar. Los emprendedores son personas que aprovechan oportunidades y necesidades de la sociedad para buscar innovaciones, y brindar los mejores productos y servicios; al momento de observar las características empresariales, las habilidades, los tipos de negocios, capacidades y actitudes, que los emprendedores poseen se denotan falencias que han sido objeto de estudio durante años (Sánchez et. al, 2020).

Ahora bien, a causa de los factores microeconómicos que tienen impacto en los emprendimientos, se derivan problemáticas para los emprendedores como: la falta de habilidades emprendedoras, los cambios abruptos del mercado para los que no se está preparado, falta atención al cliente en la prestación del servicio, la flexibilidad de adaptación al mercado y la carencia de productos y/o servicios innovadores (Pérez, 2020). Así mismo, diversos estudios evidencian que aspectos como la infraestructura del negocio, innovación y tecnología, son de gran importancia para la sostenibilidad de este, con ayuda de la planeación estratégica (Garzón, 2018).

El problema principal, particularmente en las empresas de la industria del turismo, es la falta de habilidades comerciales, lo que lleva a quejas y reclamos de los clientes que están directamente relacionados con el servicio deficiente ofrecido, la ausencia o confusión de información, largos tiempos de entrega, espera, atención ineficaz, trabajo realizado sin valor agregado y trámites excesivos. Las dificultades encontradas son resultado de laboriosos procesos operativos, falta de coordinación, falta de liderazgo, falta de destreza en la planificación por parte de la gerencia - empresario, falta de control y desorden en los procedimientos operativos que impiden la provisión de un servicio e itinerario turístico eficaz.

Con base a la información anterior, se formula la pregunta que se espera resolver a lo largo de la investigación: ¿Cómo influyen las habilidades emprendedoras en el crecimiento comercial del sector turístico en la ciudad de Bucaramanga?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La tendencia de emprender se enlaza a las habilidades y cultura empresarial que puede originar y promover el espíritu del pequeño empresario (Martínez & Sánchez, 2020). El emprendedor en su deseo y necesidad de crecimiento, debe fortalecer las habilidades enfocadas a influir y cambiar su realidad, adaptándose a cambios del entorno externo ya sean culturales, sociales, y/o económicos (Sánchez et. al, 2020).

La presencia de un gran número de emprendimientos en el sector turístico que sigue creciendo año tras año aumenta el desarrollo económico y el empleo formal, lo que significaría que, si estos nuevos negocios llegaran a cerrar inesperadamente, la vitalidad económica del país y la ciudad se vería frustrada (Barrera & Amaya, 2022). Las razones de fracaso en este sector se dan por los empresarios que toman

riesgos repentinos, lo que demuestra que sin los conocimientos y/o habilidades mencionadas en el párrafo anterior el problema no se resolverá, solo se incurrirá en pérdidas económicas para empresario y su familia, y todo el círculo productivo de proveedores, empleados y acreedores (Garzón, 2018).

Analizando lo anterior, la formación de los emprendedores busca promover las buenas prácticas de emprendimiento mediante la introducción de métodos basados en el conocimiento de habilidades que permitan mejorar y optimizar los procesos y que satisfagan las necesidades cada vez más exigentes de los clientes

La investigación también está impulsada hacia la creatividad y la innovación de los emprendedores, tanto individual como colectivamente, basándose en el hecho de que el espíritu empresarial y las habilidades que se adquieran pueden ayudar a optimizar nuevas formas e ideas innovadoras. Los empresarios tienen y requieren habilidades que les permitan cambios de paradigma lo que puede conseguirse por medio de las aplicaciones de las mismas que arrojan resultados positivos.

Por tanto, esta investigación buscar determinar las habilidades emprendedoras que influyen en el desarrollo y sostenibilidad comercial. El perfil del emprendedor depende directamente del entorno cultural, educativo, nivel de ingresos, creencias, hábitos que se adquieren y se desarrollan en su entorno y experiencia. Para los estudiantes del programa de Gestión Empresarial de las UTS, es importante poner en práctica los conocimientos recibidos en la carrera, generando un impacto positivo socialmente y alimentar el semillero GICSE y las líneas investigativas del programa.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Analizar la relación entre las habilidades emprendedoras del inversor turístico de la ciudad de Bucaramanga y el crecimiento comercial del sector, mediante el análisis de fuentes primarias y secundarias de información para el desarrollo de nuevas estrategias competitivas.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Caracterizar las habilidades emprendedoras del inversor turístico de la ciudad de Bucaramanga, mediante la aplicación de un cuestionario para el desarrollo de una matriz DOFA.
2. Determinar el comportamiento comercial del sector turístico de la ciudad de Bucaramanga mediante el análisis de la información y la matriz realizada para el desarrollo de un mapa mental de las habilidades requeridas.
3. Contrastar las habilidades emprendedoras del sector turístico de Bucaramanga, mediante una relación de acciones, indicadores y responsables que contribuyen en el fortalecimiento y generación de valor en la prestación de servicios.

1.4. ESTADO DEL ARTE

En primer lugar, Ecuador, es uno de los países con mayor número de empresas, sin embargo, no se aprecia el proceso de aprendizaje de los emprendedores, lo que lleva al estancamiento de los negocios, sin aportar nada a la mejora empresarial.

En estos casos, es importante adoptar una estrategia de educación empresarial y aprendizaje permanente, especialmente en la contabilidad y administración. Como señaló Caicedo (2015), la política pública debe apoyar el aprendizaje empresarial, promover el desarrollo comercial y reducir el riesgo financiero. La educación brinda oportunidades para mejorar las habilidades empresariales, así como para identificar propuestas comerciales innovadoras que fortalezcan el espíritu empresarial.

En lo que respecta a la relación empresario – emprendedor, Bucardo, Saavedra, y Camarena (2015), afirman que los dos términos se consideran sinónimos, cuando en realidad existe gran diferencia entre el uno y otro. Un emprendedor no tiene que ser un buen hombre de negocios. En vista de lo anterior, tanto los emprendedores como los empresarios, se esfuerzan por aprovechar al máximo las oportunidades emergentes, utilizando factores importantes como la autoeficacia, la iniciativa, el desarrollo de habilidades habilitantes, el conocimiento formal e informal, el liderazgo e incluso la inteligencia emocional. ayudar a mejorar su negocio.

Por lo anterior, se tiene en cuenta el aporte de Lasluisa (2019), cuya investigación pretende explicar las características empresariales de pymes del sector industrial y sugiere recomendaciones para aumentar las ventajas competitivas y posicionarse el mercado. Esto garantizó la aplicación de este aprendizaje en la organización, lo que redundó en un aumento de la productividad, la mejora continua e innovación, siendo aspectos fundamentales del incremento en la rentabilidad.

Todas las Pymes tienen características diferentes y son independientes de la actividad económica, es decir, se basan en aspectos administrativos, económicos, productivos y sociales diferentes. Por tanto, Frigo (2019) afirma que el aprendizaje o desarrollo de los empleados es cualquier actividad que se lleva a cabo dentro de una organización para satisfacer sus necesidades y mejorar actitudes, habilidades o comportamientos de los empleados.

Seguidamente, Sánchez et. al, (2020) exploró cómo los emprendedores de la ciudad de Aguascalientes han logrado un crecimiento importante en el país: en este se analizó la relación entre las habilidades, los conocimientos y las capacidades de los emprendedores. Existieron diferencias significativas entre edad, estado civil, tiempo de establecimiento de la empresa y el nivel de educación que estos tienen, por lo que el perfil comercial dominante fue el cargo de gerente, con licenciatura, hombre casado, promedio de 46 años y con experiencia comercial; respecto a los negocios, muchos de estos son pertenecientes al sector industrial, tienen menos de un año de antigüedad y son empresas familiares.

Según la investigación que se ha realizado, está claro que estas habilidades son claramente importantes para iniciar y administrar negocios, pero las habilidades a adquirir se manifestarán de manera diferente en las diferentes etapas por las que se atraviesa. Demuestra la importancia, complejidad y variedad de habilidades requeridas en cada aspecto; es decir, se recomiendan diferentes habilidades según la etapa y contexto del negocio (Henríquez et al., 2016; Mamabolo & Myres, 2020).

En su estudio, Vecchi (2020) presenta las actividades que desarrolla la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Nacional del Nordeste bajo el tema “Introducción a la Ingeniería Industrial en las carreras de Ingeniería Industrial” para desarrollar las habilidades emprendedoras. Estas actividades tienen como objetivo aumentar la conciencia, desarrollar valores y fortalecer las habilidades personales para que los estudiantes puedan evaluar, aprender, aplicar, fortalecer y reforzar habilidades y competencias relacionadas con el emprendimiento. Para ello, los estudiantes visitan empresas reconocidas de la región y mediante entrevistas, obtienen un conocimiento aproximado de la realidad de la vida empresarial.

Por su parte, la investigación de Real, Espinoza y Leyva (2020), utilizaron un enfoque transversal cuantitativo para medir las características emprendedoras de las Pymes en el estado mexicano de Sonora, utilizando una muestra poblacional importante que considera la economía nacional como la selección de unidades económicas existentes en el DENUE - Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas; la información se recolecta mediante herramientas de análisis y procesamiento de datos y captura en software estadístico IBM.SPSS.Statistics.v21.

El emprendimiento ha sido en los últimos años un pilar para la economía mundial y en este entendido el artículo de Ocampo y López (2021), plantea una base conceptual que aborda la temática referente a las habilidades y al emprendimiento, dentro de este estudio se analiza principalmente el concepto del emprendimiento y se identifican algunas habilidades que son necesarias para los emprendedores que pretenden alcanzar objetivos que se fijan desde una etapa temprana.

Como último referente, Martínez y Sánchez (2021), realizaron un análisis de los factores utilizados para evaluar las habilidades emprendedoras en el que se define la estructura matricial de todas las habilidades en la empresa de Cojines del Zaque de Tunja. Se utilizaron métodos descriptivos - mixtos y diseños de investigación con acción. Los resultados definen los contextos del análisis factorial, donde la cultura, arte, habilidades cívicas, la autonomía y el procesamiento de la información implican más del 90% de estas habilidades. En el informe se concluyó que las habilidades emprendedoras de los niños de la industria se fortalecieron con la ayuda de juegos.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. *Emprendimiento: organización de la empresa*

Según las investigaciones de la EAE Business School (2022), la organización presenta un factor empresarial que permite el buen funcionamiento de un negocio, permite alcanzar objetivos, mejorar el uso de los fondos disponibles, el comunicar, aumentar la eficiencia y productividad, y reducir costos. Por lo tanto, la comprensión de sus características y del cómo se construye es fundamental para integrar la estructura orgánica, los recursos disponibles, y responsabilidades e interrelaciones de cada unidad estructural y área de la empresa.

Por otro lado, para alcanzar el objetivo propuesto, los emprendimientos tienen que desarrollarse con orden, es decir, las tareas y decisiones para ordenar su actividad y alcanzar el fin propuesto (Universidad Agustiniana, 2020). Normalmente los emprendedores se enfocan en obtener beneficios monetarios a toda costa, lo cual no está mal, lo equivocado es el desorden asumido para desarrollar su actividad emprendedora; la anterior afirmación esta soportada en los resultados del estudio ¿Por qué fracasan los negocios en Colombia? en el 2015, ya que la citada investigación identificó 6 principales factores que inciden en el fracaso empresarial, siendo el segundo en importancia el tema organizacional; estos factores explican que solo el 23% de los emprendimientos lleguen al cuarto año de existencia.

2.1.2. *Emprendimiento sostenible*

Para Chaluisa et al. (2022), los emprendedores juegan un papel crucial, ya que, sus empresas contribuyen al desarrollo sostenible. Los empresarios no solo se preocupan por los beneficios económicos, sino por crear valor social y ambiental.

Es así que el emprendimiento sostenible busca identificar, evaluar y explotar las diversas oportunidades económicas que surgen de las falencias del mercado que impiden el desarrollo sostenible, incluidas las relacionadas con el medio ambiente, como los bienes públicos, las externalidades, el poder del Estado, la intervención gubernamental, y la información deficiente; Para desarrollar el espíritu empresarial sostenible, es necesario superar las barreras para el funcionamiento eficiente de los mercados nacionales e internacionales (Espinoza, 2021).

Por consiguiente, el emprendimiento refleja una serie de actividades que permiten mejorar situaciones económicas y/o la construcción de una estructura de negocio, sin importar los recursos económicos. Es una actividad creativa que depende de los recursos humanos encargados de generar ideas estratégicas para cambiar la situación y con ello el buen funcionamiento del plan de negocios.

