

EL EMPRENDIMIENTO MEDIADO POR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD REGIONAL EN FLORENCIA-CAQUETÁ

ICT

Entrepreneurship

mediated by
ICT technologies

Entrepreneurship mediated by ICT
technologies to strengthen regional
competitiveness in Florencia-Caquetá

ICT



Universidad de la
Amazonia

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN
EDITORIAL UNIAMAZONIA

ISBN Digital: 978-628-7693-21-0

**EL EMPRENDIMIENTO MEDIADO POR LAS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS
COMUNICACIONES PARA FORTALECER LA
COMPETITIVIDAD REGIONAL EN FLORENCIA-
CAQUETÁ**



Universidad de la Amazonia
Florencia, Caquetá– Colombia
2024

Esta obra deberá ser citada de la siguiente manera:

Millán Rojas, E.E.; (Coordinador) 2024. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá. (1ra). Editorial Universidad de la Amazonia. pp.161. Tamaño (21.59 x 27,94 cm).

Incluye bibliografía.

© Editorial - Universidad de la Amazonia

ISBN Digital: 978-628-7693-21-0

Número y año de edición: Primera edición, 2024.

Diagramación y diseño de cubierta:
Autores mediante ChatGpt4.0
Impresión y terminación:
Editorial - Universidad de la Amazonia
Tiraje: en línea.

Universidad de la Amazonia
Vicerrectoría de Investigación e innovación
Editorial Universidad de la Amazonia
Campus Porvenir: Calle 17 Diagonal 17 con
Carrera 3F - Barrio Porvenir
Contacto: vrinvestigaciones@udla.edu.co
Depósito Legal: Biblioteca Nacional de Colombia.

Prohibida la reproducción total o parcial de este con fines comerciales. Su utilización se puede realizar con carácter académico, siempre que se cite la fuente.

“El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del (los) autor(es) y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de la Amazonia, ni genera su responsabilidad frente a terceros. El (los) autor(es) asume(n) la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella” Florencia, Caquetá, Colombia.

“El emprendimiento mediado por las tecnologías de la información y las comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá” / Edwin Eduardo Millán Rojas. [et...al]. Universidad de la Amazonia, Florencia, Caquetá – Colombia 2024

161 páginas. Il.
ISBN: 978-628-7693-21-0

1. Tecnología de la Información 2. Negocios (Empresas) 3. Empresas – Administración

CDD. 658.4052



Universidad de la Amazonia.
Hecho en Colombia / Made in Colombia

AUTORES POR CAPÍTULOS

CAPÍTULO 1.

Fundamentos de la investigación “el emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”

- **Diana Alí García Capdevilla**, correo: dia.garcia@udla.edu.co
Docente de tiempo completo del programa Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia.
- **Orlando Celeita Murcia**, correo: o.celeita@udla.edu.co
- **Jhon Jairo Beltrán Chica**, correo: j.beltran@udla.edu.co
Docentes de tiempo completo del programa Administración Financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia

CAPÍTULO 2.

Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento.

- **Edwin Eduardo Millán Rojas**, correo: e.millan@udla.edu.co
- **Denis Lorena Álvarez Guayara**, correo: d.alvarez@udla.edu.co
Docentes tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia, Grupo de investigación en Informática, Innovación y Tecnología de la Universidad de la Amazonia GITUA
- **Yamile Lizeth Perdomo Parra**, correo: ya.campos@udla.edu.co
Estudiante del programa de Ingeniería de Sistemas, Facultad de Ingeniería, Universidad de la Amazonia. Grupo de investigación en Informática, Innovación y Tecnología de la Universidad de la Amazonia GITUA

CAPÍTULO 3.

Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá.

- **Denis Lorena Álvarez Guayara**, correo: d.alvarez@udla.edu.co
- **Edwin Eduardo Millán Rojas**, correo: e.millan@udla.edu.co
- Docentes tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia
- **Heriberto Fernando Vargas Losada**, correo: heri.vargas@udla.edu.co
Docente tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia, Integrante del Grupo de investigación GIECOM

CAPÍTULO 4.

Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

- **Juan Manuel Mejía Rodríguez**, correo: juanm.mejia@udla.edu.co
Administrador de Empresas de la Universidad de la Amazonía, y estudiante de Especialización de Gerencia del Talento Humano de la Universitaria Asturias
- **Álvaro Andrés Castaño López**, correo: al.castano@udla.edu.co
Estudiante del Programa de Administración de Empresas; Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia.
- **Jhon Jairo Beltrán Chica**, correo: j.beltran@udla.edu.co
Docente de tiempo completo del programa Administración Financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia

CAPÍTULO 5.

Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia

- **Diana Alí García Capdevilla**, correo: dia.garcia@udla.edu.co
- **Yelly Yamparli Pardo Rozo**, correo: y.pardo@udla.edu.co
Docentes de tiempo completo del programa Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia.
- **Alexander Velásquez Valencia**, correo: a.velasquez@udla.edu.co
Docente de tiempo completo del programa de Biología, Facultad de Ciencias Básicas, Universidad de la Amazonia.

UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

Fabio Buriticá Bermeo

Rector

William David Grimaldo Sarmiento

Secretario general

Javier Martínez Plazas

Vicerrector Académico

Yisela Méndez Rojas

Vicerrectora administrativa.

Juan Carlos Suarez

Vicerrector de Investigación e Innovación

Diseño de Portada

El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá. Por: Autores mediante ChatGpt4.0

Publicado por:

Editorial - Universidad de la Amazonia

2024

Diseño y diagramación:

Los autores.

Esta obra es producto del proyecto de Investigación: “*Factores determinantes para el desarrollo competitivo regional que inciden en la gestión de proyectos de inversión pública en el departamento de Caquetá periodo 2016-2021*”. Código proyecto 600.6.678.

PRESENTACIÓN

El libro titulado "El emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá" es el resultado del proyecto de investigación "Factores determinantes para el desarrollo competitivo regional que inciden en la gestión de proyectos de inversión pública en el departamento de Caquetá, periodo 2016-2021", desarrollado en la Universidad de la Amazonia. Esta investigación se llevó a cabo a través de un enfoque interdisciplinario que involucró a las áreas de Ingeniería de Sistemas, Administración de Empresas y Administración Financiera. El objetivo principal de esta obra es examinar y evaluar cómo el emprendimiento, apoyado en el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), puede ser un factor clave para potenciar la competitividad regional en Florencia-Caquetá. El contenido del libro se organiza en varios capítulos que abordan diferentes dimensiones del tema central.

El primer capítulo introduce los fundamentos de la investigación, analizando cómo el emprendimiento se posiciona como un determinante crucial para el desarrollo de la competitividad regional. Se resalta el papel del emprendimiento y la innovación en la promoción del crecimiento económico y la competitividad en la región. Posteriormente, se aborda el uso de las TIC como herramienta para fortalecer el emprendimiento. Este apartado explora cómo las TIC pueden facilitar el acceso a mercados, mejorar la eficiencia de los procesos empresariales y ofrecer nuevas oportunidades para los emprendedores de la región, contribuyendo de manera directa a su éxito y sostenibilidad. En el capítulo dedicado a la valoración del uso de las TIC para el emprendimiento en Florencia-Caquetá, se presentan los hallazgos de un análisis sobre el impacto real de estas tecnologías en los emprendimientos locales. Este análisis examina las ventajas y limitaciones en la adopción de las TIC por parte de los emprendedores de la región. El libro también incluye un estudio de caso sobre emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores clave del desarrollo competitivo regional en Florencia-Caquetá. Este capítulo destaca cómo el turismo de naturaleza, apoyado en las TIC, se ha convertido en un sector estratégico para la competitividad regional, fomentando el

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

desarrollo sostenible y la valorización del patrimonio natural. Finalmente, se exploran las representaciones sociales en torno a las condiciones ambientales y socioeducativas que influyen en el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá. Este análisis aborda cómo los factores sociales, culturales y educativos del entorno regional afectan el desarrollo de emprendimientos en el ámbito del turismo.

