

DISEÑO DE UN MODELO DE DIAGNÓSTICO DE GESTIÓN EN TALENTO HUMANO Y/E INNOVACIÓN, EN MI PYMES Y EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR TURISMO, DE LA PROVINCIA DEL SABANA CENTRO, CON ENFOQUE TRANSLOCAL Y TRANSDISCIPLINAR

Carlos Garcia Cristancho

Universidad de Cundinamarca

Chía - Cundinamarca

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/
EnRecursoHumano/inicio.do](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do)

Jose Lino León Vaca

Universidad de Cundinamarca

Chía - Cundinamarca

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/
EnRecursoHumano/buscador.do](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/buscador.do)

Jesus Alberto Rodriguez Bohorquez

Universidad de Cundinamarca

Chía - Cundinamarca

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/
EnRecursoHumano/query.do](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/query.do)

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



Resumen: El sector turismo es uno de los más importantes en muchos países, ya que contribuye significativamente a la economía y al desarrollo local. Las pymes turísticas necesitan evaluar y mejorar su gestión del talento humano, esto implica identificar las habilidades y competencias necesarias para el éxito en el sector turístico, evaluar el desempeño de los empleados, establecer políticas de compensación y beneficios, desarrollar programas de capacitación y mejorar las habilidades de los equipos de trabajo.

Un diagnóstico de gestión del talento humano ayudará a identificar las áreas en las que pueden mejorar la contratación, retención y motivación de personal.

El fin es investigar y analizar las empresas del sector turismo de la Sabana Centro que permitiría comprender su contribución a la economía local, identificar oportunidades de crecimiento y proponer estrategias para impulsar su desarrollo.

Diseñando un modelo de diagnóstico para la gestión del talento humano y sus habilidades blandas en MiPymes sector turismo de la provincia de Sabana Centro en áreas transdisciplinarias que puedan ser adoptadas en procesos de diagnóstico y capacitación.

Por último, fomentar el conocimiento básico de la gestión del talento humano mediante una guía para el desarrollo de una función eficiente de los emprendimientos del sector turismo.

Palabras clave: *Gestión:* “La gestión o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión”. (Coulter, 2005)

Talento Humano: “Afirma que la gestión del talento humano refiere al conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir

cargos gerenciales relacionados con personas o recursos; poniendo en práctica procesos de reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño”. (Chiavenato, 2009)

Innovación: Innovación es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios. (Thompson, 1965)

Turismo: Una definición de turismo, según Hunziker y Krapf (1942) lo define como El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.

INTRODUCCIÓN

El sector turismo es uno de los más importantes en muchos países, ya que contribuye significativamente a la economía y al desarrollo local. Sin embargo, las empresas del sector turismo del sector Saba Centro, , Según la cámara de comercio la sabana centro está conformada por 11 municipios los cuales son Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá, Nemocón, Sopo, Tabio, Tenjo, Tocancipá y Zipaquirá; dicha sabana está conformada por 17.541 empresas de las cuales el 11% son empresas pymes y alrededor de 180 empresas pertenecen al sector turístico (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021); se enfrentan a diversos desafíos que aumentan su eficacia y competitividad. A continuación, se presenta un planteamiento general de algunos de estos problemas:

Baja visibilidad y promoción inadecuada, muchas empresas del sector turismo en el sector Saba Centro no cuentan con una estrategia sólida de promoción y marketing. La falta de visibilidad y la escasa promoción de los destinos y servicios turísticos dificultan atraer a nuevos clientes y generar demanda.

Por otra parte, podemos hablar de las

insuficientes diversificaciones de productos y servicios, Muchas empresas del sector turismo en el sector Saba Centro se enfocan en ofrecer servicios y productos similares, lo que limita su capacidad para atraer y retener a un público diverso. La falta de variedad en las ofertas turísticas puede resultar en la pérdida de clientes potenciales que buscan experiencias únicas y diferenciadas.

Escasa inversión en infraestructuras y servicios turísticos, la falta de inversión en infraestructuras y servicios turísticos de calidad puede limitar la capacidad de las empresas para brindar experiencias satisfactorias a los turistas. La falta de mejoras en hoteles, restaurantes, transporte y otros servicios puede afectar negativamente la imagen de destino turístico y disminuir la satisfacción de los visitantes.