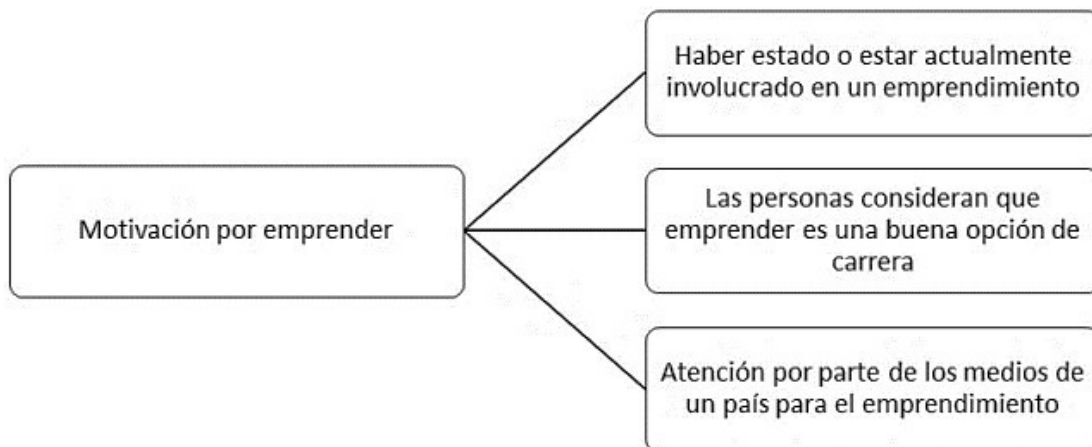
Así mismo, para Cruz et al (2019), El desarrollo sostenible de una empresa está relacionado con la implementación de la propuesta de valor de la innovación y la creatividad, caracterizada por un enfoque en la solución de problemas sociales a través del emprendimiento en un modelo de negocio que garantice su sostenibilidad económica y social, que fortalezca a las comunidades que perciben la innovación como negocio. Consiste en la materialización de ideas de negocio, estas acciones generan confianza y oportunidades en el mercado; la materialización de proyectos creativos e innovadores para hacer de la empresa e idea de negocio una concepción viable y rentable a lo largo del tiempo (Calderón, 2021).

2.1.3. La mentalidad y motivación emprendedora

El término: "motivación de emprender", ha logrado avances sustanciales gracias a teorías del comportamiento humano desarrolladas por la psicología y sociología, partiendo de una idea puramente económica como un proceso multidimensional de intervención personal, social y cultural (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2019). La motivación es un dominante para convertirse en emprendedor y la necesidad de independencia. El término se interpreta desde varios puntos de vista: la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad que ello implica.

La motivación emprendedora hace referencia a las fuerzas que residen en el interior de los individuos y le alientan a convertirse en emprendedor, las cuales se pueden observar en la figura 1; estas fuerzas se refieren a estar involucrado en el emprendimiento, la consideración de emprender como buen concepto y la atención por parte de las entidades del país. Debe tenerse en cuenta que los emprendedores son un grupo heterogéneo, principalmente debido a las grandes diferencias que existen entre ellos (Fossen & Büttner, 2013).

Figura 1. Factores de la motivación emprendedora.



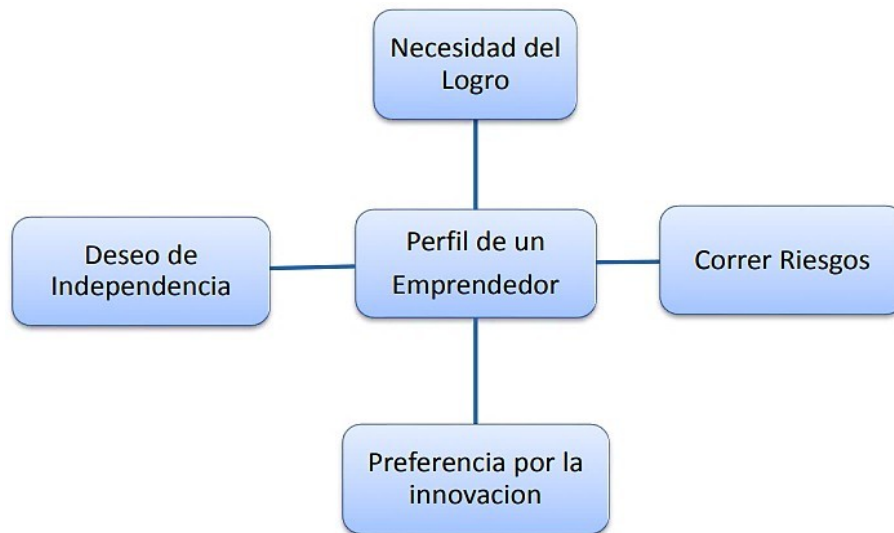
Fuente: Terán, E. y Guerrero, A. (2019).

Es así que, partiendo de las motivaciones y factores que motivaron a una persona a decidir emprender, se analizó el material seleccionado y se encontró que las variables que más se repitieron en los análisis fueron la necesidad de logro, así como el deseo y la independencia. Otro factor que motiva es la satisfacción con los ingresos, y si los ingresos no cumplen con las expectativas, el emprendedor puede darse por vencido. Otro aspecto que motiva a convertirse en un emprendedor son el deseo de mejorar su nivel económico de vida, la autonomía, el desarrollo o la adquisición de experiencia en un campo en particular (Sepúlveda & Reina, 2016).

2.1.4. Perfil del emprendedor

Méndez (2019) analiza los perfiles de los emprendedores y encuentra que “los factores internos o endógenos que necesitan los emprendedores para promover el desarrollo empresarial sostenible” cómo se observa en la figura 2.

Figura 2. Perfil de un emprendedor.



Fuente: Méndez, J. (2019).

Estas son habilidades, que se desarrollan de acuerdo a su entorno, motivación y experiencia, que no son necesariamente innatas, sino adquiridas y desarrolladas con el tiempo. Así mismo, teniendo en cuenta la información consultada, cuando se habla de ciertas habilidades personales, se toma como referencia a la creatividad, determinación, honestidad, perseverancia, manejo de emociones, pasión, liderazgo, innovación, entre otros. Los factores determinantes de la motivación emprendedora, suelen provenir de: (1) cognitivos, procesos mentales; y (2) ambientales/sociales, que explican el entorno del emprendedor (Terán & Guerrero, 2019).

Por otro lado, las habilidades empresariales incluyen la capacidad de administrar los recursos, la visión, creación de redes y capacidades de identificar conformidades en el medio. Por último, las habilidades interpersonales describen el liderazgo, la comunicación y el carisma. Estas habilidades facilitan la transferencia de ideas y visiones integrando trabajadores comprometidos. El carisma genera confianza y hace que el personal de la empresa se sienta motivado y comprometido a ser emprendedores. Sin estas habilidades, el emprendimiento será insostenible, porque son estos quienes, con su conocimiento y personalidad, desarrollan el carácter en las decisiones y mantienen la sostenibilidad (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2019).

2.1.5. Teoría de los dos factores de Herzberg que afectan la sostenibilidad

La teoría de los factores de Herzberg se basa en la idea de que los factores que conducen a la satisfacción personal son muy diferentes de los que conducen a la insatisfacción. En consecuencia, los empresarios se ven influenciados por factores políticos e históricos que inciden directamente en la creación o impedimento de nuevos emprendimientos, por lo que la mejora del entorno y las condiciones comerciales debe ser una prioridad gubernamental para el desarrollo regional o nacional (Sepúlveda & Reina, 2016).

Es importante reconocer y tomar en cuenta los factores de tipo social, culturales, sostenibles y empresariales que se pueden observar en la Figura 3, destacando que los factores económicos, además de influir en el crecimiento económico del país, están directamente relacionados con un desarrollo sociocultural y sostenible. (Universidad Nacional de Colombia, 2016); en otras palabras, el capital económico debe invertirse y utilizarse para generar rendimientos.

Figura 3. Factores socioculturales para emprendimientos sostenibles.



Fuente: Méndez, J. (2019).

Cabe señalar que cada país tiene como objetivo fortalecer su economía mediante el fomento de negocios que ayuden a construir empresas a largo plazo y brinden a los empresarios acceso a beneficios sociales. Por desconocimiento de los factores socioculturales, políticos y del entorno en el que se desarrolla una idea de negocio, algunos emprendimientos no tienen éxito y no son sostenibles (Méndez, 2019).

2.1.6. Habilidades y aptitudes emprendedoras

Esta es la capacidad de los seres humanos de sacar su máximo potencial a flote, es decir, cuando se habla de las habilidades emprendedoras se hace referencia a que personas que convierten las adversidades en oportunidades, siendo creativas, auténticas, imaginativas y que mantienen una actitud positiva. Los individuos con habilidades emprendedoras son entusiastas y responsables, además, se capacitan para mejorar las debilidades de su emprendimiento. En definitiva, las habilidades emprendedoras son las cualidades que existen en un individuo para mantener una búsqueda constante del crecimiento personal y laboral (Pérez, 2020).

Las habilidades más acertadas que debe desarrollar para obtener logros son:

- a) Habilidades blandas como saber relacionarse, comunicarse, trabajar en equipo, liderar, capacidad para delegar, entre otras.
- b) Habilidades cognitivas como manejo inteligente del tiempo, administrar finanzas, aprender a organizarse, planificar los proyectos empresariales, las capacidades cognitivas para estar en constante crecimiento y capacitación.
- c) Desarrollar la capacidad de ser exigentes con la eficacia y calidad de lo ofrecido.

2.2. MARCO CONTEXTUAL

2.2.1. Desarrollo del sector turístico en Colombia

Colombia es rica en riquezas culturales e históricas, desde los mestizos que crearon las tradiciones, costumbres y expresiones, hasta los diferentes ecosistemas alrededor del mundo incluyendo manglares, sabanas, bosques tropicales y andinos, páramos nevados, entre otros. Es el tercer país más grande del mundo en términos de multiculturalidad y diversidad de especies (Isaza, 2017). Por ello, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2022) brinda orientación desde su política sobre

cómo utilizar y aprovechar adecuadamente los recursos naturales y culturales en beneficio de los colombianos y las colombianas en el turismo.

Es así que, los emprendimientos han estado cobrando gran importancia en muchos países, viéndolo como una oportunidad para estudiar e investigar y proponerlo como una alternativa de desarrollo integral, desde emprender y distribuir riqueza hasta generar empleo. Según la Red de Cámaras de Comercio del país, existen alrededor de 2.500.000 MiPymes y Pymes en Colombia, producto de la creatividad e iniciativa privada. Tal dinamismo productivo ha asegurado el 67% del empleo formal en Colombia, lo que demuestra la relevancia de aporte al desarrollo socioeconómico en diferentes departamentos (Confecámaras, 2019).

Por otro lado, en el ámbito empresarial, una de las industrias que más afectada por la pandemia causada por el Covid-19 fue el comercio y el sector turístico, pues muchos colombianos dependen de él para sobrevivir y se han visto obligados a cerrar sus negocios, pero es una oportunidad para repensar su negocio aumentando los canales que acerquen a compradores y vendedores a través de plataformas de negociación domiciliaria y electrónica (Gómez & Molina, 2020).

El turismo se convierte así en una de las principales fuentes de ingresos de millones y permite a miles de millones apreciar la multiculturalidad, especialmente en un país multicultural como Colombia. Representa más del 20% del PIB en algunos países y, a menudo, es el tercer sector manufacturero de exportación más grande de la economía mundial (OMT, 2020). La pandemia del coronavirus, que ha impactado en economías, estilos de vida, servicios públicos y oportunidades en todos los continentes, es una de las crisis sanitarias que mayor impacto ha tenido en este sector, según el Ministerio de Industria y Turismo. Si bien la prioridad debe ser preservar y proteger las áreas vitales que dependen del turismo y transformarlo

al abordar la respuesta de los destinos visitados y construir comunidades y negocios más fuertes frente a la sostenibilidad innovadora, digital y accesible (OMT, 2020).

