

ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN LOS MUNICIPIOS DE CHÍA Y CAJICÁ 2018-2019

Luz Deicy Florez Espinal³⁰

Resumen: La investigación busca analizar el emprendimiento turístico de Chía y Cajicá con el fin de describir su composición, conocer la percepción que se tiene del tema, y hacer una intervención piloto que contribuya a la consolidación de los emprendimientos turísticos. La investigación es de tipo mixta, mediante encuestas y entrevistas dirigidas a emprendedores de la Universidad de Cundinamarca Extensión Chía, emprendedores registrados ante las alcaldías de Chía, Cajicá, Gobernación de Cundinamarca y Cámara de Comercio de Bogotá, y expertos en el área de emprendimiento de universidades de la Sabana Centro.

Palabras clave: Emprendimiento, Turismo, Gestión organizacional

JEL cod: M1

³⁰ Universidad de Cundinamarca. Ideicyflorez@ucundinamarca.edu.co

Introducción

El turismo en Colombia, como alternativa de negocio, viene incrementándose debido al fomento de políticas gubernamentales, instituciones y marco normativo, que han permitido generar un aumento de turistas, servicios y viajes en el país (Benavides, 2015) permitiendo que los servicios turísticos sean una fuente de ingresos, generación de empleo e innovación con el diseño de nuevas experiencias turísticas (Benavides, 2015).

De otro lado, el tema del emprendimiento viene tomando más importancia en los programas y facultades de administración de empresas desde la década de los años ochenta debido a que el emprendimiento es un tema que involucra tópicos como financiación, gestión organizacional, empresas de familia, emprendimiento social, entre otros (Guzmán & Trujillo, 2008). Emprendedor y empresario son conceptos diferentes; el emprendedor emplea el ingenio, e insatisfacción laboral para realizar innovación de las ideas, productos o procesos (Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015)

Y de otro lado, los estudios sobre el Turismo en el Departamento de Cundinamarca señalan que el perfil de los prestadores turísticos se concentra en el tema de alojamientos y operadores; además se destacan 16 provincias con atractivos turísticos de prestación de servicios en gastronomía, principalmente (Infante, 2014). El mercado potencial con que cuenta el departamento de Cundinamarca es relevante para los servicios de hospedaje, gastronomía y guía en los atractivos turísticos especialmente los ecoturísticos (Infante, 2014).

Por lo anterior, la investigación pretende dar respuesta a la pregunta central acerca de ¿cuáles son las características del emprendimiento turístico de Chía y Cajicá en los dos últimos años? y ¿qué componentes

tendría un programa de formación para el fomento del emprendimiento turístico en la Región Sabana Centro?.

La propuesta de investigación propone indagar la caracterización del emprendimiento turístico en Chía y Cajicá del 2018 al 2019 con el fin de describir su composición, recoger la percepción que sobre el tema se tienen en las alcaldías y universidades de la región Sabana Centro, y hacer una intervención piloto que contribuya a la consolidación de los emprendimientos turísticos. La investigación planteada es de tipo mixta mediante encuestas y entrevistas dirigidas a la población objeto de estudio que serán emprendedores de la Universidad de Cundinamarca Extensión Chía, emprendedores registrados ante las alcaldías de Chía, Cajicá, Gobernación de Cundinamarca y Cámara de Comercio de Bogotá, y expertos en el área de emprendimiento de universidades de la Sabana Centro. Los resultados permitirán sugerir la formulación de programas de formación y apoyo al emprendimiento turístico de la región sabana centro del Departamento de Cundinamarca.

Marco teórico

Sabana Centro de Cundinamarca como destino turístico

La actividad turística en el departamento de Cundinamarca, como mercado potencial y de acuerdo con el Plan de Desarrollo Turístico Departamental, señalan 14 provincias con vocaciones turísticas como el turismo cultural, ecoturismo, turismo de recreación, deportivo, histórico, contemplativo, de descanso y de aventura (Infante, 2014). De esas vocaciones predominantes se desataca la Sabana Centro con el ecoturismo, turismo cultural y turismo de observación (Infante, 2014).