La pregunta de central, de carácter translocal nace del proyecto de investigación aprobado en la Universidad de Cundinamarca y titulado “Diseño de un modelo de inteligencia de gestión para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos desde la sostenibilidad y la resiliencia en las provincias de la Sabana Centro, departamento de Cundinamarca”. Por lo anterior se propone responder a la pregunta central mediante el desarrollo de una monografía con carácter transdisciplinar entre Contaduría Pública y Administración de Empresas.

MARCO TEÓRICO/ MARCO REFERENCIAL

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

La economía de Sabana centro en el año 2022 sigue teniendo una base agrícola sólida, con la producción de cultivos como maíz, papa y hortalizas desempeñando un papel crucial en los ingresos locales. Además, se ha observado un crecimiento en pequeños negocios y emprendimientos en sectores como

el turismo rural y la artesanía, contribuyendo a la diversificación económica.

PLANES NACIONALES Y REGIONALES DE TURISMO

La formulación del Plan Sectorial de Turismo es un ejercicio de definición de la política pública del sector para cada cuatrienio de la administración del Gobierno Nacional, que se adelanta desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo del Departamento Nacional de Planeación según lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley 300 de 1996 que obliga su formulación para que sea incluido en el Plan Nacional de Desarrollo.

Según lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley 300 de 1996, es obligatoria su formulación siguiendo el procedimiento establecido en dicha norma, para que sea incluido en el Plan Nacional de Desarrollo. Entre los aspectos que deben tenerse en cuenta para este ejercicio, se relacionan los principales lineamientos del marco legal que orientan la formulación y que desde el punto de vista técnico se han incluido en el presente documento.

Armonía regional (Ley 300 de 1996, Art.14): El Plan Sectorial de Turismo debe formularse conciliando las diferentes miradas regionales de la actividad en el país. En este sentido, es importante que sea un instrumento de apoyo para el cierre de brechas de desarrollo turístico regional y que proponga estrategias que favorezcan la equidad en los territorios.

El presente documento se construyó de manera participativa, a partir de las principales inquietudes presentadas durante talleres regionales, mesas de concertación con los gremios, la academia, la construcción colectiva llevada a cabo durante el XXVI Encuentro Nacional de Autoridades Regionales de Turismo (2022), y a través de una encuesta nacional virtual adelantada por el Ministerio de Comercio, Industria y

Turismo (En adelante, MinCIT).

Principio de planeación (Ley 1558 de 2012): Reitera que las actividades turísticas del país serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo, resaltando su importancia como eje de la política del sector y orientador de la ejecución para el MinCIT.

Inclusión del turismo social (Ley 1558 de 2012): En aras de garantizar el derecho fundamental a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre a través del turismo, el turismo social debe hacer parte del Plan; el cual debe orientar la ejecución de la Política de Turismo Social y su plan de acción específico que lidera el MinCIT, con la participación de actores públicos y privados del sector. Promoción del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, turismo metropolitano.

(Ley 300 de 1996) y de salud (Ley 2068 de 2020): En cumplimiento de la disposición legal, el Plan Sectorial de Turismo debe contener elementos para estas tipologías específicas.

Plan Sectorial de Turismo 2022- 2026: Turismo en armonía con la vida Página 6 de 83 asociadas al turismo de naturaleza, cultural y de bienestar, considerando las vocaciones del país y de las regiones, así como los avances en competitividad y promoción de estos productos especializados.

Turismo cultural (Ley 1101 de 2006): El Plan Sectorial de Turismo debe incluir aspectos para el desarrollo sostenible del turismo cultural, especialmente en para los sitios, expresiones y manifestaciones declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

En este sentido, debe contener las orientaciones para la ejecución de la Política de Turismo Cultural - Colombia destino turístico, cultural, creativo y sostenible y su plan de acción específica que lidera el MinCIT,

con la participación de actores públicos y privados del sector.