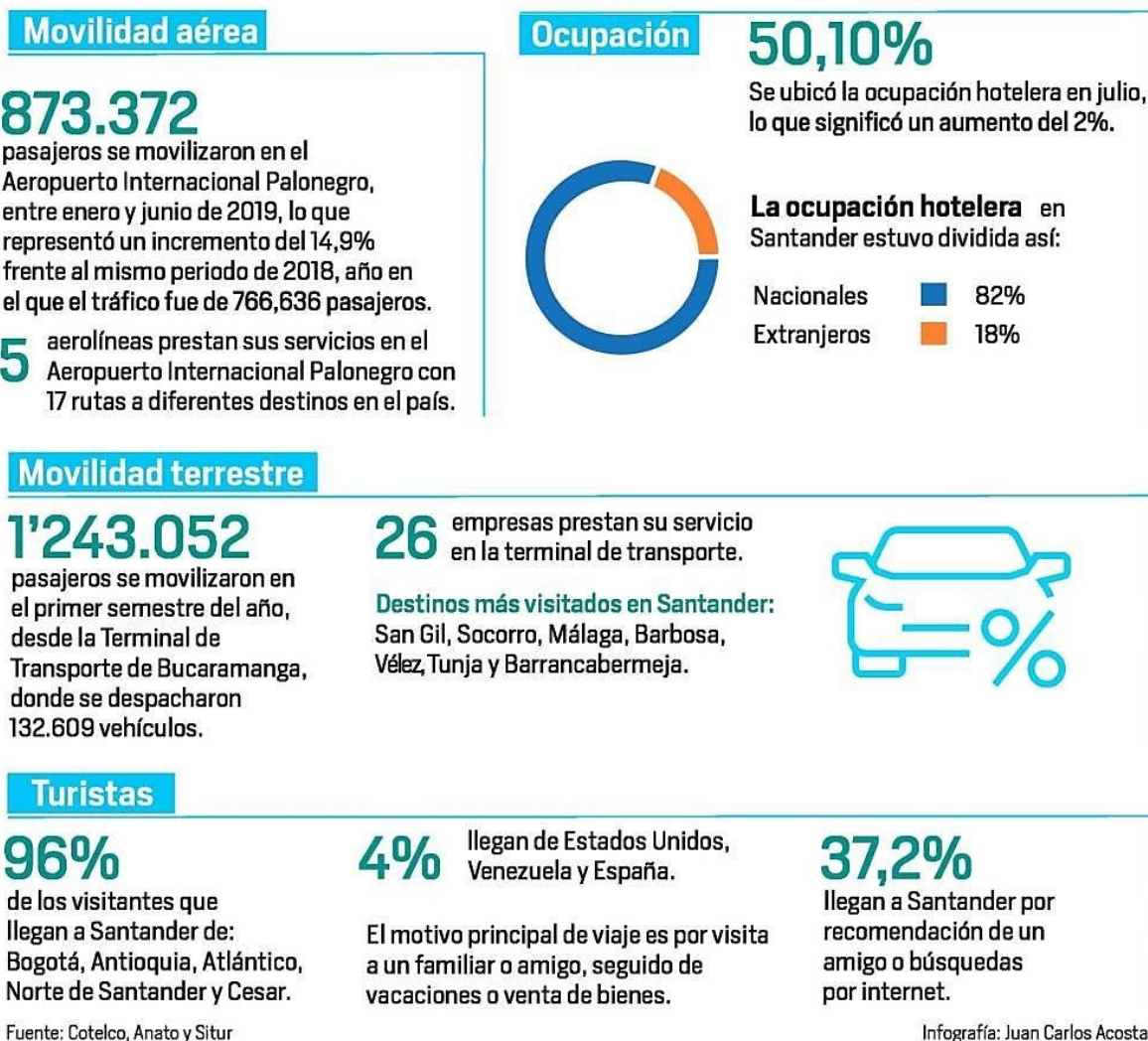
2.2.2. Panorama actual del sector turístico de Santander

Entre las provincias colombianas, Santander siempre ha sido uno de los destinos turísticos más completos considerado como un lugar ideal para la realización de una variedad de actividades turísticas, incluyendo naturaleza, deportes e historia; según las estadísticas que se pueden observar en la figura 4, el número de turistas a Santander ha aumentado un 40% en menos de 10 años.

El 87,5% fueron turistas nacionales, mientras que los turistas extranjeros crecieron un 4,1% el año pasado, lo que elevó el número de llegadas a más de 6 millones, por delante de San Andrés, Antioquia y Boyacá, pero este récord lo pone el país. La industria supera a varias regiones, como Cartagena, Bogotá y el eje cafetero, que consideran a San Gil un importante destino turístico, se considera la capital turística de Santander y el mejor destino de deportes de aventura del país para el turismo extremo (Vanguardia Liberal, 2021).

Santander es uno de los departamentos de mayor crecimiento y crecimiento en los últimos años, con la economía bastante diversa y abundantes recursos naturales (Colombia, 2021); ocupó el tercer lugar del país en competitividad empresarial según el índice de competitividad sectorial (2019), ocupó el cuarto lugar del país en el sector de mayor producción de alimentos y aporte al PIB nacional (El Tiempo, 2020), produciendo cacao, piña, tabaco y café, además de caña de azúcar, yuca, plátano, etc. Esto ha incrementado el interés de muchos empresarios que quieren fortalecer el sector creando proyectos agroindustriales y estrategias de inversión.

Figura 4. Turismo de Santander en cifras para el primer semestre de 2019.



Fuente: Rodríguez, Y. para Vanguardia Liberal, 2019.

Es importante destacar que, Santander es un departamento con los paisajes más dinámicos y modernos como se puede observar en la figura 5, es un departamento vibrante y contemporáneo con un diseño tradicional e histórico que atrae mucho a los visitantes. Ciudades y pueblos como Piedecuesta, San Gil, Socorro, Charalá, Málaga y San Vicente de Chucuri se consolidan como los epicentros comerciales del departamento (Ministerio de Industria y Comercio, s.f.).

Figura 5. Atracciones turísticas en Santander.



Fuente: Comisión Regional de Competitividad e Innovación de Santander, 2022.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018), este departamento se considera el lugar ideal para la realización de actividades de aventura, turismo cultural y de negocios. Su cadena productiva representa alrededor del 4% del PIB del departamento e incluye más de 1.570 empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo. Se prevé que el Cerro del Santísimo en Floridablanca, Girón, el Parque Nacional del Chicamocha, Barichara, Socorro, San Gil y La Mesa de los Santos, entre otros destinos, cueste más de \$1,800 millones en gastos de viaje durante los próximos años, según el Centro de Información Turística de Colombia (2018).

2.3. MARCO LEGAL

Tabla 1.

Marco legal del turismo en Colombia.

AÑO	NORMATIVA
1994	Decreto 1095 de mayo 30 de 1994: aprueba el Código de ética profesional de los agentes de viajes y turismo.
1996	La Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) establece la política pública para el ecoturismo a fin de proteger y utilizar de manera sostenible recursos naturales a través de los viajes tanto en áreas urbanas como rurales, al tiempo que mejora la capacidad de organización, productividad y sostenibilidad ecológica.
1997	Decreto 1075 de 1997: sanciones a prestadores turísticos.
	Decreto 503 de 1997: regula el ejercicio de la profesión de guía turística.
	Decreto 504 de 1997: se reglamenta el Registro Nacional de Turismo.
1999	Resolución 220 de 1999: que deroga la Resolución 001 del 4 de agosto de 1997 y reglamenta el Consejo Profesional de Guías Turísticas.
	Resolución 221 de 1999: contiene el código de ética del guía turístico.
2001	Decreto 1825 de 2001: por la que se establecen las normas que rigen las actividades de los guías de turismo.
2002	Resolución 0119 de febrero 12 de 2002: que establece algunas reglas que deben seguir los prestadores o agencias de servicios turísticos previstos en la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.
	Decreto 53 de enero 18: promueve e implementa las normas que rigen el funcionamiento de las agencias de viajes, así como otras normas.
2003	Decreto 210 que regula que se expidan otras disposiciones, así como los fines y organización interna del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
2006	Ley 1101 de 2006: por la cual se dictan otras disposiciones y se modifica la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo.
2011	Resolución 1065 de 2011: promueve gradualmente las multas a imponer, cuando se presten servicios turísticos sin previa inscripción en el registro nacional de turismo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1429 de 2010.
2015	Decreto 1074 de 2015: la cual es la encargada de expedir el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
2020	La Ley 2068 de 2020 , la Ley de Turismo, establece acciones de largo, mediano y corto plazo que apoyarán la sustentabilidad e implementarán mecanismos para la preservación, protección y uso de los destinos turísticos y atractivos turísticos; mejorar el nivel y la competitividad del turismo; apoyar la formalización de los prestadores de servicios turísticos; e incentivar la reactivación de la industria.

Fuente: Instituto Nacional de Turismo, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

2.4. MARCO CONCEPTUAL

Con el fin de comprender mejor el entorno en el que se desenvuelve la industria turística en la ciudad de Bucaramanga, hemos profundizado en los conceptos que nos permiten comprender la situación y la importancia de su entorno:

2.4.1. *Agencias de viajes*

Hace relación a las empresas especializadas en las actividades empresariales y comerciales, especializadas en mediación y / u organización de servicios de viajes, y que pueden utilizar sus propios medios para prestar servicios. Su principal objetivo es obtener clientes satisfechos y leales que necesitan servicios / productos de viaje de alta calidad distribuidos por las agencias de viajes y que puedan satisfacer sus diferentes necesidades y motivaciones (CEUPE, 2018).

2.4.2. *Apalancamiento en los emprendimientos*

El tipo de producto o bienes y la procedencia de las fuentes de financiación, son componentes claves para la permanencia y sostenibilidad del negocio. Se ha demostrado que los empresarios que cuentan con mayor solidez financiera al inicio de sus operaciones pueden prolongar la sostenibilidad (Barrera & Amaya, 2022).

2.4.3. *Autoridad competente*

Hace referencia a cualquier ministerio, entidad, departamento gubernamental, unidad u otro organismo que tenga la facultad de dictar reglamentos, órdenes u otras disposiciones con fuerza de ley, según los autores Blanco y Enríquez (2014).

2.4.4. Comercio / intercambio económico

Intercambio de bienes y servicios para intercambiar diferentes bienes y servicios de igual valor o cambiar dinero. La existencia de empresas se beneficia de la división del trabajo, la especialización y diferentes fuentes de recursos; dado que la mayoría de las personas solo se concentran en pequeñas partes de la producción, necesitan realizar transacciones con otros para comprar bienes y servicios distintos de los productos y servicios que producen (Sevilla, 2019).

2.4.5. Desarrollo económico y sostenible

La movilidad económica se puede aumentar de una manera que promueva y sostenga el crecimiento de la población y/o el éxito económico al mismo tiempo que eleva el nivel de vida y la esperanza de vida (Organización de las Naciones Unidas, 2022). Por otro lado, el desarrollo sostenible se basa en un paradigma que combina las dimensiones económica, social y ambiental para preservar la base de recursos naturales y satisfacer las necesidades de las generaciones actuales y futuras.

2.4.6. Ecosistema empresarial

Es un grupo de empresas que unen sus recursos y trabajan juntas para crear productos y satisfacer a los clientes. Evolucionó gradualmente hacia una sociedad, muy parecida a un ecosistema biológico, respaldada por la financiación, el interés de los clientes y el talento atraído por los últimos productos nuevos (Huerta & Rivera,

2019). Los miembros de un ecosistema empresarial, sean orquestadores directos, o participantes indirectos, tienen sus marcas presentes en las propuestas de valor.

2.4.7. Sostenibilidad

Se trata de lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer a las generaciones futuras. Este es el origen de la frase "desarrollo sostenible", una estrategia con visión de futuro para mantener el precario equilibrio del presente sin poner en peligro los recursos del futuro (Oxfam Intermón, s.f.).

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El proyecto contempla la investigación explicativa, creando una instantánea de la situación actual, buscando causas y ayudando a comparar más de dos variables, es flexible y puede abordar preguntas de la investigación de todo tipo llegando a obtener resultados concluyentes y se utiliza el enfoque de teoría fundamentada o investigación interpretativa (Vecchi, 2020). Por eso mismo, se incluyen búsquedas bibliográficas, cuestionarios a grupos focales y el análisis de casos.

Este tipo de investigación se utilizará para responder las preguntas qué, por qué y cómo se comportan las habilidades emprendedoras y cómo presenta influencia en el crecimiento comercial en el sector del turístico en la ciudad de Bucaramanga.

3.2. ENFOQUE Y MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Se utiliza un enfoque cualitativo, recolectando datos para el análisis estadístico en pro del establecimiento de patrones de comportamiento (Espinoza, 2021); se orienta hacia un método de análisis como un procedimiento que descompone los datos e información obtenida a mediante los cuestionarios aplicados, con el fin de contribuir en el fortalecimiento y generación de valor en la prestación de servicios.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Una población es un conjunto de individuos para los cuales se define el sujeto de estudio (Suárez, 2011), en el presente estudio se considera como población al sector turístico de la ciudad de Bucaramanga, por otro lado, una muestra es se

supone que es un subconjunto de la población que se evalúa estadísticamente. Si trabaja con empresas de una industria específica, debe consultar con la Cámara de Comercio para averiguar el número de unidades registradas.

