

Impacto de la asociatividad en la competitividad de las empresas turísticas en la región del Tolima (Ibagué y Melgar)

Margie Catalina Laguna Alvarado¹¹
Santiago José Laguna Alvarado¹²
Brando Varón González¹³

Resumen

El presente artículo científico se realizó con el fin de dar a conocer los resultados de la investigación realizada sobre el impacto de la asociatividad en la competitividad de las empresas de la región del Tolima específicamente en los municipios de Ibagué y Melgar, abarcando solamente las empresas del sector turístico tales como: Hoteles, Restaurantes, Bares, Agencias de viaje, Guías turísticos, entre otros. El desarrollo de la investigación tomó un periodo de tiempo de 4 meses; iniciando en marzo de 2020 y finalizando en junio del mismo año. La metodología de la investigación se desarrolló con un enfoque mixto (Cualitativo-cuantitativo) teniendo como base la aplicación de dos encuestas virtuales por medio de la herramienta tecnológica “Google formularios”. Se tuvo como punto de partida las encuestas previamente diseñadas para la investigación pero adaptadas al medio tecnológico para hacerlas más accesibles a las empresas debido a las restricciones sanitarias a cumplir por la contingencia nacional Covid 19. De igual forma es de mencionar la gran participación de los estudiantes de los grupos de Administración Financiera del CAT de Ibagué V semestre y los estudiantes del CAT Melgar IV y V semestre para el calendario A 2020, quienes intervinieron y participaron como fuentes de vinculación, reconocimiento, recolección e interpretación de todo el proceso de investigación. El procesamiento de toda la información, tabulación, representación gráfica e interpretación se debe a la herramienta tecnológica mencionada (Procesamiento y representación gráfica), El programa Excel (Tabulación) y los dos escritores del presente artículo (Interpretación). La muestra de esta investigación es de 200 empresas pertenecientes al sector turístico de los municipios mencionados anteriormente, donde los empresarios participaron de forma libre en el desarrollo de la investigación; proporcionando su información general y específica requerida para

la investigación de la empresa. Finalmente, el resultado de la investigación permitió concluir que las empresas del sector turístico de la región del Tolima están dispuestas a asociarse y en cuanto a la competitividad tienen carencia algunos factores importantes dentro de la administración, operación y gestión.

Palabras claves: asociatividad, competitividad, empresas del sector turístico, encuestas virtuales, región Tolima

Abstract

This scientific article was carried out in order to publicize the results of the research carried out on the impact of associativity on the competitiveness of companies in the Tolima region, specifically in the municipalities of Ibagué and Melgar, covering only companies in the tourism sector such as Hotels, Restaurants, Bars, Travel agencies, Tourist guides, etc. The development of the research took a period of 4 months; starting in March 2020 and ending in June of the same year. The research methodology was developed with a mixed approach (Qualitative-quantitative) based on the application of two virtual surveys using the technological tool “Google forms”. The starting point was the surveys previously designed for research but adapted to the technological environment to make them more accessible to companies due to the sanitary restrictions to be met by the national COVID 19 contingency. Likewise, it is worth mentioning the large participation of students of the Financial Administration groups of the CAT of Ibagué V semester and the students of the CAT Melgar IV and V semester for the A 2020 calendar, who intervened and participated as sources of con-

11,12 y 13. estudiantes de noveno semestre de Administración Financiera adscritos al semillero CIPRES y Más Vida del Grupo de Investigación DESPyC

nection, recognition, collection, and interpretation of the entire research process. The processing of all information, tabulation, graphic representation, and interpretation is due to the aforementioned technological tool (Processing and graphic representation), the Excel program (Tabulation), and the two writers of this article (Interpretation). The sample of this investigation is of 200 companies belonging to the tourist sector of one of the mentioned municipalities, where the entrepreneurs freely participated in the development of the investigation; providing your general and specific information required for the investigation of the company. Finally, the result of the investigation allowed us to conclude that companies in the tourism sector in the Tolima region are willing to associate and, in terms of competitiveness, some important factors are lacking in administration, operation and management.service-providing and temporary jobs to San Luis residents.

Keywords: association, competitiveness, companies in the tourism sector, virtual surveys, Tolima region.

Introducción

La presente investigación busca medir el impacto que tiene la asociación para la competitividad de las empresas turísticas de la región del Tolima. Esto se debe a que la competencia ha venido creciendo y tomando un carácter global como lo mencionan los autores de la REDES EMPRESARIALES E INNOVACIÓN “Las regiones que cuentan con un volumen importante de procesos asociativo son más competitivas en comparación con aquellas donde dichos procesos son incipientes” (Grueso, Gómez & Garay, 2009). Existen algunos modelos de asociatividad que tienen como objetivo atender carencias dentro de las empresas como: limitaciones tecnológicas, baja estructuración en los procesos productivos, deficiencia en la capacidad de negociación, baja inversión en procesos de investigación desarrollo e innovación y finalmente poca productividad, un ejemplo de procesos que buscan aumentar la competitividad a través de la asociación empresarial de empresas de una región y un sector específico son los clúster.

La Cámara de Comercio de Ibagué ha venido desarrollando unos procesos asociativos en la región

con enfoque clúster, los cuales a través de iniciativas de refuerzo enfocados a la mejora en la competitividad en sectores estratégicos buscan potenciar la eficiencias de las empresas que se vinculan en este procesos de tales como: Cafénix- Cafés de Calidad (60 empresas activas), Tabebuia- Turismo de Naturaleza (Hoy Clúster Turismo con 200 empresas activas), Moda-Confección (Hoy Clúster Moda con 2018 empresas activas), Iniciativa Clúster Tolima TIC (70 empresas activas) e Iniciativa Clúster Salud (65 empresas activas); con este modelo se ha llegado al objetivo planteado como mejorar las deficiencias tecnológicas, estructurales, comerciales, entre otras. Que a través de la asociación de las empresas se generan vínculos de confianza mejorando la competitividad de las empresas de un sector dándole un impulso a la economía de las empresas y la región.

Planteamiento del problema

¿Qué deficiencia tienen las empresas del sector turístico de la región del Tolima que las hacen menos competitivas y asociativas frente a otras regiones teniendo en cuenta el mismo sector?

Una de las principales limitaciones que tienen las empresas del sector turístico del Tolima es el desconocimiento o baja estructuración de los diferentes procesos que conforman una empresa tales como el comercio, la administración, la negociación, la inversión e innovación, entre otras, que hacen que las empresas de la región del Tolima sean menos competitivas, otro factor que se evidencio en este mismo sector son los bajos índices de asociación de empresas para mejorar la economía del mismo sector, que busquen a través de uniones estratégicas de empresas del sector el mejoramiento conjunto y continuo de los procesos empresariales a través de las experiencias que vive cada empresa convirtiéndose en puntos de referencia para el mejoramiento de otras empresas.