Participación de Distritos en plan sectorial: Con miras a fortalecer el desarrollo regional de las ciudades que ostentan la categoría de Distrito y dar unos enfoques especiales para el turismo en estos territorios, el Plan Sectorial de Turismo debe dar las directrices para la inclusión de proyectos y programas de turismo para Cartagena, Santa Marta y Buenaventura (Ley 1617 de 2013) y contar con un capítulo especial para los municipios de litoral del Pacífico (Ley 2068 de 2020), para fortalecer su inclusión, sostenibilidad y competitividad.

Participación ciudadana y étnica (Ley estatutaria 1757 de 2015, Art. 2; Ley 21 de 1991, Art. 7): Según las disposiciones legales, el Plan Sectorial de Turismo, al ser parte del Plan Nacional de Desarrollo, se someterá a la consulta previa que se haga para tal fin, pudiendo contener compromisos específicos con las comunidades étnicas que se concierten en ese proceso.

METODOLOGÍA

El marco metodológico se desarrolló con un enfoque cualitativo y experimental, con el fin de proveer de un modelo de diagnóstico de gestión del talento humano transdisciplinar y aplicado a los emprendimientos del sector turismo en la región Sabana Centro. Desde el enfoque cualitativo, se fortaleció el informe de investigación a partir del análisis de los resultados de factores de gestión del talento humano que se determinaron con base en la exploración de conceptos y revisión de literatura.

Las variables de investigación del informe de investigación se analizaron en un contexto translocal, desde la visión emergente, producto de la crisis de salud pública global con efectos locales, tomando la resiliencia como una de las variables de base en la gestión del talento

humano en entornos del sector turismo.

Las etapas de análisis que aportaron en el diseño del Modelo de Diagnóstico de gestión en talento humano e innovación para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la región Sabana Centro son los siguientes:

La primera etapa del informe de investigación sirvió para hacer un análisis general de la literatura sobre la gestión del talento humano en emprendimientos turísticos, y el diseño de un instrumento de medición que permitió analizar las siguientes cuatro variables de investigación Clima Organizacional, Evaluación del Desempeño, Comportamiento Organizacional y Gestión de la Innovación.

La segunda etapa del proyecto consistió en hacer un análisis de áreas transdisciplinarias que permitieron el diseño de un instrumento de medición “Encuesta diagnóstica para Mipymes del sector turismo Provincias Sabana Centro”

Los resultados de este informe de investigación conducen entonces al diseño de un modelo de diagnóstico de gestión del talento humano e innovación para emprendimientos del sector turismo, en la región Sabana Centro, que contemple un instrumento de diagnóstico, una propuesta de capacitación y un manual de operación.

De acuerdo con lo anterior el informe de investigación, fue de carácter cualitativo con un tamaño de muestra a conveniencia para validar la usabilidad del instrumento de diagnóstico diseñado; de otro será también de carácter experimental, porque los resultados del diagnóstico servirán de insumo para el diseño de un canal de capacitación audiovisual en gestión del talento humano. El resultado general del informe de investigación será entonces el diseño de Modelo de Gestión del talento humano para los emprendimientos del sector turismo, en la región Sabana Centro.

RESULTADOS

Para recolectar los datos necesarios dentro de la investigación, se realizó la encuesta a continuación: Con base en la investigación, se aplicó la siguiente encuesta. Que se encuentra en el anexo <https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=oGfaB0MfjE6Xf1-ItkcO5mkiz49v0NhCsoEkssXsEDBUQkNIUUJYSjQ2STdaSUIzOTA4Rk1HTlkzRi4u>

Dentro de nuestra base de datos, la cual contaba con empresas de todos los municipios de sabana centro, solo obtuvimos respuesta de cinco (5) municipios, esto nos obligó a cerrar nuestro margen de toma de datos a los municipios más grandes de sector.

En las empresas encuestadas del sector turismo, se encuentran personas de todas las edades, aunque son los adultos jóvenes de entre 26 a 35 los que representan la mayoría de su fuerza de trabajo.

La mayoría de las empresas encuestadas no contaban con un conocimiento claro de la existencia de gremios de turismo ni como realizar el proceso para pertenecer a estos mismos. Por lo cual se evidencia un margen amplio en la no participación en dichos gremios.