En esta reunión se informó que el número de empresas registradas en la ciudad de Bucaramanga dedicadas a la prestación de programas y servicios turísticos es de 300 empresas relacionadas con agencias de viajes, operadores turísticos y servicios de reserva. Esta consulta tuvo lugar el viernes 11 de noviembre de 2022.

Figura 6. Empresas del sector turístico registradas en la Cámara de Comercio.



Fuente: Cámara de Comercio, 2022.

Para calcular la muestra se procedió a utilizar la siguiente fórmula estadística:

Figura 7. Formula estadística para definir la muestra.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Fuente: Universo de Formulas, 2018.

En donde:

- n = tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población total = 81,769 personas
- σ = desviación estándar poblacional = 0.5
- Z = nivel de confianza = 95% (1.96) valor mínimo aceptado como confiable.
- e = error muestral = 6% (0.06) usado en la investigación.

Reemplazando en la formula se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)^2 \cdot 300}{(0,06)^2 \cdot (300 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5)^2} \cong 169$$

La muestra estadística es de 169 empresas turísticas.

3.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se recurre a fuentes primarias y secundarias de información. Dentro de las fuentes secundarias utilizadas para el diseño de los marcos y antecedentes teóricos, se encuentran textos, artículos, documentos de distintos repositorios institucionales, en revistas nacionales e internacionales, entre otras, usando buscadores como Google Académico y IEEE Explore.

Por otro lado, las fuentes primarias corresponden a información recopilada por el cuestionario tipo Likert con opción de respuesta de única pregunta aplicado a los emprendedores del sector turístico en la ciudad que se ve en el apéndice A.

El cuestionario que se puede observar en el Apéndice A del documento recopiló datos utilizando un cuestionario desarrollado previamente sin cambiar el entorno o

el fenómeno en el que se recopiló la información para ser utilizada virtualmente utilizando Hojas de cálculo de Google; antes de la aplicación formal del cuestionario, se realizaron pruebas piloto por parte de empresarios de la industria para asegurar la correcta redacción y una buena comprensión de las preguntas formuladas.

Para realizar el cuestionario se consultaron fuentes como Organización Mundial del Turismo – OMT (2022), Méndez (2019); Palos, Baena y Casablanca (2019), que han realizado estudios previamente sobre el sector, estos han propuesto encuestas y realizado entrevistas para identificar las dinámicas de consumo y comportamiento tanto del consumidor como de las agencias de viajes lo que permite la orientación sobre la identificación de las variables a evaluar, pero cada una de las preguntas abiertas ha sido planteada por los autores de este informe a la luz del estado actual de la industria. Cada pregunta planteada por los autores ayudará a determinar el estado de la industria en relación a cada variable para poder medirla.

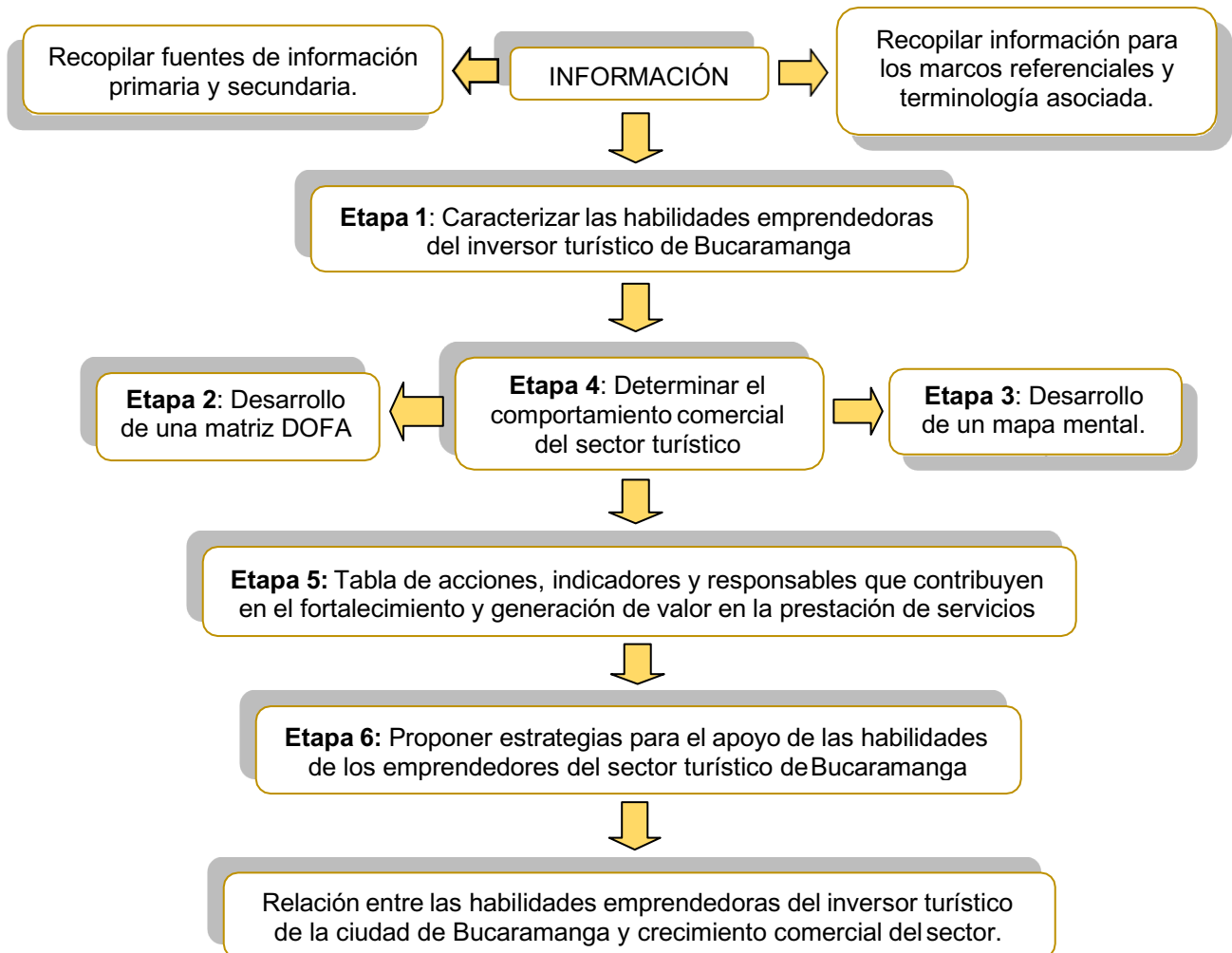
El cuestionario evaluó cuatro (4) variables clave que se utilizarían para medir el desempeño de la empresa y los tipos de habilidades que los empleadores desean en cada variable en relación con la medición de los atributos de las variables opcionales seleccionadas en una escala nominal, que fueron: conocimiento del negocio, saber hacer, relaciones y valores y actitudes. Estas variables se identifican según su importancia en relación directa con la industria turística y las habilidades empresariales necesarias en el mercado.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1. FASES PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

El desarrollo del presente trabajo se dio por medio de las siguientes etapas:

Figura 8. Etapas para el desarrollo del trabajo de grado.



Por medio del esquema anterior, se aclaran las principales etapas de desarrollo para lograr el objetivo. Inicialmente, se tiene la recopilación de información en varios buscadores académicos, acerca de la normatividad, implementación y terminología asociada, así como de la importancia que tienen los diferentes modelos asociados para su profundización teórica, legal y conceptual.

Por tanto, para el primer resultado, que hace referencia a la caracterización de las habilidades emprendedoras, utilizando fuentes bibliográficas que se basan en la precisión del tema, se han seleccionado estudios recientes por ser relevantes para este documento y, por lo tanto, llegar a un consenso sobre su relevancia. La investigación se basa en artículos científicos, revistas de instituciones relevantes y unidades estructurales en el proceso de investigación, para un análisis DOFA de los datos dados por los emprendedores de Bucaramanga.

Por último, se identificaron las habilidades emprendedoras del sector turístico de Bucaramanga para el desarrollo del mapa mental, que permitió crear estrategias de apoyo de las habilidades emprendedoras, mediante una tabla que relaciona las acciones, indicadores y los responsables que contribuyen en el fortalecimiento y generación de valor en la prestación de servicios.

5. RESULTADOS

Teniendo en cuenta las consultas realizadas, se obtienen los resultados dando la posibilidad de dar a conocer conocimientos surgidos a partir de la investigación, siendo la parte fundamental para responder a la pregunta problema planteada.

5.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS HABILIDADES EMPRENDEDORAS DEL INVERSOR TURÍSTICO DE BUCARAMANGA

Primeramente, se procedió a completar el presente capítulo dividiéndolo en dos secciones. En la primera parte se exponen los resultados de aplicar el estructurado y ejecutado a las 169 empresas del sector turístico y posteriormente se hace el análisis DOFA de las respuestas.

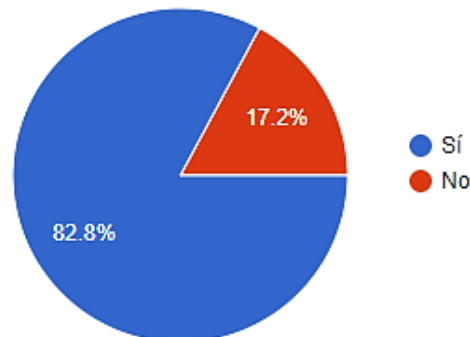
5.1.1. Resultados del cuestionario de habilidades emprendedores

5.1.1.1 Conocimiento empresarial

Figura 9. Elementos que conforman la realidad actual.

1. ¿Conoce y entiende los diferentes elementos que conforman la realidad actual (nuevas tecnologías, integración económica, competencia, hábitos sociales)?

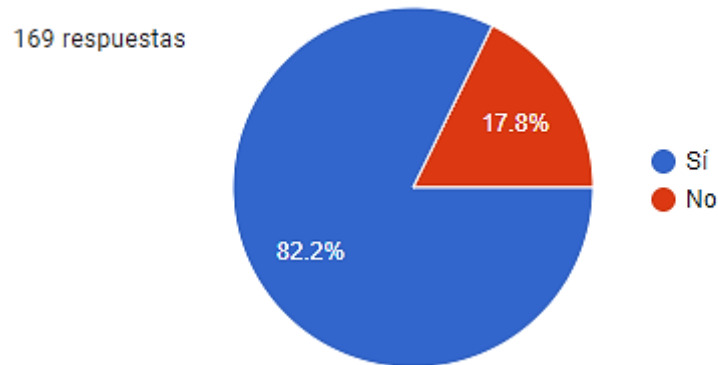
169 respuestas



Como se observa en la figura anterior, el 82,8% de los encuestados afirma sí conoce y entiende los elementos que conforman la realidad actual y que impactan de forma directa en la gestión empresarial de sus negocios, como, por ejemplo, el avance tecnológico, las posturas económicas, dinámicas sociales, entre otras, se debe destacar que los recursos tecnológicos son importantes para la mejora de la vida laboral del trabajador lo que facilitan la transmisión comunicativa, estos deben ser usados en el ámbito empresarial para mejorar la gestión comercial y competitiva de todas las áreas jerárquicas, por otro lado, el 17,2% restante aun no entiende a profundidad estos elementos de cambio.

Figura 10. Capacidad para aprender de nuevas experiencias.

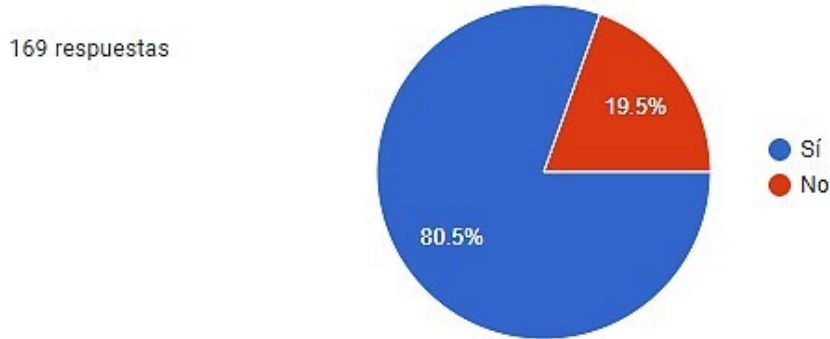
2. ¿Tiene capacidad para aprender de nuevas experiencias?