Analizando el Departamento del Tolima es de resaltar que gran parte de la economía de la región se debe al turismo; donde se refleja que las empresas que conforman este sector no se encuentran en la capacidad al 100% de brindar un óptimo servicio y atención a sus clientes debido a sus limitaciones de estructuración empresarial, esto hace que el consu-

midor pierda el interés de conocer las opciones que ofrece el turismo del Tolima y este migre a nuevas opciones turísticas en otras regiones.

Generalidades de la investigación

La presente investigación se desarrolló en la región del Tolima, tomando como las empresas pertenecientes al sector turístico, aplicándose dos encuestas denominadas “instrumento para medir la disposición de asociarse los empresarios latinoamericanos” e “instrumento para medir la competitividad empresarial” las cuales se encuentran publicadas en la herramienta tecnológica Google Formularios. La forma de vinculación con todas las empresas participantes en la investigación se debe a los estudiantes del programa de administración financiera del CAT de Ibagué V semestre del calendario A 2020 y los estudiantes del CAT de Melgar de IV y V semestre del mismo calendario; quienes participaron activamente como fuentes de vinculación, recolección y procesamiento de la información requerida para las encuestas aplicadas a los empresarios seleccionados.

La tabulación e interpretación de toda la información recolectada en las dos encuestas se realizó con el programa Excel y la herramienta tecnológica Google Formularios acompañada por los estudiantes Margie Catalina Laguna Alvarado y Santiago José Laguna Alvarado del programa de Administración Financiera de V semestre del calendario A 2020 y pertenecientes a los semilleros de investigación El Ciprés y Mas Vida respectivamente.

Metodología

El desarrollo de la investigación IMPACTO DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURISTICAS EN LA REGION DEL TOLIMA tomo un enfoque mixto, enlazando el enfoque cuantitativo al proceso de encuestas y el cualitativo al proceso de acercamiento y entrevista de los estudiantes con los empresarios de las empresas previamente antes de realizar las encuestas.

El enfoque mixto tomado para la investigación se debe a la integración de los dos enfoques existentes (Cualitativo y Cuantitativo) permitiéndonos abordar y tomar dos perspectivas distintas para los

resultados finales de la investigación. Ese enfoque mixto nos dio la posibilidad de utilizar las fortalezas que permite complementar las oportunidades de mejora permitiendo dar respuesta generalizada de todo el proceso de investigación.

Las fases que comprendió el proceso de investigación fueron las siguientes:

1.Vinculación al semillero de investigación: se desarrolló un proceso de selección de estudiantes del programa Administración Financiera del CAT Ibagué y Melgar de IV y V semestre por medio de la presentación de una infografía del acuerdo 0033 del 2018 el cual trataba sobre la creación de los semilleros de investigación para el Instituto de Educación a Distancia de la Universidad del Tolima. Además de permitir el Docente Ramiro Quintero García la participación activa de los estudiantes de estadística básica y estadística inferencial de los semestres y CAT mencionados anteriormente como colaboradores Externos de los semilleros a la investigación.

2.Enfoque, estructuración y planteamiento de la investigación: Mediante una conferencia y un acuerdo con el Docente Ramiro Quintero se dio a conocer la propuesta de practicar dos encuestas (asociatividad – competitividad) a las empresas del sector turístico de la región del Tolima, teniendo como base las empresas con las que los estudiantes de los CAT podrían tener un vínculo de amistad o relación empresarial para poder desarrollar el proceso de investigación en los respectivos municipios Ibagué y Melgar. Acordándose practicar un mínimo de 10 encuestas por CIPAS, de cada grupo de estadística.

3.Desarrollo de las encuestas en el medio virtual: Teniendo en cuenta la crisis sanitaria que se presentó COVID 19, se dificultó el proceso de aplicar las encuestas físicamente por los estudiantes a las empresas, por tal motivo se generó la necesidad de hacer estas encuestas más accesibles a los empresarios, los estudiantes Margie y Santiago Laguna Alvarado propusieron adaptar la encuesta a un modo virtual utilizando la herramienta Google Formularios como mecanismo de agrupación de todas las en-

cuestas a practicar y como respuesta a la necesidad existente.

4.Enlace de los estudiantes con los empresarios:

Durante el proceso de convergencia de las encuestas físicas a virtuales los estudiantes tuvieron la oportunidad de entablar ese vínculo de las empresas con el proyecto mencionándoles en qué consistía el proyecto y el implemento de las dos encuestas.

5.Encuestas: El desarrollo de las encuestas tomo un lapso de tiempo de un mes y medio en el cual los estudiantes del CAT Ibagué y Melgar tuvieron la oportunidad de llevar el vínculo establecido con los empresarios al desarrollo de la investigación, aplicando la herramienta previamente diseñada obteniendo unos resultados de 207 empresas que se les aplico la encuesta de asociatividad y 200 empresas que se les aplico la encuestas de competitividad. Estas encuestas se desarrollaron de diversas formas; de manera virtual enviando el hipervínculo de las encuestas de Google Formularios a través del correo, WhatsApp, Facebook y vía telefónica.

6.Procesamiento y tabulación de la información:

El procesamiento de la información de las empresas se llevó acabo en dos procesos distintos:

a)Tabulación Individual: Los integrantes de cada CIPAS que participaron del proceso de investigación de forma directa o indirecta, realizaron el proceso de tabulación y análisis de los datos de cada una de los empresarios que entrevistaron entregando un resultado general de estas mismas y realizando una interpretación final de los hallazgos encontrados en las empresas seleccionadas.

b)Tabulación Grupal: El CIPAS El Averno Conformado por los hermanos Laguna Alvarado fueron delegados por el docente Ramiro Quintero García para la agrupación y tabulación de todas las encuestas realizada del CAT de Ibagué y Melgar que se tendrían en cuenta para el resultado final.

7.Entrega de los resultados obtenidos: Finalmente los CIPAS presentaran un escrito de tres a

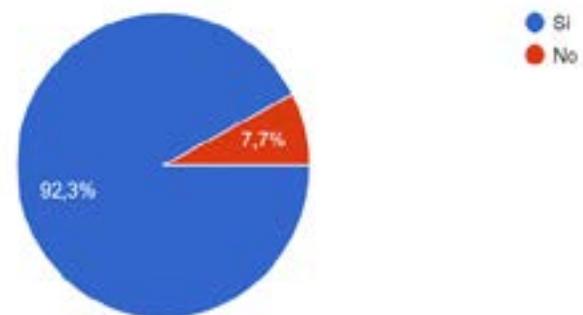
cinco cuartillas en el cual abarcaran todo el resumen y el análisis de la investigación a las empresas encuestadas. Además los compañeros encargados del resultado grupal desarrollaran un artículo a modo científico donde se mostraran los resultados del aglomerado de todas las empresas.