Este libro ofrece una contribución significativa al conocimiento sobre los factores que impulsan la competitividad regional en territorios con gran biodiversidad. Asimismo, demuestra el impacto transformador que pueden tener las TIC cuando son empleadas de manera estratégica en el fomento del emprendimiento en entornos como Florencia-Caquetá.

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”	10
1.1. Resumen.....	11
1.2. Introducción	11
1.3. Materiales y métodos.....	13
1.4. Resultados	13
1.4.1. <i>El emprendimiento como determinante de la competitividad regional.</i>	26
1.4.2. <i>Aspectos para tener en cuenta para la evaluación de la Competitividad Regional y emprendimiento como factor determinante.</i>	38
1.5. Conclusiones	44
1.6. Referencias Bibliográficas	46
Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento	52
2.1. Resumen.....	53
2.2. Introducción	53
2.3. Materiales y Métodos.....	55
2.4. Resultados	56
2.4.1. Uso de las TIC para el emprendimiento.....	57
2.4.2. Emprendimiento TIC.....	59
2.4.3. Uso de las TIC para la competitividad	61
2.4.4. Estrategias TIC para fortalecer la competitividad de las empresas.....	64
2.5. Conclusiones	65
2.6. Referencias Bibliográficas	67
Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá	73
3.1. Resumen.....	74
3.2. Introducción	74
3.3. Materiales y métodos.....	78
3.4. Resultados	79
3.4.1. Valoración general sobre el aspecto tecnológico	81
3.4.2. Otras valoraciones del aspecto tecnológico en los emprendimientos	82
3.5. Conclusiones	88
3.6 Referencias Bibliográficas	90

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia..... 93

4.1. Resumen..... 94

4.2. Introducción 95

4.3 Materiales y métodos..... 97

4.4. Resultados 98

4.4.1. Análisis de la información99

4.4.2. Cadena de valor100

4.4.3. Ventajas Competitivas del Turismo en Florencia, Caquetá.....107

4.5. Conclusiones 123

4.6. Referencias Bibliográficas 125

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia 130

5.1. Resumen..... 131

5.2. Introducción 132

5.3. Metodología..... 133

5.4. Resultados 135

5.4.1. Turismo de naturaleza: condiciones ambientales.135

5.4.2. Turismo de naturaleza: condiciones sociales y educativas.....142

5.5. Conclusiones 152

5.6. Referencias Bibliográficas 154



CAPÍTULO 1

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN: “EL EMPRENDIMIENTO COMO DETERMINANTE PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD REGIONAL”

Autores:

DIANA ALÍ GARCÍA CAPDEVILLA, correo: dia.garcia@udla.edu.co

Docente de tiempo completo del programa Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia.

ORLANDO CELEITA MURCIA, correo: o.celeita@udla.edu.co

JHON JAIRO BELTRÁN CHICA, correo: j.beltran@udla.edu.co

Docentes de tiempo completo del programa Administración Financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia

1.1. Resumen

El presente apartado, tiene como objetivo describir los fundamentos teóricos y conceptuales sobre el emprendimiento como determinante para el desarrollo competitivo regional. Se logra evidenciar a partir de la revisión teórica, que el concepto de competitividad aún se encuentra en constante evolución y que no existe claridad de este. Se presentan varias definiciones, pero se logra establecer aspectos en común en donde se indica que para el desarrollo competitivo regional se deben considerar los determinantes. Estos determinantes son los elementos sobre los cuales se puede evaluar la competitividad en cualquier nivel, sea territorial, regional o empresarial. Un determinante importante es el emprendimiento, el cual es generado de acuerdo con las necesidades y potencialidades que se determinan en un territorio para el fortalecimiento del tejido empresarial y el aparato productivo regional.