Se observa cómo el 82,2% afirma poseer la capacidad de aprendizaje de nuevas experiencias organizacionales, lo cual es contrariado por el 17,8% que no tiene esta percepción, en esta instancia, es importante mencionar los aportes de Nonaka & Takeuchi (1995) citado por Chiva et al. (2014), en el que afirman que la capacidad de aprendizaje organizacional como un concepto que abarca un conjunto de las habilidades y los métodos adoptados para la obtención de conocimiento por diferentes vías, convirtiéndolo en un recurso capaz de apoyar ventajas competitivas y ofrecer valor adicional al mercado, en este caso, servicios turísticos.

Figura 11. Conocimiento, adaptación y constante cambio.

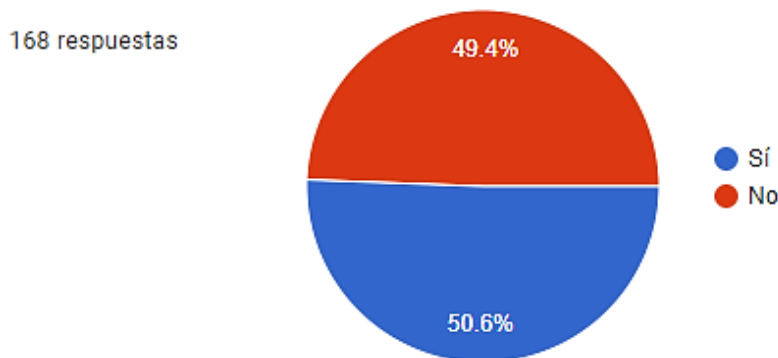
3. ¿Le gusta ampliar, mejorar su conocimiento, adaptar su forma de ver las cosas en un entorno en constante cambio?



Para Sanabria y Espitia (2021), el ser humano tiene una capacidad innata al cambio y por tanto a la adaptabilidad y a la resiliencia, por tanto, los emprendedores también tienen estas cualidades. Solo cambia cómo la has desarrollado en el transcurso del tiempo en tu constante interacción con el mundo que te rodea. Es así que, se observa cómo el 80,5% de los encuestados busca constantemente ampliar sus conocimientos, adaptándose al entorno y mejorando los hábitos de aprendizaje, seguido por el 19,5% restante que no concuerda con esa percepción.

Figura 12. Conocimientos, práctica en gestión y administración contable.

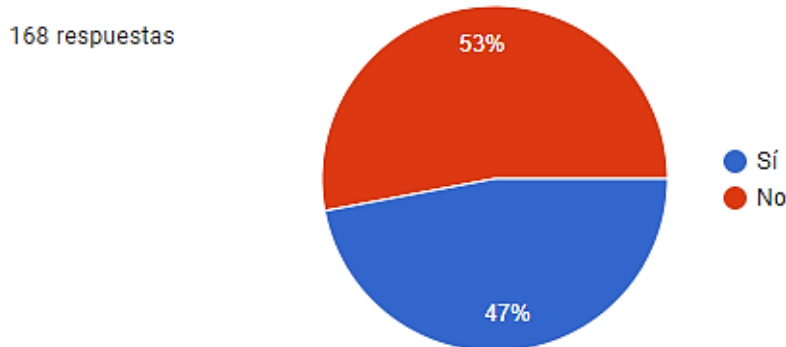
4. ¿Tiene conocimientos y práctica en gestión y administración contable?



Un 50,6% de los empresarios encuestados tiene los conocimientos y la práctica de gestión y administración contable lo que le permite mejorar día a día los procesos de su negocio por medio de la implementación de métodos y herramientas en sus proyectos para prevenir todo tipo de problemas y cumplir con todas las expectativas que tenga la empresa, de una forma o de otra, mientras que el 49,4% restante no está seguro de tenerlos. La gestión contable y administrativa facilita las funciones de planificación, control y toma de decisiones, siendo una las mejores formas de buena administración a través de varias aplicaciones de contabilidad específicas.

Figura 13. Nuevas herramientas de la informática para las empresas.

5. ¿Posee conocimientos y práctica en las nuevas herramientas de la informática para la empresa? (software, correo electrónico, internet, etc.)



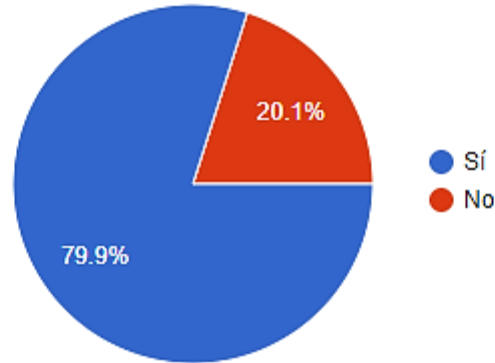
En lo que respecta al conocimiento empresarial, negativamente se tiene un 53% de los empresarios encuestados que no posee conocimientos prácticos en las nuevas herramientas empresariales que se utilizan, seguido por un 47% que si los posee. Las innovaciones que se introducen en la gestión comercial, sistemas informáticos, productos o servicios deben mejorar los procesos, la productividad, la eficiencia y, en definitiva, a todo el emprendimiento.

5.1.1.2 Saber hacer

Figura 14. Capacidad para ejecutar ideas y proyectos.

6. ¿Tiene capacidad para ejecutar ideas y llevar proyectos a la práctica?

169 respuestas

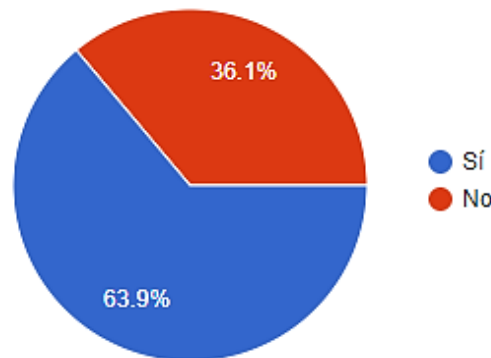


De forma positiva, el 79,9% de los empresarios tienen la capacidad para ejecutar ideas y proyectos llevándolos a la práctica, con estas capacidades de ejecución y combinado con los perfiles adecuados, llevarán a la consecución de los resultados, en el marco del trabajo para nuevos proyectos, procesos, analítica, entre otros. Por otro lado, el 20,1% que no pone en práctica sus ideas innovadoras puede deberse por razones importantes como el miedo al fracaso, falta de apoyo financiero y tiempo de ejecución que acarrearía el nuevo proyecto.

Figura 15. Eficiencia del trabajo en equipo.

7. ¿Es más eficaz trabajando en equipo que cuando lo hace individualmente?

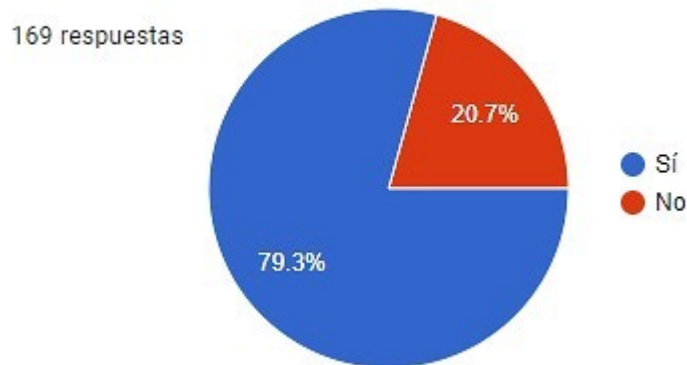
169 respuestas



La eficacia del equipo describe qué tan bien los integrantes trabajan juntos para alcanzar los objetivos comunes, es así como el 63,9% de los empresarios siente un aumento de la productividad mediante el trabajo en equipo, lo que no pasa cuando se trabaja de forma individual, esto es directamente proporcional ya que cuando la eficacia del equipo es alta, los miembros del equipo se sienten más empoderados con respecto a su trabajo, y esto aumenta su compromiso y satisfacción; el 36,1% restante de los encuestados no afirma que este tipo de trabajo sea más eficaz.

Figura 16. Transmisión de ideas y conocimientos.

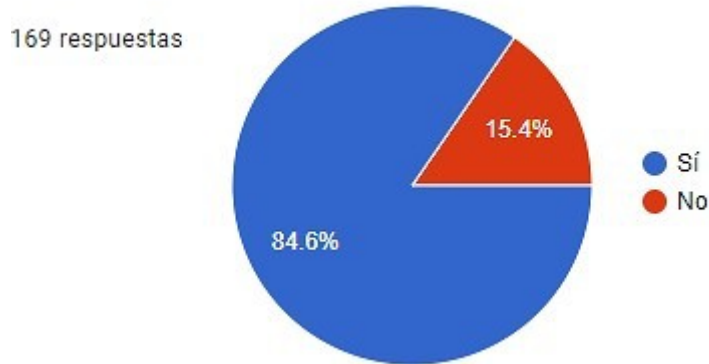
8. ¿Transmite bien sus ideas y conocimientos?



El 79,3% de los empresarios encuestados afirma que tiene la capacidad de transmitir sus ideas y conocimientos de manera adecuada, lo que le permite mejorar la ejecución de los procesos, mientras que el otro 20,7% restante no está seguro de hacerlo bien. Si las metas son la alineación, el acuerdo y el logro de los objetivos organizacionales, entonces es esencial para un emprendimiento hablar sobre la comunicación, ya sea personal, organizacional o más grande, porque la falta o ineficiencia en el área administrativa puede degradar o minimizar las capacidades de trabajadores, en lo posible, por la falta de comprensión de la información, mala explicación de las falencias identificadas, las fallas en la implementación operativa, ruptura de varios tipos de relaciones, entre otras.

Figura 17. Comunicación y diálogo para el trabajo en equipo.

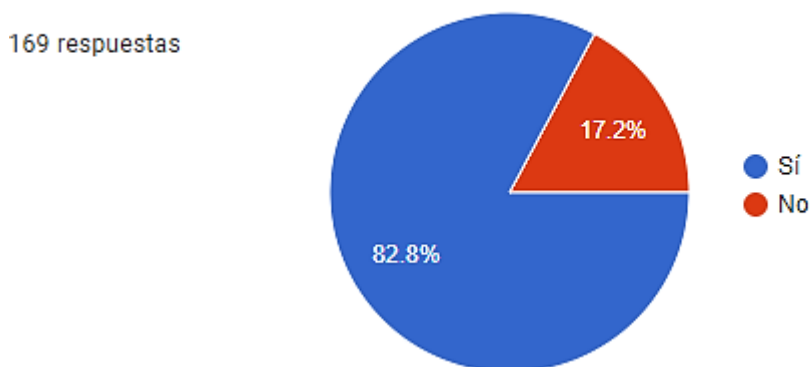
9. ¿Favorece la comunicación y el diálogo en equipo?



Se observa cómo el 84,6% de los encuestados busca favorecer la comunicación y el dialogo con su equipo de trabajo, seguido por el 15,4% que no concuerda con esa percepción y se mantienen barreas de comunicación por la jerarquía. Para Rodríguez (2022), el poder comunicarse efectivamente necesita un aprendizaje en la escucha a los demás desde la realidad de ellos.

Figura 18. Capacidad de transmitir dedicación y compromiso.

10. ¿Posee la capacidad de transmitir al equipo dedicación y compromiso?

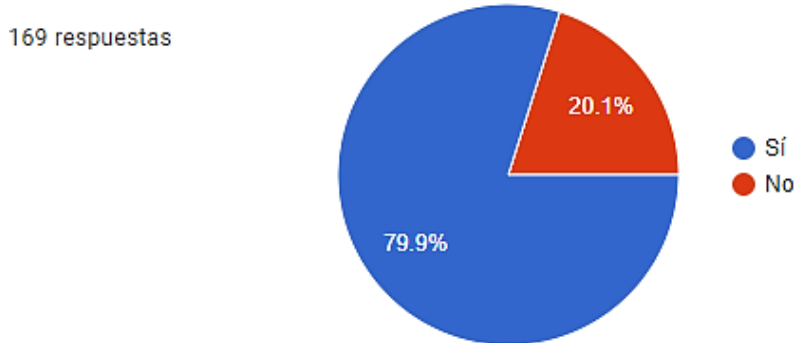


Como se observa en la figura anterior, el 82,8% de los empresarios encuestados menciona que posee la capacidad para transmitir al equipo de trabajo dedicación y compromiso respecto a las actividades que se realizan y los valores que demuestra

la empresa lo que demuestra un punto positivo en esta habilidad, por otro lado, el 17,2% restante afirma no poseer esta capacidad.

Figura 19. Capacidad de resolver los problemas y dificultades.