Análisis de resultados

Asociatividad:

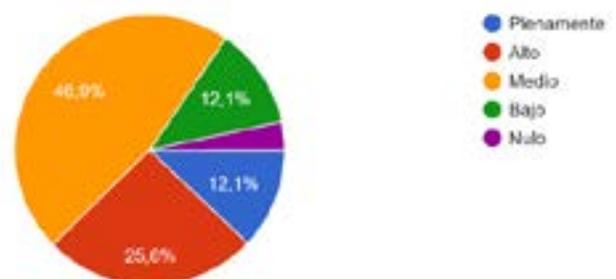
A continuación, se presenta el análisis general de todas las 14 preguntas y las respuestas de las 207 empresas turística participantes de la encuesta “instrumento para medir la disposición de asociarse los empresarios latinoamericanos”

1.Le gustaría conocer el alcance, beneficios y riesgos de asociarse en un grupo empresarial, 207 respuestas.



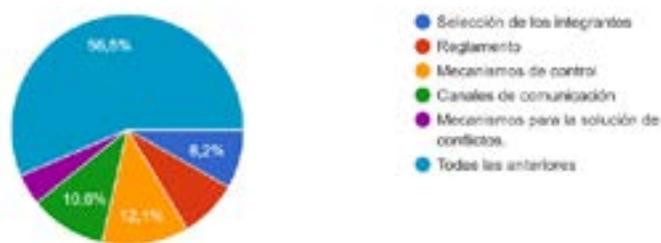
si les gustaría saber cuáles son los beneficios y riesgos de asociarse en un grupo empresarial y tan solo el 7,7% de las empresas encuestadas no muestran interés en conocer dichos Beneficios o riesgos

2.Cuál es el grado de confianza que tienen en las instituciones y en los dirigentes del proceso de asociatividad en la región, 207 respuestas



Al preguntársele a las 207 empresas encuestadas cuál es su grado de confianza en las instituciones y en los dirigentes que lideran el proceso de asociatividad en la región el 46,9% indican tener un grado de confianza medio, como segunda opción observando que el 25,6% de las empresas dicen tener un grado de confianza alto.

3. Como integrante de un grupo, considera que debe existir un proceso que contenga los procedimientos de:
207 respuestas



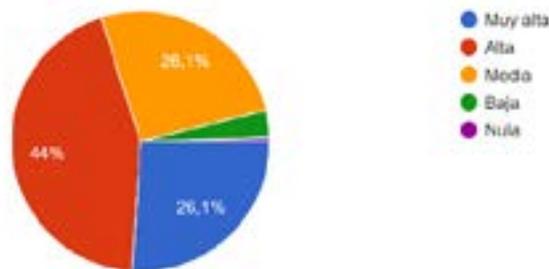
Al observar las respuestas de las 207 empresas encuestadas el 56,5% afirman que se deben tener en cuenta todas las opciones antes mencionadas (selección de los integrantes, reglamento, mecanismos de control, canales de comunicación, mecanismos para la solución de conflictos) para que el grupo empresarial funcione de mejor forma, pero como segunda opción el 12,1% dicen que con tan solo tener un mecanismo de control el grupo empresarial funcionara mejor y como tercera opción el 8,2% por medio de una selección de los integrantes el grupo empresarial mejorara su funcionalidad.

4. Está dispuesto a participar conjuntamente con otros empresarios para:
207 respuestas



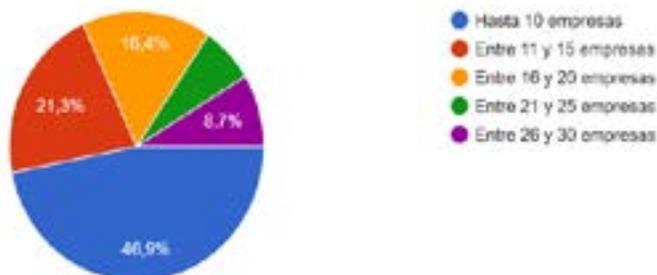
Preguntándoseles a las 207 empresas encuestadas si estarían dispuestas a participar junto con otros empresarios el 32,9% estarían dispuestas a trabajar solo para hacer innovación del producto y servicio, como segunda opción el 15% estarían dispuestas a trabajar con otros empresarios solo para capacitar a sus empleados y como una posible tercera opción el 14% estarían dispuestos a trabajar con otros empresarios para participar en ferias y eventos que se realicen.

5. Como integrante del grupo empresarial, la importancia que confiere a la independencia jurídica, la autonomía gerencial, disposición de tiempo del gerente de cada empresa y el liderazgo gerencial es:
207 respuestas



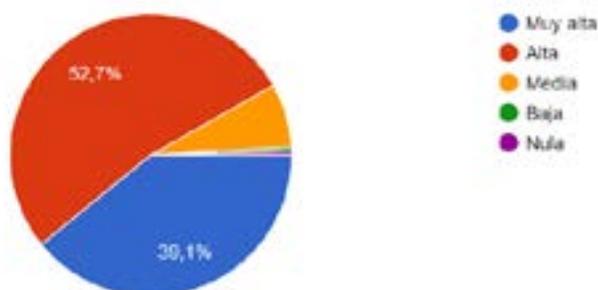
Si las 207 empresas encuestadas fueran integrantes de un grupo empresarial indicarían que la importancia que se le confiere a la independencia jurídica, la autonomía gerencial, disposición de tiempo del gerente de cada empresa y el liderazgo gerencial es de entre muy alta y alta el porcentaje sería de 70,1% y como segunda opción entre media y baja su porcentaje sería de 29,5% y como tercera y última opción nula es de 0,5%.

6. Su preferencia por el número de integrantes del grupo empresarial es:
207 respuestas



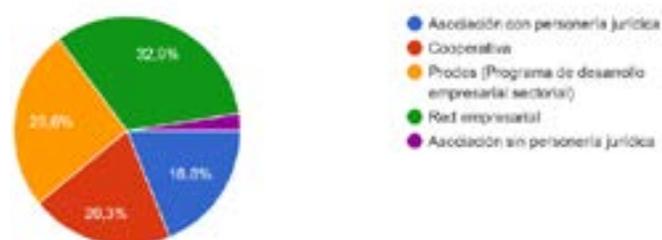
De las 207 empresas encuestadas se les pregunta a las empresas cuanto sería su preferencia de número de integrantes de un grupo empresarial su primera opción es de hasta 10 empresas con un porcentaje de 46,9%, como segunda opción sería de entre 11 y 15 empresas con un porcentaje de 21,3% y como tercera opción sería de entre 16 y 20 empresas con un porcentaje de 16,4%.