Palabras clave: emprendimiento, competitividad regional, desarrollo competitivo.

1.2. Introducción

“La creación de riqueza y bienestar es el fiel reflejo de la competitividad en un espacio regional o nacional” (Vargas & Del Castillo, 2008, p.29). Por ello, las cuestiones de competitividad y productividad a nivel regional “han sido cada vez más un foco de preocupación académica y política por razones de equidad y cohesión social” (Gardiner B, Martin R, Tyler P, 2004, p.127), teniendo en cuenta que el desarrollo competitivo de las regiones representa el esfuerzo que debe tener la articulación de la empresa privada, con la académica y las instituciones públicas como gestoras para la conformación de un tejido empresarial acorde a las particularidades de las región, fortaleciendo el aparato productivo del territorio. En ese sentido Webber, Hudson, Boddy, & Plumridge, (2009) plantean que el objetivo de la política en las regiones y países consiste en “reducir aquellos diferenciales, que permitan elevar la competitividad de las regiones, lo cual ha sido clave para elevar los niveles generales de productividad en un nivel nacional (o transnacional) y cerrar la brecha en territorios competidores en un contexto global” (p.548).

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Por ello, “la competitividad se mide como la capacidad de las empresas, industrias, regiones y naciones para generar ingresos y niveles de empleo altos de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional” (OCDE,1997). En ese sentido, “la competitividad en Colombia es el resultado de un conjunto de estrategias adoptadas en el pasado, y destinadas a mejorar los niveles de la competitividad en el futuro” (Moscoso, 2013, p.148).

La competitividad es un término que desde el punto de vista conceptual es complejo de por sí, teniendo en cuenta que éste, ha sido definido desde diferentes disciplinas y enfoques. Por ello, “es uno de los temas que ha adquirido mayor relevancia en el debate académico y en las prioridades de la política económica tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo, como es el caso de América Latina” (Berdugo, 2014, p.158). Para el caso colombiano y en especial en el desarrollo competitivo regional, se han dado pasos importantes en el marco del establecimiento de programas que promocionan el fortalecimiento de un determinante de la competitividad.

Delgado, Ketels, Porter & Stern (2012), proponen una definición, la cual está relacionada de manera directa con la prosperidad, la innovación y el emprendimiento, cuyo objetivo es integrar aquellos aspectos que definen estos determinantes. Sin embargo, estos se pueden cambiar a través de la política y “a través del nivel esperado de producción dada la calidad general de un país, región o territorio como lugar para hacer negocios” (Delgado, Ketels, Porter, & Stern, 2012, p.6). Para Olczyk (2016) el fundamento teórico de la competitividad, desarrollo competitivo regional, emprendimiento como determinante, esta sobre la base de las teorías Keynesianas clásicas y neoclásicas, sobre la teoría de la economía del desarrollo, la nueva teoría del crecimiento y la nueva teoría del comercio, las cuales establecen que cada territorio debe definir con claridad un inventario de las actividades productivas más representativas y que puede potencializarse a través de nuevos canales de negocio y comercio a nivel externo.

1.3. Materiales y métodos

Desde el punto de vista metodológico, el proceso de investigación de este estudio se desarrolló de acuerdo con la finalidad y/o objetivo de este, es decir, en cuanto a establecer los fundamentos teóricos que aportan al concepto de competitividad regional y uno de sus determinantes como lo es el emprendimiento. De acuerdo con esto, la investigación para el análisis de revisión teórica se establece desde un alcance transversa y exploratorio de carácter descriptivo.