En cuanto a la concentración de empresas en actividades de turismo, Infante (2014, p.44) señala que el 56% de los prestadores turísticos son empresas para alojamiento, y un 14% para gastronomía y guía turística (Acero, et all, 2019).

Infante (2014, p.46) señala que la obernación de Cundinamarca desea que el departamento sea reconocido como destino turístico, y este anhelo también lo comparten gremios como ANATO y COTELCO; por eso se hace necesario que la academia genere espacios de formación e investigación en el tema de la formalización de las actividades turísticas.

Política pública de turismo en Colombia e instrumentos de ejecución

La Ley 300 de 1996 corresponde a la norma que regula la industria turística en Colombia y en la cual se señala la necesidad de presentar un Plan Sectorial de Turismo dentro del Plan Nacional de Desarrollo, durante el primer año de gobierno de cada presidente de la república (Benavides, 2015). La Ley marco de turismo dio origen al Viceministerio de Turismo, la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible de Turismo y la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción de Turismo; adicionalmente se permite el origen del Plan Sectorial de Turismo (PST) y se crean instrumentos de fomento turístico en materia tributaria, el Fondo de Promoción Turística, el Registro Nacional de Turismo, entre otros (Benavides G. F., 2015).

De otro lado, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, propone seis temas en los que se debe concentrar la política de competitividad en turismo, como son: 1) Gestión, 2) Calidad, 3) Seguridad, higiene y salubridad, 4) Eduación y formación del talento humano, 5) Desarrollo de infraestructura estratégica, y 6) Facilitación turística (Benavides, 2015), los cuales corresponden a las tareas centrales que el gobierno nacional debe impulsar para promover el PST.

Herramientas de promoción del turismo

El sector audiovisual está relacionado con el turismo ya que el turista, al trasladarse de escenarios y destinos geográficos diferentes (Forero & Rodríguez, 2018). puede compartir las sensaciones y movimiento de su experiencia individual mediante imágenes, videos o series audiovisuales (Araujo, 2013). Las actividades audiovisuales están relacionadas con el viajar y con la realización de

series audiovisuales que permiten al espectador poder observar otras realidades (Araujo, 2013).

De otro lado, como herramienta de promoción del turismo se encuentra el comercio electrónico por medio de sitios web que actúan como intermediarios con los turistas potenciales, siendo el uso de las páginas web fundamental para el fomento del turismo (Alcántara & Del Barrio, 2016).

En cuanto a la gestión de las empresas turísticas, es clave como herramienta de trabajo la adopción de un Sistema Integrado para la Gestión de Empresas Turísticas, orientado a las mypimes, como estrategia de fortalecimiento de diferentes destinos turísticos del departamento a un nivel de clase mundial (López, 2009).

Emprendimiento e innovación turística

La definición de emprendedor es tan amplia como literatura existe sobre el tema, pero la mayoría converge en el sentido que el emprendedor decide innovar y tomar riesgos porque es capaz de trabajar bajo incertidumbre (Bucardo & Saaverda, 2015). De otro lado el sector turístico aumenta considerablemente a nivel mundial ya que aporta el 11% del PIB mundial y más del 8.3% del empleo global (Lopez, Serrano, & Gómez, 2009).

Por lo anterior el turismo está reflejando cambios en cuanto a la capacidad instalada y al tipo de competencia, por lo que se demandan nuevas orientaciones de actividad turística donde la innovación surge como elemento básico para garantizar competitividad y crecimiento para los emprendimientos turísticos (Lopez, Serrano, & Gómez, 2009).

(Lopez, Serrano, & Gómez, 2009, p.169) señalan que son pocos los estudios que han analizado la innovación en turismo, tanto sobre el análisis del sector en su conjunto como el estudio de industria hotelera; las investigaciones en ese tema se basan principalmente en clasificar los tipos de innovación que se pueden presentar en el sector turístico, mientras que son pocos los trabajos que buscan investigar las tendencias de la actividad innovadora, las variables que determinan la decisión de innovar en turismo, y el comportamiento innovador de las empresas turísticas.