7. La importancia que confiere el apoyo institucional brindado al grupo debe ser:
207 respuestas



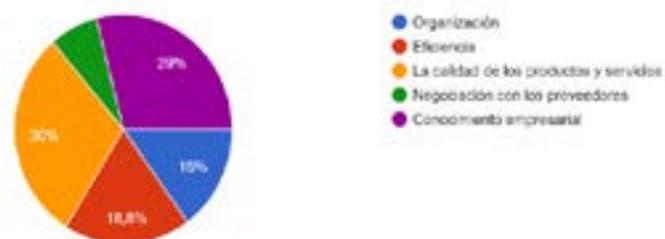
A las 207 empresas encuestadas se les pregunta cuál sería la confianza que ellos le darían al apoyo institucional brindado al grupo sería como primera opción con un porcentaje de 52,7% sería alta, como segunda opción ellos darían una confianza muy alta con un porcentaje de 39,1% y como tercera opción darían un porcentaje de 7,2% con una confianza media.

8. Cuál es su preferencia por las siguientes formas asociativas:
207 respuestas



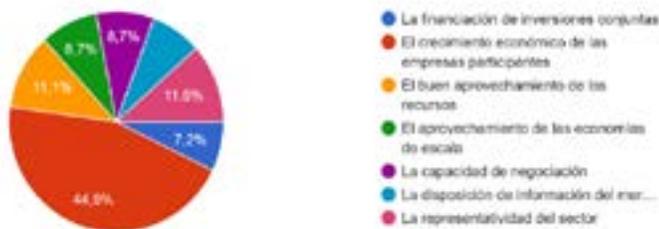
De las 207 empresas que se les pregunta cuál sería su preferencia de como asociarse a un grupo empresarial, en la primera opción con un porcentaje de 32,9% sería como una red empresarial, como segunda opción con un porcentaje de 25,6% sería de PRODES (Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial) y como tercera opción serial vincularse como una cooperativa con un porcentaje de 20,3%.

9. El hacer parte de un grupo empresarial, haría que su empresa mejore en:
207 respuestas



A los 207 empresarios se les pregunta que si fueran parte de un grupo empresarial haría que sus empresas mejoren en como primera opción el 30% de los empresarios manifiestan que ellos mejorarían en la calidad de sus productos y servicios, en la segunda opción más seleccionada con un porcentaje de 29% creen ellos que mejorarían en su conocimiento empresarial y como tercera opción con un porcentaje de 18,8% creen ellos que mejorarían en su eficiencia.

10.El hacer parte de un grupo empresarial posibilita:
207 respuestas



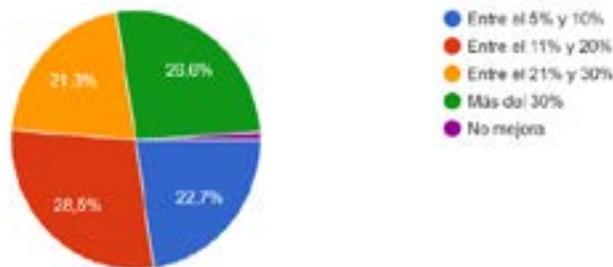
Cuando les preguntan a las 207 empresas encuestadas que si al ser parte de un grupo empresarial que posibilidades les da como primera opción a los empresarios dijeron que el crecimiento económico de las empresas participantes con un porcentaje de 44,9%, como segunda opción con un porcentaje de 11,6% sería la representatividad del sector y como tercera opción sería con un 11,1% sería un buen aprovechamiento de los recursos

11.El hacer parte de un grupo empresarial posibilita la proyección a largo plazo de cada una de las empresas participantes:
207 respuestas



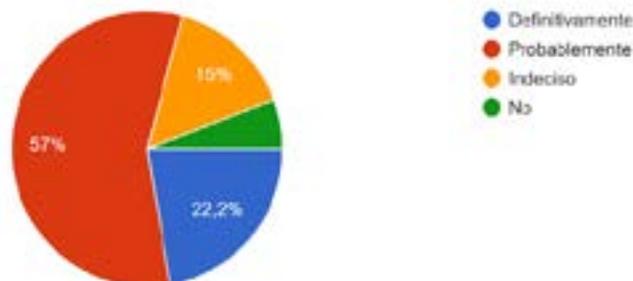
A las 207 empresas encuestadas se les pregunta que si fueran parte de un grupo empresarial creen ellos que se les posibilitaría la proyección a largo plazo de cada una de las empresas participantes a los que contestaron como primera opción que sería la mayoría de veces con un porcentaje de 48,3%, como segunda opción sería algunas veces con un porcentaje 29,5% y como tercera opción con un porcentaje de 21,7% sería siempre.

12.Como integrante de un grupo empresarial, considera que el nivel de competitividad de su empresa mejorará:
207 respuestas



Se les pregunta a los 207 empresarios que si como integrantes de un grupo empresarial consideran que el nivel de competitividad de su empresa mejoraría a lo que respondieron como primera opción con un 28,5% entre 11% y 20% como segunda opción respondieron que mejoraría más del 30% con un porcentaje de 26,6% y como tercera opción con un 22,7% entre el 5% y 10%.