En ese sentido, de acuerdo con el objeto de estudio, este se halla dentro del ámbito social y económico y se enmarca en un paradigma o modelo de investigación que se da desde las perspectivas del investigador y de las variables que deben ser observadas. Para el caso en concreto, estas se determinan desde el concepto de competitividad regional y el emprendimiento. Al respecto, la elaboración de informes interpretativos debe captar la complejidad de la acción en cuanto a definir de acuerdo con la teoría los conceptos que permitan demostrar sus orígenes y evolución.

La investigación comprende un enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que se desarrolla un proceso de reflexión y sistematización con la finalidad de interpretar y comprender la realidad de como desde el emprendimiento como determinante aporta al desarrollo de la competitividad regional. Del mismo modo, este enfoque permite investigar fenómenos sociales, si bien es cierto corresponde a más que a una revisión de literatura, el aporte se da en la manera en cómo se desarrolla el discurso en relación con los conceptos y evolución de estos. Es decir, que la explicación debe basarse en las semejanzas observadas de acuerdo con los planteamientos de cada uno de los autores seleccionados.

1.4. Resultados

Las cuestiones de competitividad y productividad a nivel regional “han sido cada vez más un foco de preocupación académica y política por razones de equidad y cohesión social” (Gardiner B, Martin R, Tyler P, 2004, p.127), teniendo en cuenta, que la equidad y

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

cohesión social, pueden verse como una ventaja competitiva que refleja el desarrollo que se da en un espacio regional o nacional. En ese sentido, el desarrollo competitivo de las regiones representa el esfuerzo que debe tener la articulación de la empresa privada con la academia y las instituciones públicas, como gestoras para la conformación de un tejido empresarial acorde a las particularidades de la región, fortaleciendo de esta manera el aparato productivo del territorio. Frente a esto, Webber, Hudson, Boddy, & Plumridge (2009) plantean que, el objetivo de la política en las regiones y países consiste en “reducir aquellos diferenciales, que permitan elevar la competitividad de las regiones, lo cual ha sido clave para elevar los niveles generales de productividad en un nivel nacional (o transnacional) y cerrar la brecha en territorios competidores en un contexto global” (p.548), es decir, que para elevar los niveles de productividad dentro de la regiones, se deben establecer políticas públicas acorde a las necesidades y particularidades de los territorios fortaleciendo procesos de innovación y emprendimiento.

Para la OCDE (1997), “la competitividad se mide como la capacidad de las empresas, industrias, regiones y naciones para generar ingresos y niveles de empleo altos de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional”.

Para Hategan (2012), el concepto de competitividad “se puede entender a partir del nivel de distorsión a un producto, empresa, industria o sector, región, nación, bloque comercial o a aspectos globales, en donde existe una relación entre los niveles de competitividad” (p.41). Estos niveles de competitividad conllevan a dar paso al establecimiento de los determinantes siendo el emprendimiento uno de estos. Por ello, “la amplitud conceptual conlleva a que se generen diversas definiciones las cuales pueden ubicarse en diferentes niveles, por ejemplo, basados en la unidad industrial, en el sector y las que tienen como referencia la economía nacional” (Parada, 2005, p. 39) siendo factores clave el emprendimiento y la innovación.

Siudek & Zawojnska (2014), plantean que la competitividad como termino no es lo suficientemente preciso a pesar de ser un concepto usado en economía. No existe una

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

definición que este generalmente aceptada sobre lo que es la competitividad. Frente a esto, Mancha, Moscoso & Santos (2017) consideran que el termino hace referencia a poder entender los elementos que de una u otra forma son claves y que permiten mejorar el bienestar económico haciendo una mejor distribución de la renta. Esto permite, que se vincule la importancia que tiene el territorio en el desarrollo competitivo de las empresas a partir del establecimiento de mejores condiciones, en donde prima la competitividad empresarial y del territorio en función del desarrollo económico de las regiones.