Los factores que determinan la probabilidad de emprender en la industria turística son diversos, por eso el análisis del emprendimiento turístico requiere la selección de unidades más específicas de análisis (Silveira, Cabeza, & Fernández, 2016).

Metodología

La investigación planteada según su paradigma, será de tipo mixta, ya que abordará el análisis socioeconómico del sector del turismo en Cajicá y Chía, a partir de información secundaria; se recogerá la percepción sobre el emprendimiento mediante entrevistas semiestructuradas. A través de las entrevistas, la investigación se será interpretativa, ideográfica y humanística. Adicionalmente se aplicarán encuestas para obtener resultados a mayor escala en cuanto tamaño de muestra poblacional de emprendimientos turísticos.

Según la finalidad de la investigación, será aplicada ya que se podrá comprobar los planteamientos hechos alrededor del tema de emprendimiento turístico.

En cuanto al instrumento de medición referente a las encuestas, se realizarán teniendo en cuenta la población de estudio. La primera parte buscará conocer las bases de datos de emprendedores turísticos registrados en la Gobernación de Cundinamarca, Alcaldías de Cajicá y Chía y Cámara de Comercio de Bogotá. En la segunda parte se hará una intervención a una muestra de emprendimientos turísticos con el fin de brindarles acompañamiento en temas de gestión organizacional, mercado, hospitalidad en la industria 4.0 y finanzas. A partir de esto se realizará un análisis comparativo de los emprendimientos turísticos antes y al finalizar el acompañamiento de la Universidad de Cundinamarca.

En la tercera y última etapa se recogerá la percepción de académicos y funcionarios públicos encargados de liderar los temas de emprendimiento, turismo e innovación en la región Sabana Centro y particularmente en los municipios de Cajicá y Chía.

Resultados esperados

A través de las respuestas dadas por los emprendedores turísticos se podrá diseñar un sistema de investigación en emprendimientos turísticos acorde a las necesidades de la región, lo mismo que el diseño de programas de acompañamientos brindados desde la Universidad de Cundinamarca que, desde ahora, trabaja en la creación y adopción de una línea de profundización en emprendimiento turístico para las subregiones del Departamento.

Discusión

Con los resultados que se logren obtener de la investigación se podrá brindar una mayor información a las entidades públicas y gremios promotores del turismo, para el diseño de políticas públicas acordes a las necesidades de los emprendedores turísticos de la región. Adicionalmente se recogerá un inventario de emprendimientos turísticos, susceptibles de ser presentados en nuevos espacios académicos y ferias empresariales para invitar al desarrollo y gestación de nuevos emprendimientos para el sector.

Referencias

- Acero, V. B., Arias, M. A. B., Arias, J. G., Pérez, A. G. M., Millán, K. N. M., Acuña, V. N., ... & Tovar, R. F. M. (2019). Análisis de los destinos turísticos del futuro. *Punto de vista*, 10(15), 1.
- Alcántara, J. M., & Del Barrio, S. (2016). Una aplicación a los destinos turísticos. *European Research on Management and Business Economics* (22), 78-87.
- Araujo, N. (2013). Las series audiovisuales como herramienta promocional de un destino turístico: el caso de España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* (19), 8-15.
- Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de Negocios* (13), 66-73.
- Bucardo, A., Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios* (13), 98-107.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). Emprendimiento social - Revisión de Literatura. *Estudios Gerenciales*, 24 (109), 105-125.
- Forero, J. A. P., & Rodríguez, L. E. I. (2018). ¿Cómo se desarrolló la industria vitivinícola en Chile en la última década del siglo XX?. *Punto de Vista*, 9(14).
- Infante, E. d. (2014). Elementos determinantes en Cundinamarca para el desarrollo del turismo como actividad estratégica regional. *Suma de Negocios* (10), 40-48.
- López, A. (2009). Sistema Integrado de Gestión para Empresas Turísticas. *Estudios Gerenciales* (112), 131-150.

- Lopez, M., Serrano, A., & Gómez, R. (2009). La decisión de innovar de las empresas turísticas: un análisis empírico de la industria hostelera. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15 (3), 169-182.
- Silveira, Y., Cabeza, D., & Fernández, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics* (22), 70-77.