De los municipios encuestados desconocen en mayor medida con un 60%, los beneficios y apoyos que entidades como el MINCIT, industria de comercio, industria y turismo, puede ofrecer a todas las microempresas del sector turismo de sabana centro. Esto nos indica una falta de conocimiento y la poca distribución de información relacionada con los canales de las diferentes entidades del gobierno que apoyan el turismo en la región.

De las empresas encuestadas presentan tan solo en un 60% el uso de canales de comunicación para que sus colaboradores generen aportes, sugerencias e inquietudes en el trabajo, dada la informalidad de muchas de las empresas del sector se evidencia una falta de diversos canales de comunicación interna

para así mejorar tanto el ambiente laboral como sus bienes o servicios.

Evidenciamos que en un 15% de las empresas encuestadas no brinda a sus colaboradores una inducción clara de los procesos y mecanismos de trabajo, esto puede deberse a la cantidad de informalidad y muchos suelen desarrollar sus empresas de manera autodidacta. Por ende, la estructuración de un diseño de inducción de los procesos es baja o nula.

Igualmente, un 75% cree en la importancia de fomentar el conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa. Aunque en su mayoría las empresas encuestadas indicaron que conocían la misión y visión, denotamos que en el sector turismo aún no se cuenta con un plan estratégico dentro de estas para que sus colaboradores entiendan y tengan claridad sobre los valores y principios de cada empresa.

Con base en la encuesta realizada un 65% afirma que no participa en proyectos junto a otras regiones cercanas del sector sabana centro, esto influye en que las empresas no puedan ampliar su idea de negocio hacia otros municipios.

Según los resultados de la encuesta realizada a las empresas del sector turismo, se generó una propuesta para crear un “Manual de Buenas Prácticas para Empresas del Sector Turismo en la Sabana Centro”. Este manual se diseñó con el objetivo de proporcionar orientación, recursos y herramientas esenciales para que las PYMES del turismo mejoren su competitividad, calidad de servicio y sostenibilidad.

Facilitar la gestión y operación efectiva de las PYMES del sector turismo en la Sabana Centro; Mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las empresas locales; Promover el crecimiento sostenible del turismo en la región y fomentar la colaboración y la adopción de estándares de calidad en el sector.

DISCUSIÓN

Al crear un modelo de gestión que sea de manera digital el cual se pueda conseguir de manera ágil y en cualquier lugar de manera fácil se puede considerar una idea nueva teniendo en cuenta que la época en la cual se está viendo es una era en su gran mayoría digital, en lo cual se evidencia que cualquiera de las personas que están interesada en busca contribuir al desarrollo de las empresas pymes de la provincia de la sabana centro ya que es importante por varias razones

Clima organizacional: un buen clima laboral ayuda a los empleados a sentirse valorados y motivados para trabajar esto se traduce en una mayor productividad y un menor índice de rotación de personal.

Evaluación de desempeño: evaluar el rendimiento de los empleados ayuda a identificar fortalezas y debilidades y establecer objetivos y planes de mejora individualizados esto contribuye a la creación de un ambiente de trabajo justo y transparente.

Comportamiento organizacional: entender cómo interactúan las personas dentro de una organización cuáles son sus motivaciones y necesidades y cómo se comunica ayudará a mejorar relaciones interpersonales y disminuir conflictos.

Gestión de innovación: las pymes deben estar dispuestas a innovar y adaptarse a cambios constantes uno de los cambios que podemos evidenciar recientemente es la pandemia ya que la gestión de la innovación es clave para mejorar la calidad de los productos o servicios ofrecidos y mantenerse competitivos en el mercado.

Visión local y transdisciplinar: las pymes deben entender las necesidades y prioridades de la comunidad donde operan, así como los cambios económicos políticos y sociales que se están produciendo a nivel global, además, deben contar con un enfoque transdisciplinario que les permite integrar

diferentes disciplinas y perspectivas para encontrar soluciones creativas a los desafíos que enfrentan día a día.