De acuerdo con lo anterior, Hategan (2012); Berdugo (2014) & Ceptureanu, Ceptureanu & Luchian (2016), plantean que el concepto de competitividad no tiene límites precisos y que se puede definir en relación con otros conceptos o teorías. Teniendo en cuenta, que en muchos casos esta definición está determinada desde el análisis que se da, es decir, si se hace un análisis de la competitividad desde lo empresarial, regional, de un sector o la nación. Es por ello, que el concepto debe estar abordado de manera integral, teniendo en cuenta, que tiene un contenido particular que se percibe de manera diferentes de acuerdo con el sistema o análisis que se involucre. Sin embargo, cada escuela del pensamiento que ha existido a través de la historia ha tenido efectos importantes en la definición de la competitividad, incluso cuando se ha hecho referencia a la competitividad internacional, nacional, regional o de la misma empresa. El siguiente cuadro, muestra los diferentes pensamientos que llevan implícitos elementos importantes para el análisis y definición del concepto de competitividad.

Tabla 1.1

Incidencia de teorías económicas en el concepto de competitividad.

Teoría	Aspectos Teóricos	Implicaciones en el Concepto de Competitividad
Teoría Económica Clásica	Para Adam Smith, las inversiones de capital y el comercio aseguran la especialización y dan como resultado un aumento de la	<ul style="list-style-type: none"> • Cada nación juega un cierto papel en la división de la fuerza laboral basada en la ventaja comparativa. • Si la tecnología y la productividad son las mismas para cada nación, el comercio no tendría sentido. • Si un estado es más productivo que el otro para producir un determinado bien, podría registrar un

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

productividad y la declive de esta industria en términos de libre producción. comercio.

Teoría Económica Neoclásica	<p>Las condiciones de un mundo basado en la competencia perfecta. Este se basa en el modelo Ricardiano, que comprende otros dos factores de producción, trabajo y capital, y supone que la tecnología es la misma y las ventajas comparativas se deben a las diferencias generadas por la abundancia de factores de producción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cada nación tiene su propio papel en la división del trabajo, en función de las proporciones relativas de los factores de producción. • Si la proporción es la misma, entonces el comercio sería inútil. La igualación de los precios de los factores implica un cierto grado de convergencia de los ingresos derivados del capital y el trabajo. • En condiciones de competencia perfecta, el concepto de competitividad no es sostenible a largo plazo.
La teoría keynesiana	<p>La dinámica de la demanda y en el grado de empleo, además se centra en las expectativas, porque influyen en las inversiones y el comportamiento de consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El estado puede interferir con éxito cuando sea; Los mercados imperfectos permiten la existencia de disparidades regionales. • La convergencia regional puede adquirirse a través de políticas económicas.
Teorías de la Economía del Desarrollo	<p>Las regiones centrales que tienen una ventaja productiva mantendrán sus posiciones por delante de las regiones periféricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las políticas económicas deberían considerar el estado de desarrollo de cada región. • Las políticas económicas deberían promover los "efectos de multiplicación" de la IED

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Teoría del Crecimiento Endógeno	Comprende el hecho de que la acumulación de conocimiento genera un aumento de los ingresos.	<ul style="list-style-type: none">• Las mejoras tecnológicas y de capital humano representan los motores del crecimiento.• El libre comercio es un determinante del crecimiento y el desarrollo tecnológico. Las inversiones en I + D son muy importantes
Nuevas Teorías del Comercio	Esta se basa en las economías de escala y la diferenciación de productos, como las explicaciones más importantes para los modelos de comercio entre naciones.	<ul style="list-style-type: none">• La especialización laboral es necesaria. Las inversiones intensifican las economías de escala.

Nota. Existen diferentes aspectos teóricos que llevan implícitos aportes al concepto de competitividad. Fuente: elaboración propia a partir de la revisión Teórica de (Hategan, 2012, p.44).