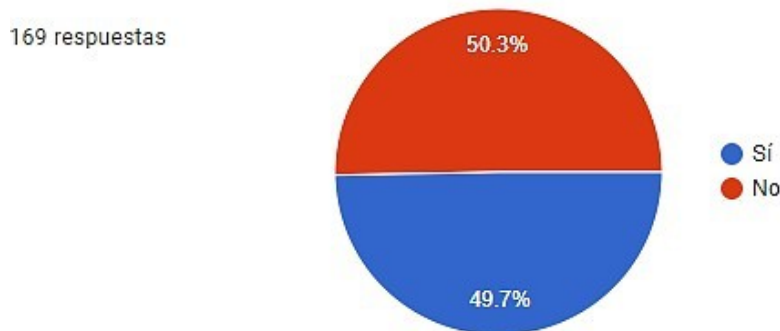
11. ¿Tiene la capacidad para resolver eficazmente los problemas y dificultades?



En la figura 19, se observa cómo el 79,9% de los empresarios encuestados afirma tener la capacidad para resolver problemas y las dificultades eficientemente, lo que puede ayudar a alcanzar los mejores resultados de negocio y, en definitiva, a poder realizar de manera más eficiente el trabajo reconociendo el valor que la persona representa, contrario al 20,1% que afirma que no posee esta capacidad a totalidad.

Figura 20. Interpretación de la información, estadísticas y otros datos.

12. ¿Es capaz de interpretar la información, estadísticas y/o otros datos de carácter general en información útil para trabajos concretos?



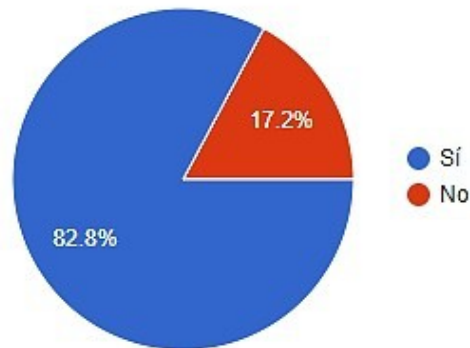
En la figura anterior, se observa cómo el 49.7% afirma que tiene una capacidad para interpretar información estadística y general, la interpretación de información sea administrativa, contable o tecnológica, juega un papel clave por la comunicación con los trabajadores, captando la esencia correcta de los mensajes que un emisor formula y permitiendo aportar datos que son cruciales para el libre ejercicio de la toma de decisiones y ejecución de respuestas importantes, así mismo, se presenta un falencia al identificar que el 50,3% no facilidad de interpretación.

5.1.1.3 Relaciones personales

Figura 21. Capacidad de comprender a los demás.

13. ¿Tiene la capacidad de comprender a los demás en función de su propia visión?

169 respuestas

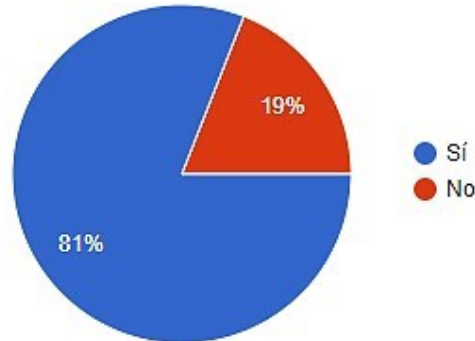


Se observa que el 82,8% de los encuestados comprende la función de los demás miembros del trabajo bajo su propia visión, seguido por el 17,2% restante que no concuerda con esa percepción y mantiene limitaciones por la jerarquía. La empatía o sensibilidad social es el grado en que las personas y aún más los emprendedores logran formarse impresiones precisas o una verdadera comprensión de los demás. Debido a que la cognición social no siempre es racional o consciente, a algunos les puede parecer que la empatía simplemente se "da", mientras que para otros se desarrolla a través del entrenamiento y la experiencia.

Figura 22. Equilibrio entre lo emocional y lo racional del comportamiento.

14. ¿Mantiene un equilibrio entre lo emocional y lo racional en su comportamiento?

168 respuestas

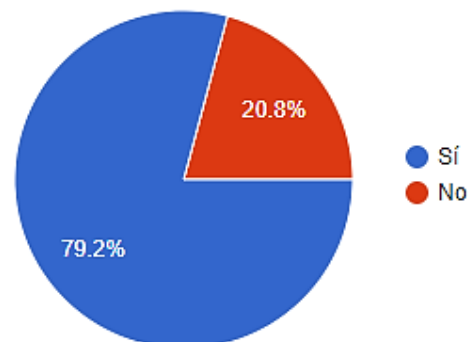


Encontrar un equilibrio inteligente entre la razón y emoción es clave para mejorar el éxito en la toma de decisiones, este equilibrio es el resultado de la experiencia de vida, por lo que hay muchos errores. Por lo tanto, quizás la primera decisión sabia que podemos tomar es dejar de confrontar la mente y el corazón (emociones), porque si pensamos así, tienden a elegir la misma opción la mayor parte del tiempo. En la figura anterior, se observa cómo el 81% de los encuestados busca mantener un equilibrio entre lo emocional y lo racional de su comportamiento, seguido por el 19% restante que no concuerda con esa percepción y en ocasiones conjuga sus emociones con las decisiones que toma para su empresa.

Figura 23. Potenciación de las facultades de los trabajadores.

15. ¿Sabe cómo potenciar las facultades de las personas con las que trabaja?

168 respuestas

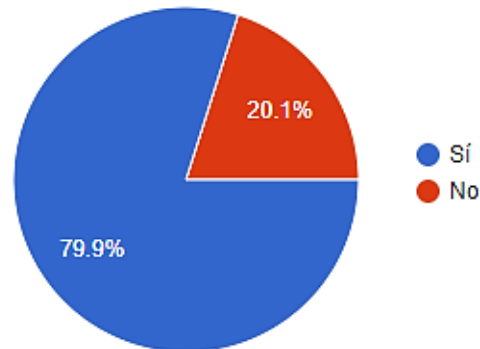


En la figura 23, se observa cómo el 79,2% de los empresarios encuestados afirma tener la capacidad para potencializar las facultades de sus trabajadores, lo que influye directamente en las áreas como la salud ocupacional, cultura organizacional, el bienestar laboral, selección y contratación, capacitación y desempeño, contrario al 20,8% que afirma que no posee esta capacidad a totalidad. Se debe mencionar el termino "Empowerment" el cual según Pérez (2020), actúa como una herramienta de la calidad total que, en los modelos de mejora continua y reingeniería, así como en las empresas ampliadas provee de elementos para fortalecer los procesos que llevan a las empresas a su desarrollo.

Figura 24. Cooperación como herramienta para mejorar de competitividad.

16. ¿Cree en la cooperación como herramienta para mejorar la competitividad?

169 respuestas



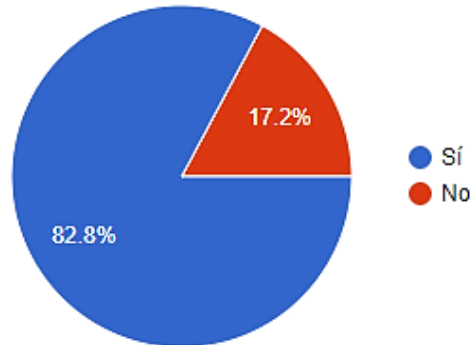
En la figura 24, se observa cómo el 79,9% de los empresarios encuestados cree que la cooperación es una herramienta importante en la mejora de la competitividad. Según investigaciones, es un instrumento de desarrollo empresarial, que tiene como finalidad principal alcanzar objetivos propios a través de una actuación compartida, por medio de un interés común, una coordinación del trabajo y la conservación de la identidad propia; por otro lado, el 20,1% que piensa lo contrario.

5.1.1.4 Valores y actitudes

Figura 25. Capacidad de positivismo.

17. ¿Es una persona positiva que cree en sus capacidades y en las de los demás?

169 respuestas



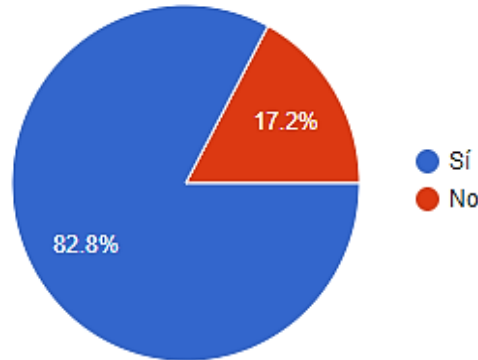
En la figura anterior, se observa cómo el 82,8% afirma que mantiene una actitud positiva frente a las capacidades que tienen los demás miembros de la empresa, la actitud de un profesional juega un papel importante en el desempeño laboral y en la productividad de las empresas. Los cambios de actitud positiva ayudan a mejorar en los niveles de experiencia laboral en la carrera laboral, así mismo, se presenta una falencia al identificar que el 17,2% de los encuestados no piensa positivamente cuando dispone responsabilidades en los demás.

Stephen Robbins en 1999 define la motivación como: "La voluntad de ejercer un esfuerzo significativo para lograr los objetivos de la organización que depende de la capacidad de ese esfuerzo para satisfacer ciertas necesidades individuales". Un trabajador motivado que trabaja con calma mejora su desempeño; además, no se limita a realizar tareas propias de su puesto, sino que también puede incentivar a otros a buscar mejoras en la empresa, es decir, se involucra más en el logro de metas y puede aportar nuevas ideas. Una fuerza laboral motivada es esencial para cualquier organización que quiera lograr buenos resultados. Mantener una buena motivación en el ambiente laboral hará que quieras ir a trabajar. En consecuencia, hay menos estrés y fatiga, un ambiente de trabajo no estresante, forzado y pagado, lo que sin duda beneficia a todos los empleados y directivos de la empresa.

Figura 26. Problemas, dificultades y adversidades.

18. ¿Se enfrenta a los problemas, dificultades y adversidades que se presentan?

169 respuestas

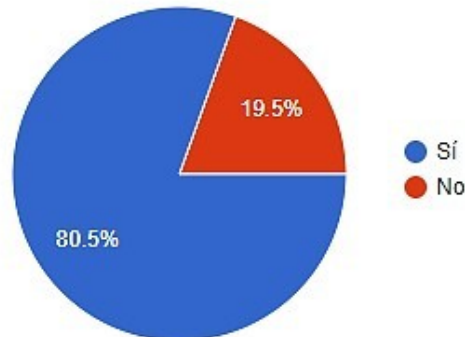


En la figura anterior, se observa cómo el 82,8% de los encuestados se enfrentan a las adversidades y dificultades ya sean personales o empresariales, sin dejar de lado el buscar apoyo, para esas oportunidades ricas de interacción, autoestima y autorrealización; por tanto, la resolución de problemas es el primer camino para el aprendizaje, la planificación y la socialización, seguido por el 17,2% restante que no concuerda con esa percepción y en ocasiones conjuga sus emociones y problemas hacia lo laboral con las decisiones que toma para su empresa.

Figura 27. Actitud abierta a nuevas ideas y cambios.

19. ¿Posee una actitud abierta a nuevas ideas y cambios que aportan un beneficio?

169 respuestas

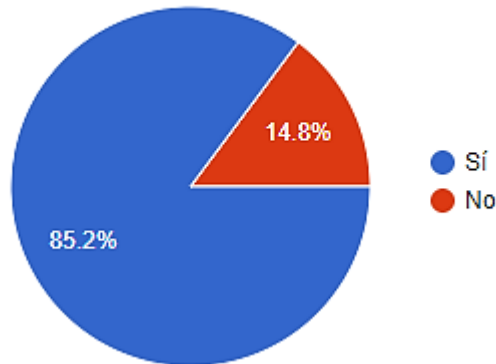


Tener una mente abierta y una buena actitud significa ser receptivo a nuevas ideas y diferentes opiniones o puntos de vista. En la figura anterior, se observa que el 80,5% de los encuestados posee una actitud abierta a nuevas ideas y cambios que aportan un beneficio empresarial, seguido por el 19,5% restante que no está de acuerdo y prefiere mantenerse en la prestación de servicios que conoce buscando una estabilidad nada favorable en el tiempo.

Figura 28. Valores éticos y de responsabilidad del comportamiento.

20. ¿Mantiene sus valores éticos y de responsabilidad en su comportamiento?

169 respuestas



Por último, el 85,2% mantiene los valores y la responsabilidad cuya importancia radica en que es un modo de generar negocios sustentables, sostenibles, con visión y cultura que les permitan perdurar a largo plazo, ya que estos factores contribuyen a mejorar las condiciones del mercado laboral, y en el caso de la producción de bienes, cuidar y mejorar el medio ambiente; por otro lado, se obtuvo un 14,8% no le presta mayor importancia al tema en cuanto a la gestión empresarial.