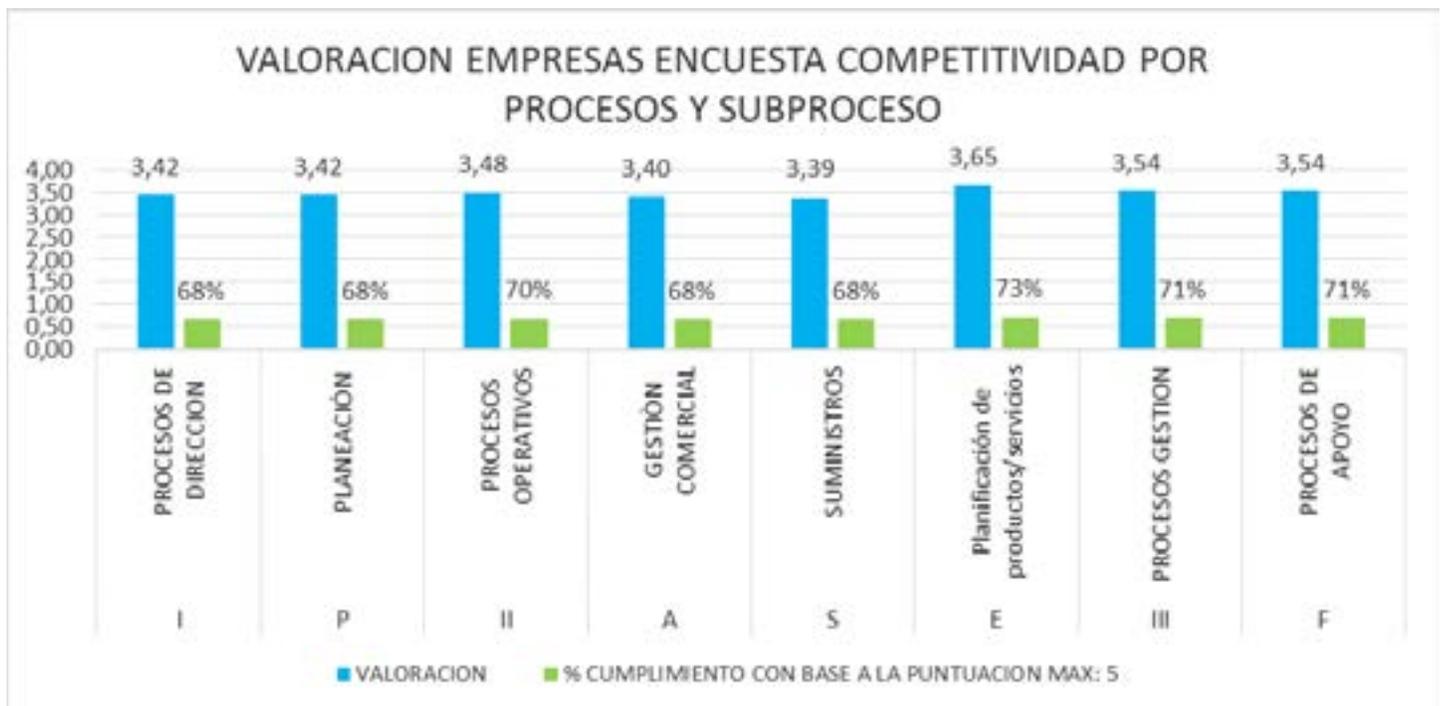
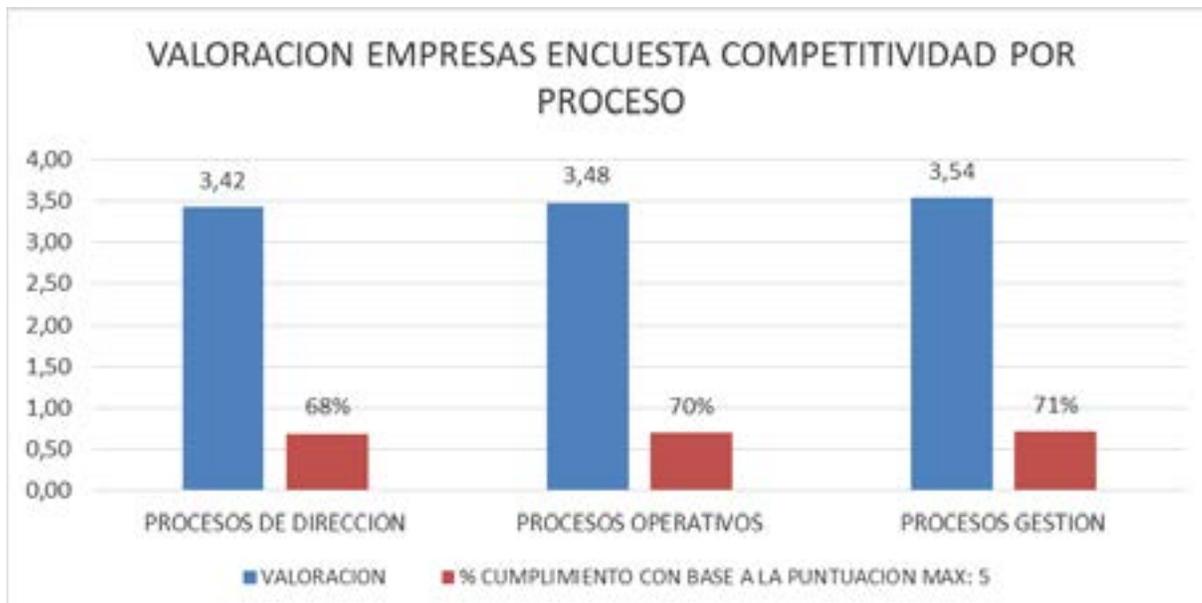
13.Si se le brindara un modelo de gestión empresarial conjunta, indique cuál es su disposición para asociarse:
207 respuestas



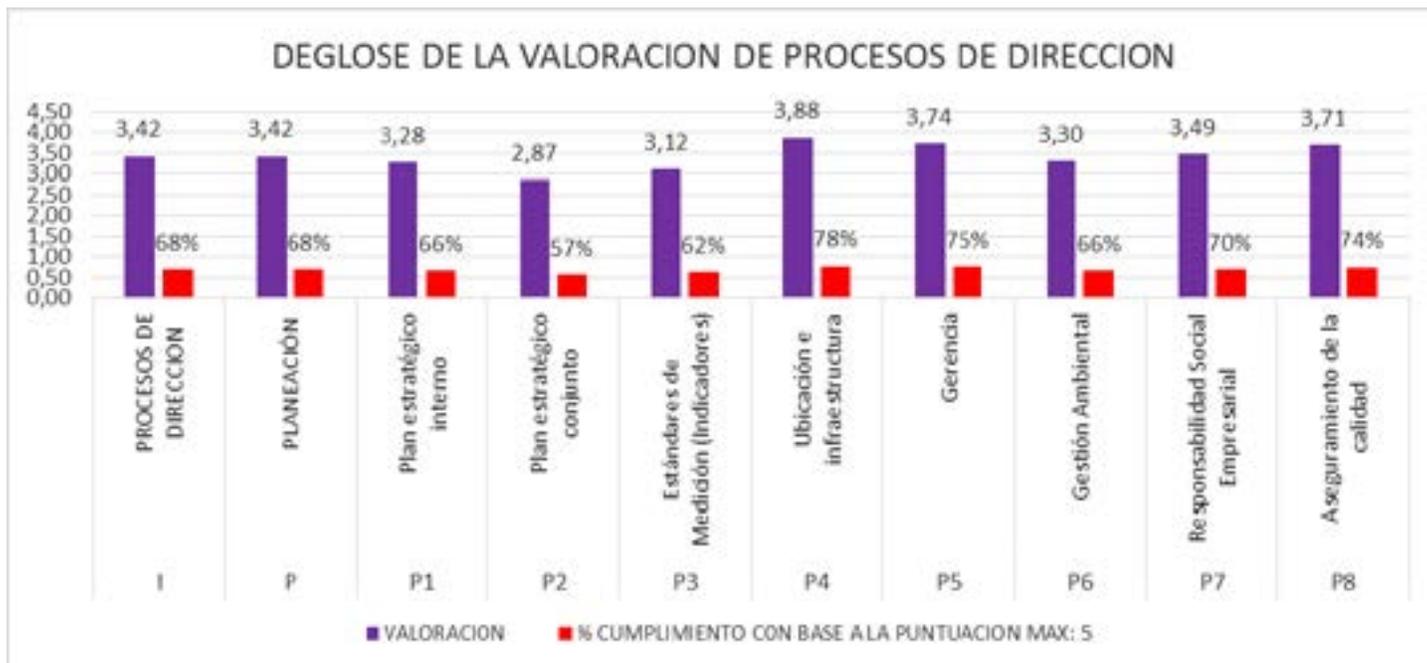
Se les pregunta a las 207 empresa encuestadas que si se les brindara un modelo de gestión empresarial conjunta, deben indicar cuál sería su disposición para asociarse a lo que ellos respondieron que como primera opción que probablemente se asociarían con un porcentaje de 57%, como segunda opción los empresarios se asociarían definitivamente con un porcentaje de 22,2%, como tercera opción ellos se dispondrían de manera indecisa con un porcentaje de 15%.