Como se puede observar, desde el punto de vista de los enfoques clásico y neoclásico la diferencias que existen, “se centra en que el primero aborda la competitividad a nivel macro, mientras que el segundo lo hace desde el nivel micro” (Siudek & Zawojka, 2014, p.95). De igual forma, las demás teorías contemplan aspectos importantes como la división del trabajo, además de la relación que tienen los factores de producción desde el punto de vista empresarial, regional y nacional. Así mismo, Siudek & Zawojka (2014) indican que los factores que están en relación con la empresa como sus activos, procesos organizacionales, desempeño y consolidación de redes, son determinantes que facilitan de manera efectiva la competitividad o que hacen parte de la competitividad, pero que, a su vez, se pueden ver afectado por las políticas de gobierno, así como por las instituciones públicas y privadas que ejecutan estas políticas, las cuales deben estar orientadas a procesos emprendedores o ecosistemas de emprendimiento. Lo anterior, conlleva a que para determinar esta relación es necesario dentro de su selección, que las variables puedan ser asociadas a la construcción de indicadores que sean apropiados

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

para medir y evaluar la competitividad desde los niveles empresarial, regional, por sectores y nacional.

Otro de los aspectos para tener en cuenta frente a las implicaciones de las teorías económicas en el concepto de competitividad, corresponde a lo planteado por Tomasz y Zawajska (2014) en cuanto a que la discusión generada, se ha centrado en cuatro situaciones que son importantes, “la división del trabajo, participación de los mercados, costos y precios, y por último, lo concerniente a la productividad” (p.145), lo que conlleva, a que el papel que juegan los gobiernos en cuanto a la adopción de políticas públicas, debería ser prioritario desde el punto de vista del comportamiento microeconómico. Para que, del mismo modo, estas políticas conlleven a la consolidación y conformación de empresas a partir de procesos innovadores y emprendimientos que estén asociados a satisfacer la necesidades del territorio.

En ese orden de ideas, tanto las empresas como los territorios, regiones y naciones hacen parte de la dinámica natural de los mercados nacionales como internacionales, siendo el estudio de la competitividad regional, como de sus determinantes siendo el emprendimiento uno de estos, un fenómeno que permita evidenciar el desarrollo económico y social de estos actores, si bien así podrían llamarse. De acuerdo con lo anterior, el análisis de la competitividad debe estar “determinado por la capacidad de crear un entorno que permita el desarrollo de la productividad, el cual debe ser el reflejo en mejores niveles de vida de los habitantes” (Romo y Abdel, 2005, p.206). Por ello, tanto el fin de la competitividad regional como el de la competitividad de las empresas y de los factores que la conforman, buscan el bienestar de los habitantes integrando características sociales, culturales e institucionales, siendo este un análisis integral, lo que conlleva a que desde lo empírico se diseñen modelos para medir, evaluar y definir sus determinantes.

Desde luego, comparar el desempeño de empresas y territorios puede considerarse un atributo desde el punto de vista del concepto de competitividad. Teniendo en cuenta, que es a través del establecimiento de indicadores que se puede evidenciar como los

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

territorios, empresas y sectores productivos crece en un determinado periodo de tiempo (Kresl y Sinng, 1999). Lo anterior, conlleva a indicar en como el comercio interno y externo crece en un determinado tiempo, puede ser medido a través de diferentes indicadores que evalúan aspectos puntuales, desde el punto de vista del crecimiento de las empresas, territorios, regiones y país. Lo que conlleva, a pensar que la competitividad está orientada a determinar la capacidad de participación que tienen los sectores productivos o el territorio, para poder alcanzar los mercados tanto nacionales como internacionales.

Parada (2005), resalta de la Teoría de Adam Smith que “una nación debe ser exitosa en la medida que la productividad del país crezca en cuanto al comercio internacional de bienes y servicios a un menor costo que las demás naciones” (p.34). Frente a esto, Michael Porter quien es uno de los referentes que ha realizado aportes significativos al concepto de competitividad, en su trabajo “*La Ventaja Competitiva de las Naciones*” Porter (1990) plantea varios aspectos que se deben tener en cuenta. El primero de ellos, corresponde a las empresas, las cuales a través de procesos de innovación y emprendimiento pueden generar ventajas competitivas. En segundo lugar, corresponde a los 4 atributos que crean un entorno nacional y que se describen en su diamante.