CONCLUSIONES

La encuesta enfocada en el sector turismo para los municipios de Sabana Centro, se desarrolló con dificultades, los encuestadores se enfrentaron a un escenario con un alto grado de informalidad en este sector, podrían ser las siguientes:

Informalidad Predominante: Los resultados de la encuesta revelan que el sector turismo en los municipios de Sabana Centro está caracterizado por un alto grado de informalidad, esto se refleja en la falta de registros formales de empresas turísticas, lo que dificulta la identificación y el contacto con los actores clave del sector.

Acceso Limitado a Información: Los encuestadores han enfrentado dificultades significativas al tratar de acceder a información relevante sobre el sector turismo, la falta de documentación y registros formales hace que sea difícil recopilar datos precisos sobre el número de empresas, empleados, ingresos y otros indicadores clave.

Colaboración Limitada: Se observa una resistencia por parte de los actores del sector turismo a colaborar con los encuestadores, esto puede deberse a la desconfianza en las instituciones gubernamentales para revelar información sobre sus operaciones debido a la informalidad en la que operan.

Los resultados sugieren la necesidad de concienciación y concienciación en el sector turismo sobre la importancia de la formalización, que mejoraría la disponibilidad de datos confiables y facilitaría la planificación y el desarrollo sostenible del turismo en la región.

Potencial de Desarrollo: A pesar de los desafíos relacionados con la informalidad, la encuesta también indica un considerable potencial de desarrollo en el sector turismo de Sabana Centro.

El factor humano es fundamental en el desarrollo y éxito de estas empresas. A través de un enfoque estratégico en la gestión del talento, estas MIPYMES pueden potenciar su capacidad de innovación, calidad de servicio y competitividad en un mercado turístico en constante evolución.

En particular, hemos observado que aquellas MIPYMES que invierten en la formación, motivación y retención de su personal experimentan un crecimiento sostenible a largo plazo. Además, la creación de un entorno de trabajo positivo y colaborativo no solo mejora la satisfacción de los empleados, sino que también se traduce en una experiencia más enriquecedora para los clientes, lo que, a su vez, fomenta la lealtad y la recomendación.

Es importante destacar que las MIPYMES del sector turismo en Sabana Centro deben adaptarse constantemente a las tendencias del mercado y a las necesidades cambiantes de los viajeros. En este sentido, la gestión del talento humano no solo implica atraer y retener empleados capacitados, sino también fomentar la flexibilidad y la capacidad de aprendizaje de la organización en su conjunto.

Las MIPYMES del sector turismo en Sabana Centro pueden lograr un crecimiento sostenible a través de la gestión efectiva de su talento humano. Al valorar y empoderar a sus empleados, estas empresas no solo se posicionan para competir en un mercado en constante evolución, sino que también contribuyen al desarrollo económico y turístico de la región.

REFERENCIAS

Periódico Cundinamarqués. (2021). Provincia Sabana Centro, emporio educativo, productivo, ambiental y empresarial. Obtenido de Cundinamarqués: <https://cundinamarques.com/provincia-sabana-centro-emporio-educativo-productivo-ambiental-y-empresarial/>

Albán, M. T. (19 de 07 de 2018). Estrategias de contabilidad de gestión aplicada a pymes revisión literaria. REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN, 15(N° 2 -2018-M.T.), págs. 256-270. doi:10.22507/rli.v15n2a20

Arguello, A., Torres, L., Balón, I., Quito, C., & Llumiguano, M. (20 de febrero de 2020). Sistema de gestión contable financiero para la toma efectiva de las decisiones por pequeñas y medianas empresas ecuatorianas, caso de estudio. Revista espacios, 41(05), págs. 1-5. doi:ISSN 0798 1015.

Arias Olmos, E., Montes Guerra, M., & Castro Ríos, G. (2022). Evaluación de los factores estratégicos del sector hotelero de la provincia de Sabana Centro, Colombia. Obtenido de Investigaciones Turísticas: <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.15>

Balanzategui García, R. I., Ramírez Salas, A. E., Soto Benítez, V. S., & Gavilanes Sarmiento, R. F. (2021). Procesos de sistematización de la gestión de contabilidad en las empresas industriales. Ecuador: Revista científica Dominio de las ciencias .

Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. Suma de Negocios, 13, págs. 66-73.

Bucardo, A., Saavedra, M., & Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. Suma de Negocios, 13, págs. 98-107.

Camara de comercio de Bogota. (2008). Sabana Centro, caracterización economica empresarial. Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2891/6235_caracteriz_empresarial_sabana_centro.pdf?sequence=1

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). Perfil económico y empresarial de la provincia de Sabana Centro. Obtenido de https://www.ccb.org.co/content/download/209411/file/perfil_empresarial_sabanacentro_2021.pdf

CEPAL. (2002). Memorias del seminario internacional de ecoturismo: políticas locales para oportunidades globales, mayo de 2001. Santiago Chile : Naciones Unidas . Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6463/S01121064_es.pdf?sequence=1&is#page=11

Espitia, A. M. (15 de diciembre de 2020). Estrategias Utilizadas por las PyMEs de Cundinamarca para la Creación de Valor Sostenible. Obtenido de repository.unimilitar: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38598/BorregoEspitiaAngelicaMaria2021.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Gobernacion de Cundinamarca. (2015). Estadisticas basicas Provincia de Sumapaz. Estadistico, Secretaria de planeacion de cundinamarca . Obtenido de <https://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/de54058f-66d9-4ee2-838f-4b423ad223cb/Sumapaz.pdf?MOD=AJPERES&CVID=l4W1bh6>

Griet Steel, Nanneke Winters, & Carlos Sosa. (2012). Movilidad y desarrollo translocal en la Nicaragua (semi-)rural. International Development Planning Review, págs. 53-72. doi:ISSN 0424-9674

Guzman, A., & Trujillo , M. (2008). Emprendimiento social - Revisión de Literatura. Estudios Gerenciales, 24(109), págs. 105-125.

Herrera De la barrera, J., Martínez Buendía, J. M., & Martínez García, L. (2021). Software de sostenibilidad turística para el cumplimiento de la nts colombiana. Turismo y Sociedad, XXVIII, págs. 187-205. doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n28.09>

Mejía Soto, E., Montes Salazar, C. A., & Arango Medina, D. (2012). APROXIMACIÓN AL SISTEMA DE CONTABILIDAD AMBIENTAL Y ECONÓMICA INTEGRADA SCAEI DE LA ONU. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío*, págs. 1-4. Obtenido de <http://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/viewFile/159/297>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (26 de 05 de 2015). Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo. Gov.co. Bogotá D.C.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Política de Turismo Sostenible Unidos por la Naturaleza. ProColombia*, págs. 2-41. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/resumen-ejecutivo-politica-de-turismo-sostenible.aspx>

Nava Rosillón, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48). doi:ISSN 1315-9984.

Parra, L. I. (Noviembre de 2013). Los sistemas de información contable una herramienta para la gestión integral de las Pymes. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, págs. 31-40.

Pérez Matos, N., & Setién Quesada, E. (2008). La interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad en las ciencias: una mirada a la teoría bibliológico-informativa. *ACIMED*, 18(4). doi:ISSN 1024-9435.

Presidente de la Republica de Colombia. (29 de 12 de 1993). Decreto 2649 de 1993.

Quispe Otacoma, A., Padilla Martínez, M., Telot González, J., & Nogueira Rivera, D. (10 de noviembre de 2016). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. *INFORMÁTICA EMPRESARIAL*, XXXVIII(1), págs. 81-92. doi:ISSN 1815-5936

Sampieri, R. H. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGraw Hill Mexico.

Secretaría de cultura, recreación y deporte. (s.f.). Turismo. Obtenido de Secretaría de cultura, recreación y deporte: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/de-la-la-z/turismo>

Software DELSOL. (15 de 12 de 2021). Consumo. Obtenido de Software DELSOL : <https://www.sdelsol.com/glosario/consumo/>

Universidad de Cundinamarca. (26 de Octubre de 2022). Investigación. Recuperado el Octubre de 2022, de Semilleros de Investigación: <https://www.ucundinamarca.edu.co/investigacion/index.php/semilleros-de-investigacion>