Competitividad

Posteriormente se presenta la encuesta “**instrumento para medir la competitividad empresarial**” en la cual se obtuvieron los siguientes resultados de las 200 empresas turísticas participantes de esta:



1. Procesos de dirección



- ▷ La valoración en general de las 200 empresas en su plan estratégico interno el cual abarca temas como la conformación de una misión, visión, planes de negocios, involucración de los socios, planes estratégicos, entre otros; dejó ver una valoración en promedio de 3,28 lo cual quiere decir que la mayoría de las empresas encuestadas se encuentran en un proceso de implementación, es decir que del 100% de la implementación de estos ítems dentro de las organizaciones solo 115 lo tiene implementado y las 85 empresas restantes no los tienen o hasta el momento se encuentran implementándolo.
- ▷ La valoración del plan estratégico de las empresas encuestadas evidencio un promedio de valoración de 2,87. Es decir que las empresas encuestadas se encuentran en un proceso de inicio de pruebas o empezar a implementar ítems como plan de compañía con los proveedores y un plan estratégico enfocado a clientes. Si expresamos el argumento anterior en números podemos decir que 127 empresas no poseen estos planes

dentro de sus organizaciones y solo 73 empresas lo tiene implementados.

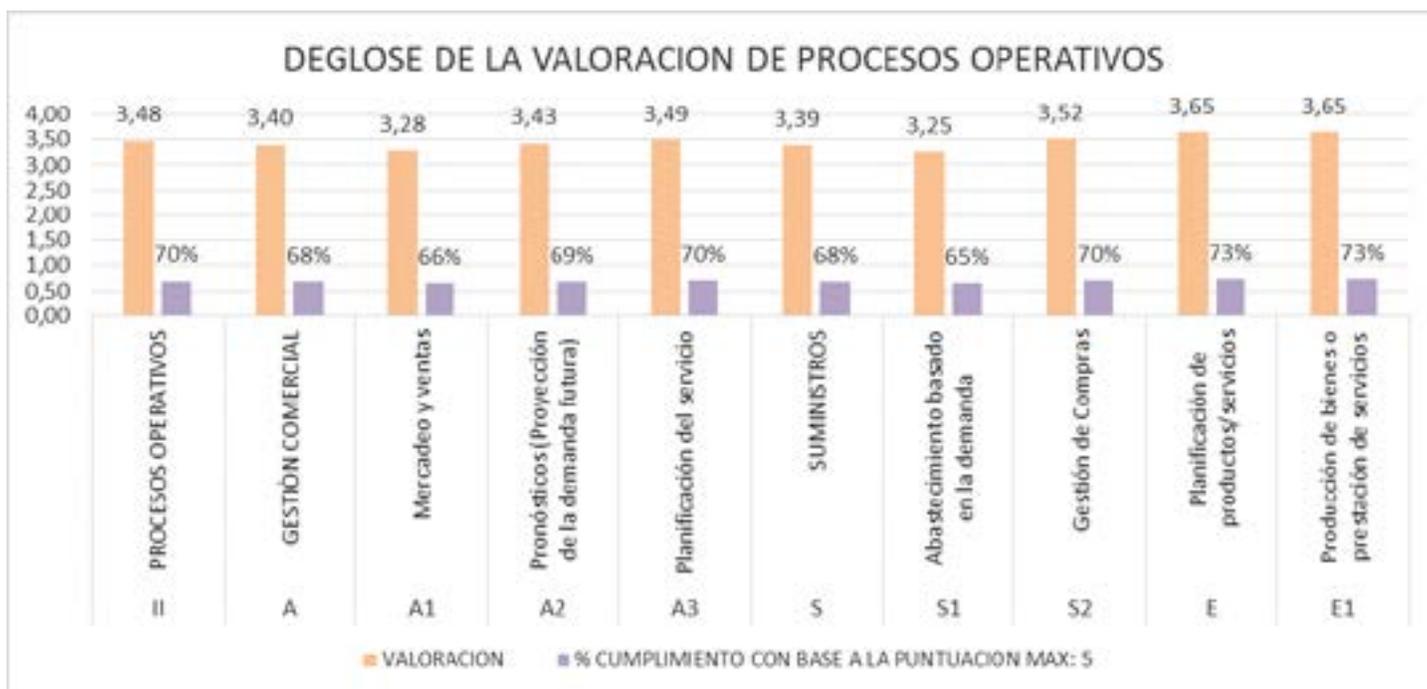
- ▷ Los estándares de medición presentaron una valoración en general de 3,12 por todas las empresas encuestadas, revelando que las empresas están en proceso de implementación. Presentando implementación de índices de medición para evaluar la compañía, los clientes y proveedores, de desempeño empresarial, entre otros, que se encuentran estableciendo dentro de sus organizaciones.
- ▷ La ubicación estructural evidencio que las empresas frente a este factor tiene una valoración de 3,88 es decir que las empresas probablemente ya cuentan con una infraestructura definida, programas de mantenimiento para estas, ubicación estratégica con base a clientes, entre otros.
- ▷ El factor de la gerencia de las empresa encuestadas mostro una valoración general de 3,74 revelando que la mayoría de las empresas probablemente ya cuentan con un liderazgo definido, coordinación de procesos,

una jerarquía, entre otros. La afirmación anterior expresada absolutamente revela que 176 empresas ya cuentan con una gerencia definida y el restante 24 no cuentan con este factor definido dentro de sus organizaciones.