5.1.2. Análisis del estado emprendedor en las empresas encuestadas

A continuación, por medio del análisis, se permitió clasificar las deficiencias que tienen las empresas del sector turístico de la ciudad de Bucaramanga.

Tabla 2.

Clasificación de fortalezas y debilidades.

<p>Externos (factores del ambiente)</p> <p>DOFA</p> <p>Internos (factores de la empresa)</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amplia la oferta productos. • Oportunidad de incrementar ventas y rentabilidad. • Posibilidad de ampliar sus fronteras comerciales con diferentes sedes. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recesión económica. • Políticas regulatorias y de control corporativo o gubernamental estrictas. • Falta de planificación y distribución de actividades.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad del servicio • Adecuada prestación del servicio y atención al cliente. • Positivismo y valores éticos. • Equilibrio entre lo emocional y racional del comportamiento. • Dedicación y compromiso. • Actitud abierta a nuevas ideas y cambios, enfrentado los problemas y las dificultades. 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los sistemas tecnológicos para optimizar la atención y modernizar el establecimiento. • Desarrollar cursos y generar certificados de acreditación de marketing y gestión al cliente para generar tráfico y reconocimiento online. • Hacer alianzas con cadenas hoteleras para generar más confianza de los clientes. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener empleados profesionales y bien capacitados que cumplen con los nuevos requisitos. • Gestionar estrategias de crecimiento comercial. • Cuenta con herramientas tecnológicas que otros hoteles no utilizan. • Planificar un presupuesto de colchón para futuras crisis.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin un segmento de mercado debidamente establecido. • Falta de conocimientos de administración y contabilidad. • Poca práctica en las herramientas informáticas. • Falta de trabajo en equipo. • Deficiencia para interpretar la información, estadísticas y/o otros datos generales. • No se cuentan con las evaluaciones de desempeño. • Falta de integración de mecanismos digitales. 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrate una agencia de marketing con experiencia o un especialista en marketing digital para acelerar el aprendizaje empresarial. • Aumentar los ingresos apoyando a las agencias y creando puntos de servicio. • Obtener la certificación del sistema de gestión de calidad para aumentar la confianza. • Mejorar la atención y calidad del servicio para aumentar la fidelidad de los clientes. 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los ingresos con mejoras atención a niños o mascotas para mejorar la confianza en los adultos. • Empezar prácticas de benchmark de los mejores competidos a nivel nacional e incorporarlas al negocio. • Vincular todas las redes sociales con enlaces de la competencia para vincular e impulsar el negocio. • Atraer inversores para mejorar servicios y ganar posición en el mercado.

Inicialmente se presentan los aspectos positivos como la necesidad del servicio, la adecuada prestación del servicio y atención al cliente, el positivismo y valores éticos, el equilibrio entre lo emocional y racional del comportamiento, comunicación y diálogo, dedicación y compromiso, la actitud abierta a nuevas ideas y cambios, enfrentado los problemas y dificultades. Otro aspecto que motiva a comprometerse y convertirse en emprendedor es el deseo de mejorar su nivel económico, la autonomía, el desarrollo o la adquisición de experiencia en un campo en particular.

Por lo cual, es importante tener en cuenta las estrategias FO y FA que se han determinado en la matriz como, por ejemplo, el mejorar los sistemas tecnológicos para optimizar la atención y modernizar el establecimiento el hacer alianzas con cadenas hoteleras para generar más confianza de los clientes.

Siguiendo con los aspectos negativos, se han identificado en falencias en el segmento de mercado que no está debidamente establecido, falta de conocimientos de administración y contabilidad, baja práctica en las herramientas informáticas, poco trabajo en equipo, deficiencias para interpretar la información, estadísticas y/o otros datos generales, falta de integración de mecanismos digitales. Lo anterior, puede presentar un problema sobre el deseo e independencia que no cumplen con las expectativas del emprendedor, lo que puede ocasionar que se dé por vencido y pierda la motivación de emprender.

El análisis DOFA realizado con base a información de los cuestionarios permitió identificar cuál es la situación que presenta actualmente en las empresas, lo que conlleva a plantear estrategias que mencionadas en el siguiente capítulo.

5.2. EL COMPORTAMIENTO COMERCIAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

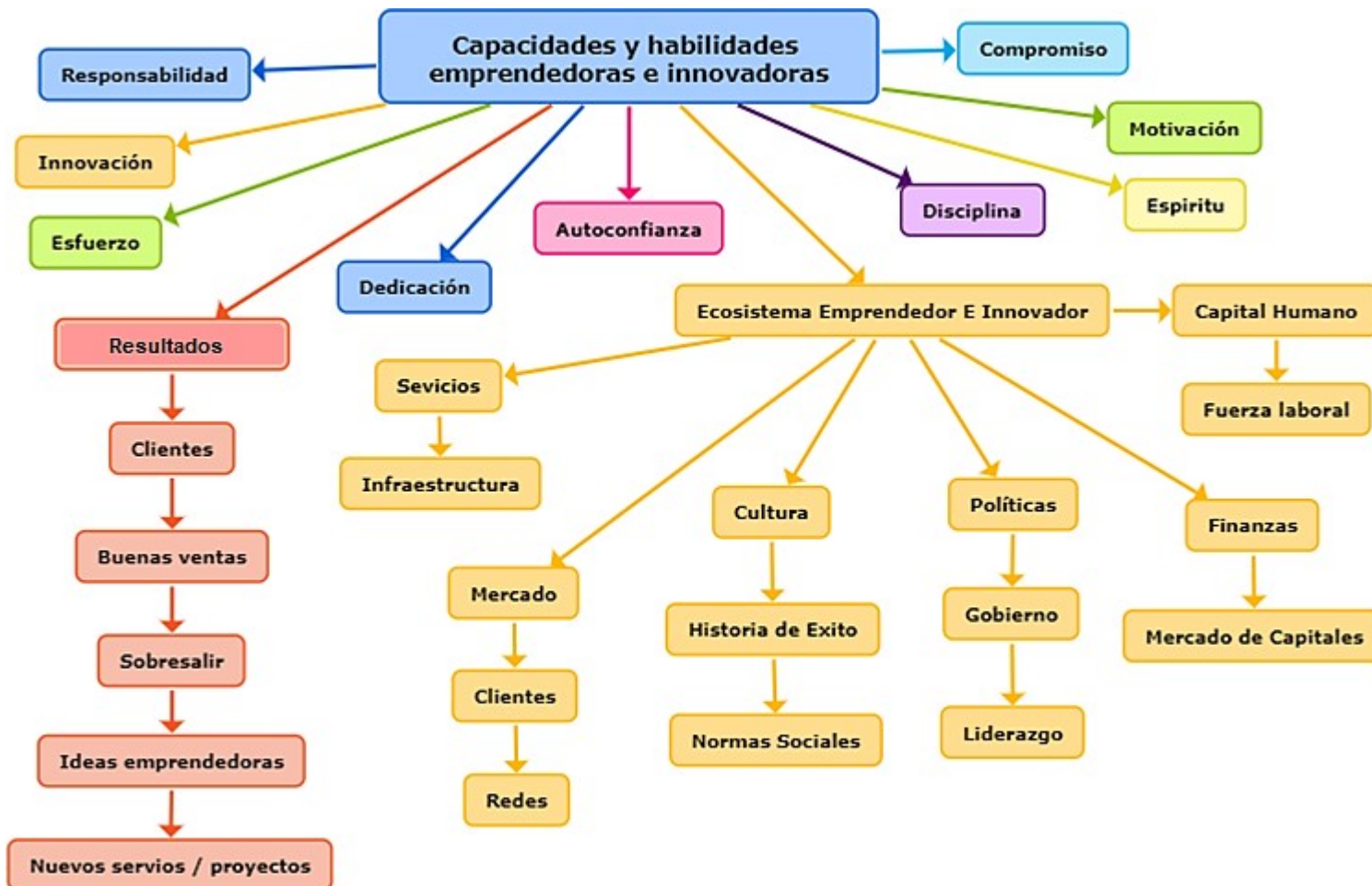
Así mismo, y respecto a las dinámicas de compras turísticas es importante el aporte de Beni (2007) quien definió el sistema turístico (SISTUR) como un conjunto de procedimientos, ideas y principios lógicamente organizados y relacionados con el turismo. En esta conceptualización, se destaca el cliente y el funcionamiento del sistema que está relacionado con la actividad turística (Ramírez, Otero y Giraldo, 2014); el sistema permite la gestión estratégica que predice el comportamiento turístico del inversor - usuario (necesidades, deseos, expectativas y satisfacción).

De forma general, el turismo debe entenderse como un sistema que proporciona satisfacción en relación con un excedente monetario proporcionado por actividades productivas cuya distribución y consumo operan en paralelo. Además, el papel de las autoridades nacionales y locales debe ser considerado como parte del sistema (SISTUR), lo que cobra importancia en la medida en que estas regiones enfrentan un difícil período de transición hacia el desarrollo sostenible y las políticas económicas. El turismo tiene un papel importante que desempeñar en términos de políticas específicas y en el papel comercial del sistema económico de la región en términos de competitividad (Ramírez, 2009).

Finalmente, cabe mencionar que el sistema turístico supera la relación existente entre su concepto básico de oferta y demanda, pues integra decisiones turísticas de regiones externas que se espera sean afectadas según Ramírez, Otero y Giraldo (2014) según su infraestructura, las superestructuras y sus condiciones ambientales mixtas por encima o por debajo de las condiciones reales de cada destino; todo lo cual llevará a los turistas a considerar la recompra de destinos y la creación de más desarrollo local a través del intercambio comercial de producción y consumo.

5.2.1. Mapa mental que identifica las habilidades emprendedoras

Figura 29. Mapa mental de las habilidades emprendedoras.



5.3. ESTRATEGIAS DE APOYO PARA EL INVERSOR TURÍSTICO E IMPULSO AL FORTALECIMIENTO Y GENERACIÓN DE VALOR




Para la propuesta de estrategias de competitividad, desarrollo y sostenibilidad para los emprendedores, se analizó la información compilada bajo los antecedentes que impulsa la competitividad, logrando a los emprendedores mantenerse en pie, por tanto, se identificaron primeramente los factores de competitividad para posibilitar la recomendación de estrategias que permitan influir en el fortalecimiento empresarial, sostenibilidad y la generación de valor de sus productos y/o servicios. La competitividad bien desarrollada es clave para implementar estrategias efectivas, así como para alcanzar las metas de crecimiento propuestas. Además de que sienta las bases para continuar con el buen desarrollo, competitividad empresarial también puede considerarse como un índice que nos deja medir la salud o enfermedad de un negocio y con ello conocer la rentabilidad del mismo (Clavijo, 2020).






Cuando se habla de las habilidades emprendedoras, se hace referencia a las personas que convierten las adversidades en oportunidades, siendo creativas, auténticas y con actitud positiva. Los individuos con habilidades emprendedoras son entusiastas y responsables, además, se capacitan para mejorar las debilidades de su emprendimiento y mantener el crecimiento contante personal y laboral.

Hay varios ámbitos en los que los emprendedores del sector turístico de la ciudad de Bucaramanga pueden intentar mejorar su competitividad, según los análisis realizados, lo que puede impulsar la rentabilidad, fortalecer y consolidar la marca, crecer, expandirse a otros mercados, y generar confianza en el cliente, por tanto, se establecieron estrategias de fortalecimiento empresarial entre las cuales están:

Tabla 3.

Estrategias con relación a las acciones, indicadores y responsables.