- ▷ La gestión ambiental por su parte arrojó una valoración general de 3,30 para todas las empresas encuestadas, lo cual refleja que las empresas en este momento se encuentran en proceso de implementación de un mejor manejo de sus desechos para mitigar su impacto ambiental al medio ambiente.
- ▷ La responsabilidad socio empresarial por su parte concluyó con una valoración de 3,49 para todas las empresas encuestadas,

indicando que las empresas tienen un bajo manejo de procesos socio empresariales como programas o desarrollos empresariales enfocados a la responsabilidad social

Finalmente el aseguramiento de la calidad el cual mide factores de la calidad y capacitación del personal, el área de gestión humana y las normas de calidad de servicio al cliente tuvieron una valoración de 3,71 lo cual demuestra que las empresas encuestadas están en implantación o ya tienen implementado estos factores mencionados dentro de sus empresas y que muy pocas de ellas no cuentan con estos.



- ▷ La gestión de mercadeo y ventas tuvo una valoración de 3,28 lo cual concluye que las empresas tienen bajo manejo de planes de mercadeo, bases de datos de clientes, información de la competencia, satisfacción del cliente, efectividad en ventas, entre otros, expresado en valores absolutos solo 94 empresas tienen en cuenta este factor y el restante las 106 no los aplican o hasta el momento están en proceso de aplicación.

- ▷ Los pronósticos o proyección de demanda futura dentro de las organizaciones encuestadas arrojaron una valoración de 3,43 lo que quiere decir que la mayoría de las empresas se encuentran en proceso de implantación de factores como fidelización de clientes y buenas proyecciones de ventas a futuro.
- ▷ La fase de planeación del servicio en su evaluación los empresarios a nivel general tuvieron una valoración de 3,49 lo cual no

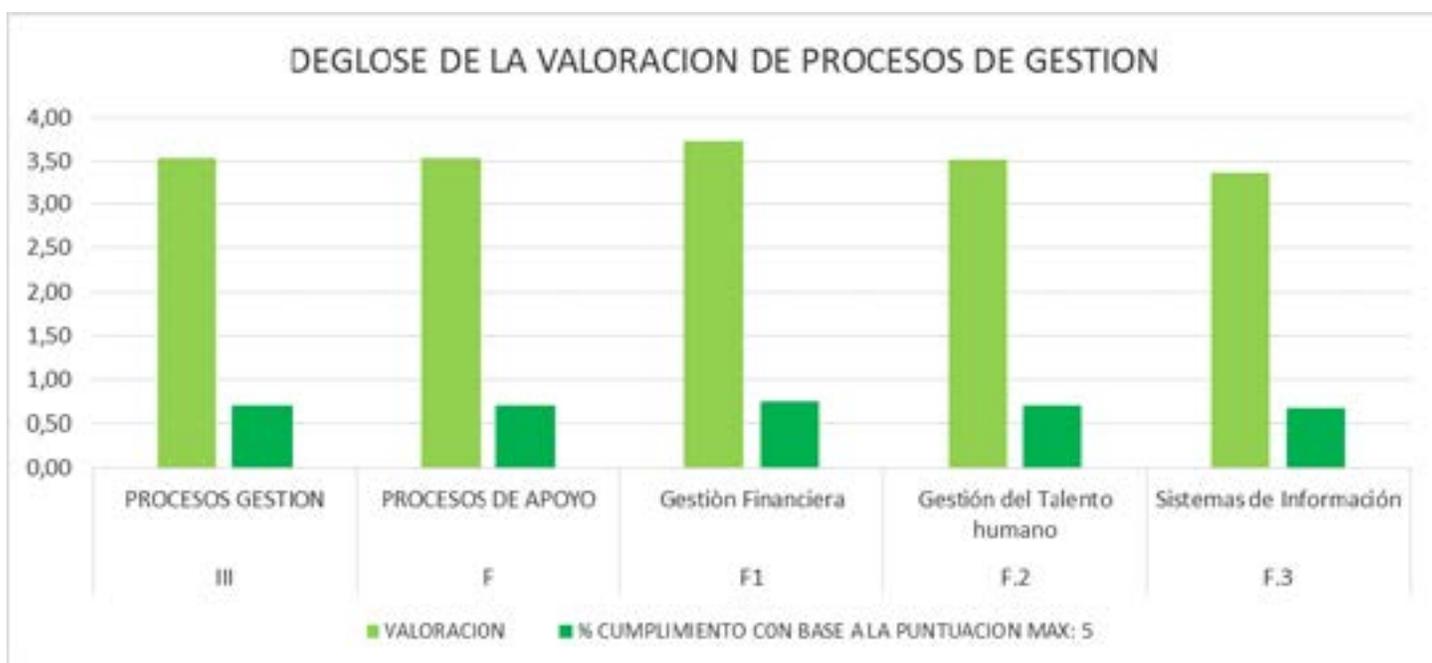
lleva concluir que las empresas no implementan o hasta ahora están buscando implantar un plan de atención a sus clientes.

- ▷ Por su parte el abastecimiento basado en la demanda tuvo una calificación de 3,25 lo cual demuestra que la mayoría de empresa tienen o están implementando el manejo de factores como sistema autorizado de compras partiendo de un histórico de estas y unos criterios para elegir sus proveedores, materias primas, productos, servicios, etc.
- ▷ La gestión de compras mide factores como una buena documentación de las compras, un control de compras y un almacenamiento óptimo para estas. Al cual las empresas en-

cuestadas tuvieron una valoración de 3,52 lo cual demuestra que 155 empresas lo implementan en están en proceso de implantación y las 45 empresas no poseen probablemente.

- ▷ La producción de bienes o prestación de servicios por su lado mostro una calificación de 3,65 generalmente para todas las empresas, reflejando la mayoría de las empresas tiene en cuenta factores dentro de su organización como documentación definida del producto o servicio que prestan, un programa para producir el bien o prestar el servicio y ejecución y control del mismo.

3. Procesos de gestión



- ▷ La gestión financiera las empresas en general tuvieron una calificación de 3,75. Esta calificación indica que las empresas están en implementación o ya lo tienen implementado factores como sistema de contabilidad & costos, presupuestos de ingresos & egresos, actualización y uso de estados financieros, entre otros; de forma absoluta se puede decir que 165 empresas están en este proceso de implantación o ya lo tiene implantado y posiblemente las restantes no

cuenten con estos factores financieros dentro de su empresa.

- ▷ La gestión del talento humano por su parte finalizó con una valoración de 3,52 lo cual muestra que la empresa encuestada tiene un proceso de implementación o ya tiene implementado políticas, manuales, procedimientos, funciones, reglamentos, requisitos legales, inducciones, capacitaciones, contratación, clima laboral para sus empleados y lo realizan a través del área del talento humano de la organización.

➤ Finalmente, la fase de evaluación de los sistemas de información de las empresas encuestadas tuvo una valoración de 3,12 lo que refleja que la gran mayoría de las empresas están en proceso de implantación de softwares que ayuden al funcionamiento contable, financiero, de proveedores, de clientes, de inventarios, inconformidades de los clientes, desperdicios, entre otros, que ayuden a la compañía en su función sistemático.

➤

4. Valoración final de las empresas



Al final del ejercicio la encuesta mostro que la valoración final de la unión de todos los procesos de todas las empresas se encuentra en un promedio de 3,48. Es decir que de una valoración máxima de 5 lo cual es un resultado exitoso de aplicación de todos los factores evaluados; las empresas en general han cumplido solo el 70% de todos los factores tenidos en cuenta en la encuesta.

Conclusiones

La disposición de asociarse de los 207 empresarios encuestados sería conociendo el alcance, beneficios y riesgos de asociarse en un grupo empresarial, considerando que debe existir un proceso de selección de integrantes y mecanismos de control. Donde estarían dispuestos a participar juntamente con otros empresarios para hacer innovación del producto y servicio o capacitar a sus empleados, con una importancia de independencia jurídica, la autonomía gerencial, disposición de tiempo del gerente de cada empresa y el liderazgo gerencial

alta y con un número máximo de integrantes del grupo empresarial de 15 empresas. La forma de asociación que utilizarían estos empresarios sería por medio de una red empresarial, además de resaltar que el ser parte de un grupo empresarial haría que mejore sus organizaciones en la calidad de sus productos y servicios y que esto posibilite el crecimiento económico de las empresas participantes además que el nivel de competitividad mejoraría en un 11% y 30%. Finalmente aseguraron al cierre de la encuesta la gran mayoría de ellos que si se le brindara un modelo de gestión empresarial conjunta, su disposición de asociarse sería probablemente.

La competitividad de las 200 empresas participantes arrojó un resultado final de:

Procesos Administrativos: En el cual todas las empresas en general obtuvieron una calificación de 3,42 reflejando que estos procesos administrativos en la mayoría de las empresas se encuentran en un proceso de adaptación o implementación teniendo como finalidad la implementarlos totalmente de todos los factores evaluados que conforman los procesos administrativos dentro de una organización. Del 100% del cumplimiento de todos los factores mencionados dentro de los procesos de administración las empresas pertenecientes al sector turismo de la región del Tolima se encuentran un 70% de cumplimiento de estos.

Procesos Operativos: Los procesos operativos tales como gestión comercial, suministros planificación de productos/servicios tuvieron una valoración general empresarial de 3,48 dejando en vista que las empresa al igual que el proceso anterior tienen implementados algunos de los factores evaluados dentro de estos procesos operativos pero carecen de otros concluyendo que la gran mayoría de las empresas se encuentran en un proceso de implantación de algunos factores nuevos y afirmando los que ya poseen. En la evaluación de la calificación obtenida vs la calificación máxima 5 (Resultado exitoso de aplicación) las empresas encuestadas obtuvieron un 70% de la implementación de todos los factores evaluados dentro de los procesos operativos.

Procesos de Gestión: finalmente los procesos de gestión que evalúa factores como la gestión financiera, gestión del talento humano y los sistemas de información que debe tener una organización las empresas del sector turístico de la región del Tolima tuvieron una valoración final de 3,54. Mostrando que de los tres procesos evaluados dentro de la encuesta de competitividad empresarial este de gestión es el que más se encuentra en procesos de estructuración y que tiene mejores bases que lo impulsan a una implantación total, dejando un 71% de cumplimiento de todos los factores evaluados dentro de los procesos de gestión.

Recomendaciones

Se recomienda un acompañamiento a las empresas del sector turístico del Tolima por medio de los entes territoriales que ayuden a capacitar, guiar y aconsejen al empresario al mejoramiento de sus procesos de administración, operación y gestión para incrementar su competitividad dentro del sector y por consiguiente impulsar la economía de los municipios a los cuales pertenecen estas empresas.

Referencias Bibliográficas

· Quintero, R. (2019). Factores académicos y no académicos que inciden en la deserción estudiantil, en el programa de Administración Financiera (IDEAD-UT). Revista Ideales (2019), Vol. 8, 2019, pp. 97 – 104. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de <http://revistas.ut.edu.co/index.php/Ideales/article/view/1881/1459>.

· Tovar, O. (2017). Asociatividad: estrategia para mejorar la competitividad de los productores de ñame del departamento de sucre. Facultad de economía y negocios (2017), pp.1-97. Recuperado el 05 de junio de 2020, de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0072914.pdf>.

· Caracol, A. (2019). Asociatividad para la competitividad en el Tolima. Caracol radio especiales. (2019) /2019/11/06/especiales. Recuperado el 07 de junio de 2020. De <https://caracol.com.co/radio/2019/11/06/especiales/1573077681331463.html>.

· Grueso Hinestroza, M. P., Gómez Cardona, J. H., & Garay Quintero, L. (2011). REDES EMPRESARIALES E INNOVACIÓN: EL CASO DE UNA RED DEL SECTOR COSMÉTICO EN BOGOTÁ (COLOMBIA). Estudios Gerenciales, 27(118), 189-206. Recuperado el 07 de julio de 2020. De <https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios-gerenciales/article/view/397>.

· Min, Tic. (2020). I+D+I. Ministerio de las tic (2020) /portal/inicio/Sector-TIC/I+D+I/. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sector-TIC/I+D+I/>

· N,n. (Sin fecha). ¿Cómo elaborar la introducción en un trabajo de investigación?. (Sin fecha). Recuperado el 06 de junio de 2020, de http://www.unap.cl/prontus_unap/site/artic/20150505/asocfile/20150505105202/comoelaborarunaintroduccion1.pdf.

· Normas APA. (2019). Normas APA 2019 – Edición 6. NORMAS APA 2016 - 6ª Edición&Referencias y Bibliografía (2019). Recupeerado el 08 de junio de 2020, de <https://normasapa.com/normas-apa-2019-cuestiones-mas-frecuentes/>.