Estrategia	Acciones / descripción	Indicador	Responsables
<p>Aumentar la satisfacción de los clientes</p>	<p>En el mundo actual, todo está más personalizado y es mucho más sencillo conocer las preferencias de un cliente. En este sentido, los CRM se han convertido en una de las herramientas estratégicas más importantes para aumentar la satisfacción del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none">  Realizar encuestas de satisfacción.  Mostrarse activos en el perfil de redes.  Generar relaciones cercanas con cliente. 	<p>Satisfacción y competitividad</p>	<p>Administración y encargado de la gestión comercial.</p>
<p>Optimización de los procesos</p>	<p>Hay que invertir en productividad, pero no se trata de hacer más, sino de menor calidad, sino de crear una estructura procedimental y coordinar grupos de trabajo para que realmente se alcancen los objetivos. Es por esto que muchas grandes empresas han optado por herramientas como la monitorización de estado y la gestión de RRHH. Pero en todos los niveles, los procesos de trabajo pueden ser medidos, controlados, monitoreados y mejorados, necesitan ser entendidos, identificados y una forma de evitar problemas como la presencia, ausencia y distracción de cada empleado al momento de realizar las tareas.</p>	<p>Fortalecimiento empresarial</p>	<p>Jefe, supervisores y trabajadores.</p>
<p>Innovación y el desarrollo de nuevos servicios</p>	<p>Para innovar, se debe tener un conocimiento profundo de las necesidades del cliente, realizar una investigación sobre los productos y asignar fondos suficientes tanto para su gestión y mejora como para el diseño y desarrollo de nuevos productos en un entorno dinámico. cuando surgen nuevos requisitos.</p>	<p>Fortalecimiento empresarial</p>	<p>Jefe, supervisores y encargado de la gestión comercial.</p>

Estrategia	Acciones / descripción	Indicador	Responsables
Internacionalizarse o expansión de locales / sucursal	<p>Otra clave a largo plazo que deben considerar las empresas si quieren ser competitivas y agregar valor es la necesidad de internacionalizarse o expandirse. No todas las empresas venden en el extranjero, pero las oportunidades en muchas áreas son más atractivas hoy en día debido a las oportunidades abiertas por Internet y el comercio electrónico. Para ser competitivo, un modelo de negocio debe replicarse para consolidarse y exportar a otros mercados, teniendo en cuenta las similitudes y que en ocasiones puede haber diferencias (culturales, legales, entre otros), dificultando el proceso de internacionalización.</p>	Crecimiento comercial	Jefe y supervisor.
Diferenciación y posicionamiento desde el factor de marketing digital	<ul style="list-style-type: none">  Asociación con personas de influencia.  Buscar patrocinio que potencie la marca.  Atraer y fidelizar al cliente con productos de calidad, contenido ordenado, estético y armonioso a la vista.  Conceptualizar la ideología de la mujer y presentarla de manera natural y segura.  Cambiar el nombre de usuario, descripción y categoría en Instagram, acorde al emprendimiento. 	Crecimiento comercial	Administración y encargado del marketing y la gestión comercial.
Optimización de los costos	<p>La reducción de costos y el intento de hacer más con menos son cruciales para las empresas. En general, es mejor para el negocio a través de la tecnología si hay más liquidez y rentabilidad que se puede obtener de las actividades comerciales que se están realizando. Por ejemplo, muchas empresas se están dando cuenta de las ventajas de digitalizarse y utilizar el software de administración de la nube para reducir los costos asociados con las licencias y el mantenimiento del software, lo que también permite a las empresas mejorar la toma de decisiones.</p>	Fortalecimiento empresarial	Jefe, supervisores y trabajadores.

Teniendo en cuenta las estrategias presentadas anteriormente, a continuación se describen tres oportunidades de mejora de las empresas del rubro turístico, que también pueden afectar el crecimiento y desarrollo de la empresa.

- Aplicaciones móviles de autogestión del servicio: dado el proceso automatizado, el control de tiempo y la falta de compromiso actual de los empleados, se recomienda utilizar una aplicación que permita a los clientes seleccionar su pedido y pagar antes de ingresar. Una empresa que ahorra mucho tiempo en la entrega de mercancías significa un acceso más frecuente a la base de datos de pedidos y la oportunidad de reducir costos.
- Ampliación de las instalaciones mediante el alquiler de un espacio adyacente: dado que en muchos casos los clientes no pueden ser atendidos a menos que tengan que esperar para ingresar en los días de alta demanda, esta solución muestra que la ampliación del espacio puede atender a más clientes.
- Programas de fidelización del trabajador: la reprocesamiento se da por falta de compromiso y atención de los trabajadores que rotan varias veces y no reciben la capacitación adecuada y el compromiso con la organización, lo que genera demoras en el proceso y descalificación del cliente. Por esta razón, es recomendable iniciar un programa con los trabajadores para que estén bien capacitados, tengan un sentido de identidad con el negocio y sean menos propensos a cambiar de trabajo. La principal ventaja es que no crean cuellos de botella y largas esperas, aumentando así la satisfacción del consumidor.

6. CONCLUSIONES

Con base en los hallazgos del análisis DOFA en la cual se recopilaron los datos de emprendedores de Bucaramanga en el sector de turismo. La capacidad de aprender de forma independiente, la capacidad de analizar, sintetizar y evaluar información, la capacidad de alto rendimiento laboral, el compromiso con la calidad y el uso efectivo de la tecnología de la información y las telecomunicaciones fueron algunas de las habilidades que podrían identificarse como las más importantes para emprendimiento Sin embargo, también se conectan entre si con otros valores, como la responsabilidad, la mentalidad emprendedora, la innovación, liderazgo, el espíritu de mejora continua, cultura de trabajo y el compromiso con el crecimiento sostenible de sus comunidades. Todos los valores se combinan con un compromiso personal de actuar como agente de cambio.

Posteriormente, se lograron identificar las habilidades emprendedoras del sector turístico de Bucaramanga, entre las cuales se encuentran la responsabilidad, el espíritu, dedicación, esfuerzo, autoconfianza, pasión, innovación, entre otras, que fueron esquematizadas mediante un mapa conceptual que relaciona los valores y el ecosistema emprendedor.

Por último, se propusieron estrategias de las habilidades de los emprendedores, que contribuyen en el fortalecimiento y generación de valor en la prestación de servicios, entre las cuales se pueden identificar: el aumento de la satisfacción de los clientes, la optimización de los procesos, la innovación y el desarrollo de nuevos servicios, la expansión de locales / sucursal, la diferenciación y posicionamiento desde el factor de marketing digital y la optimización de los costos. Para lo cual se realizó una tabla de acciones, indicadores y responsables de dichas estrategias.

7. RECOMENDACIONES

Promover las habilidades necesarias para crear emprendedores exitosos es sin duda difícil para quienes trabajan en instituciones educativas porque los estudiantes emprendedores toman riesgos y el nivel de asunción de una persona aumenta con la tolerancia al riesgo. o menos aversión a ella; Esto indica que la persona tendrá menos miedo de salir por su cuenta y emprender, por lo que se aconseja que las instituciones puedan brindar respuestas útiles a los estudiantes.

En este sentido, las Unidades Tecnológicas Santander - UTS, debe continuar enfatizando en un contexto social, teniendo en cuenta la promoción de una cultura emprendedora en sus actuales planes de desarrollo, incentivando a los estudiantes y egresados a desarrollar planes de negocios que les permitan generar ingresos y a su vez ayudar a mejorar sus condiciones de vida y medio ambiente.

Por ello, se recomienda estructurar estos ambientes educativos, es necesario determinar estrategias, herramientas y actividades que apoyen el fortalecimiento de las competencias básicas y ciudadanas, y en el marco de la cultura empresarial consolidar el conjunto de valores, principios y actitudes que caracterizar la sociedad educativa; Los estudiantes desarrollan una base de habilidades que utilizarán para convertirse en empresarios exitosos.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, B., Guevara, M. y Moreno, W. (2021). *Análisis del impacto que sufre el sector comercial en la ciudad de Bucaramanga a raíz de la pandemia por el Covid-19*. Bucaramanga, Colombia: Unidades Tecnológicas de Santander.

Briegas, J., Castro, F. y Vázquez, J. (2015). Análisis de la relación entre inteligencias múltiples y habilidades emprendedoras en personas de éxito. *Revista INFAD: International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1).

Bucardo, A., Saavedra, M., y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Revista Science*, 2(1).

Chaluisa, S., Maldonado, S. y Villa, L. (2022). Oportunidades en el emprendimiento sostenible: análisis comparativo postpandemia. *Polo del Conocimiento*, 7(1).

Cruz, P., Mera, R. y Lechuga, C. (2019). La evaluación de las estrategias de los emprendimiento sostenible e innovación implementadas en las unidades productivas del Sena centro industrial y desarrollo empresarial de Soacha-Cundinamarca-Colombia. *Revista de Tendencias*, 20(1), 183-202.

EAE Business School (enero de 2022). *¿Qué es la organización empresarial y cómo aplicarla a mi empresa?* <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-es-la-organizacion-empresarial-y-como-aplicarla-a-mi-empresa/>

Espinoza Lastra, O. R. (2021). Contribución de las redes sociales al desarrollo de emprendimientos nuevos. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 23-27.

Friego, E. (2019). *¿Qué es la capacitación?* Foro profesionales latinoamericanos de seguridad. <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

- García, J. (2020). *Factores psicosocial y capacidad emprendedora en empresarios de la ciudad de Piura, 2019*. Piura, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- López, O., Beltrán, C., Morales, R. y Cavero, O. (2018). *Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador*. Ecuador: Divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica.
- Martínez, M. y Sánchez, Y. (2020). Análisis factorial aplicado en la evaluación de las competencias emprendedoras. *Revista Espacios*, 42(02), 138-154.
- Méndez, J. (2019). *Factores socioculturales que influyen en los emprendimientos sostenibles*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Ocampo, C. y López, Y. (2021). Habilidades emprendedoras: importancia, evolución y sub temas emergentes. *Económicas CUC*, 42(1), 189–207.
- Palos, P., Baena, P. y Casablanca, A. (2019). Análisis de competencias educativas para evaluar a las personas emprendedoras. *Interciencia - Revista de ciencia y tecnología de América*, 44(5), 291-297.
- Peñaloza, G. L. (2022). *Influencia en las redes sociales en los emprendimientos del mercado municipal del Cantón Buena Fe, en el año 2022*. Quevedo, Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- Pérez, J. (2020). *Medios de comunicación digital y su impacto en el desarrollo del emprendimiento social, Sector Santa María, ciudad de Quevedo, año 2019*. Quevedo, Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- Rodríguez, V., Reina, P., Rodríguez, K. y Cañarte (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica*

*Ciencias Económicas y Empresariales FIPCAEC, Sección de Polo de
Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5, 1-20.*

Sanabria, C. y Espitia, Y. (2021). Habilidad emprendedora: importancia, evolución y sub temas emergentes. *Revista Económicas CUC, 42(1), 189-207.*

Vaca, L., Brito, G., Rueda, D. y Vaca, C. (2018). Influencia de las emociones en las habilidades emprendedoras de los propietarios de servicios turísticos de la ciudad de Puyo. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica, 87-94.*

Valencia, F., Pérez, I. y Jiménez, L. (2020). Características emprendedoras de los propietarios de las Pymes en Sonora. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales, 1-33.*

Vecchi, C. (2020). Desarrollo de capacidades emprendedoras: Uso del Modelo de Rol. *AACINI - Revista Internacional De Ingeniería Industrial, 1, 70-80.*

9. APENDICES

APENDICE A. Cuestionario.



El cuestionario será aplicado a 169 emprendedores del sector turístico de la ciudad de Bucaramanga con el objetivo de recolectar información sobre su entorno, las habilidades emprendedoras, cultura y aptitudes que influyen en sus negocios. Estas preguntas tendrán respuestas cerradas de opciones Sí y No.

PREGUNTAS

CONOCIMIENTO EMPRESARIAL

1. ¿Conoce y entiende los diferentes elementos que conforman la realidad actual (nuevas tecnologías, integración económica, competencia, hábitos sociales)?
2. ¿Tiene capacidad para aprender de nuevas experiencias?
3. ¿Le gusta ampliar, mejorar su conocimiento, adaptar su forma de ver las cosas en un entorno en constante cambio?
4. ¿Tiene conocimientos, práctica en gestión y administración y contable?
5. ¿Posee conocimientos y práctica en las nuevas herramientas de la informática para la empresa? (software, correo electrónico, internet, etc.)

SABER HACER

6. ¿Tiene capacidad para ejecutar ideas y llevar proyectos a la práctica?
7. ¿Es más eficaz trabajando en equipo que cuando lo hace individualmente?
8. ¿Transmite bien sus ideas y conocimientos?
9. ¿Favorece la comunicación y el diálogo en equipo?
10. ¿Posee la capacidad de transmitir al equipo dedicación y compromiso?
11. ¿Tiene la capacidad para resolver eficazmente los problemas y dificultades?
12. ¿Es capaz de interpretar la información, estadísticas y/o otros datos de carácter general en información útil para trabajos concretos?

RELACIONES PERSONALES

13. ¿Tiene la capacidad de comprender a los demás en función de su propia visión?
14. ¿Mantiene un equilibrio entre lo emocional y lo racional en su comportamiento?
15. ¿Sabe cómo potenciar las facultades de las personas con las que trabaja?
16. ¿Cree en la cooperación como herramienta para mejorar la competitividad?

VALORES Y ACTITUDES

17. ¿Es una persona positiva que cree en sus capacidades y en las de los demás?
18. ¿Se enfrenta a los problemas, dificultades y adversidades que se presentan?
19. ¿Posee una actitud abierta a nuevas ideas y cambios que aportan un beneficio?
20. ¿Mantiene sus valores éticos y de responsabilidad en su comportamiento?