Estos atributos, son considerados “como el ingrediente esencial en donde la nación es el catalizador y retador para presionar a las empresas a que sean más productivas y capaces de sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales” (Porter, 1990, p.112). En ese sentido, se observa como la conformación de un entorno altamente competitivo para las empresas, debe tener como punto de partida el gobierno, quien a través de sus políticas públicas debe definir un sistema que promueva, ejecute y diseñe estrategias y apuestas productivas que dinamicen la productividad de aquellos sectores que son estratégicos en las regiones, de acuerdo con sus particularidades y a su aparato productivo regional, procesos de innovación y conformación de sistemas o ecosistemas emprendedores.

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Como consecuencia de lo anterior, Tomasz y Zawajska (2014) hacen un aporte importante al concepto de competitividad, desde el punto de vista de que la competitividad es un conjunto de características de una unidad de análisis con respecto a otras unidades de análisis y que se pueden comparar entre sí. Estas comparaciones, están dadas a partir de un determinado mercado donde se relacionan conceptos como productividad, innovación, emprendimiento y la forma en como se hace por parte de las unidades de análisis la distribución o partición del mercado. De acuerdo con lo anterior, estas unidades de análisis deben estar en un marco de referencia a nivel empresarial, sectorial, industrial, regional y de la nación, relación que se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 1.2

Teorías Económicas para determinar el concepto de competitividad.

Autor	Teoría	Relación con la Competitividad
Adam Smith	De la mano invisible	Las partes que involucran el libre comercio pueden obtener beneficios cuando se especializan determinando así una ventaja absoluta. Lo que conlleva a que cada país exporte bienes a un menor costo e importe los bienes que produce a los costos más altos. Un país puede beneficiarse del comercio exterior incluso si carece de una ventaja absoluta sobre sus socios comerciales en la producción de bienes. Solo necesita tener una ventaja relativa en cualquier bien para poder venderlo en el exterior.
David Ricardo	De la ventaja competitiva	El crecimiento de la productividad se considera como el principal motor de la competitividad, en donde se asocia con el alto nivel de vida.
Paul R. Krugman	Concepto de competitividad	La competitividad depende de la productividad, la cual requiere de un entorno empresarial, el cual debe respaldar los

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

procesos de innovación y gestión, en el desarrollo de cuatro condiciones que son: dotación de factores, condiciones de demanda, relación de las industrias o sectores productivos, y la estrategia como rivalidad de las empresas.

Nota. Con respecto a las teorías desarrolladas por estos autores, se pueden identificar elementos que tienen relación en cuanto al concepto de competitividad. Fuente. elaboración propia, sobre la base teórica de Tomasz y Zawojka (2014).

En primer lugar, la importancia del comercio exterior a partir de una ventaja comparativa y de cómo las empresas pueden beneficiarse; en segundo lugar, el término de productividad el cual se ha mencionado anteriormente, recae tanto en las empresas como para las regiones, territorios o naciones.

Lo anterior, teniendo en cuenta que se debe establecer un entorno que garantice procesos de innovación, emprendimiento y de gestión, permitiendo que la competitividad no solo sea entre las empresas, sino también entre territorios y naciones; y, en tercer lugar, se puede decir que, con respecto a la competitividad, el bienestar y calidad de vida se asocia a la forma en como empresas y territorios generan riqueza y altos niveles de calidad de vida para sus habitantes o las personas que integran esos territorios.

En ese sentido, “el concepto de competitividad ha sido abordado por los teóricos de la economía y los encargados de formular políticas durante varios cientos de años, tratando de comprender los impulsores de la prosperidad económica y de bienestar social” (Glugles, 2019, p.19). Por ello, el concepto está dividido en dos aspectos, uno, que corresponde a las empresas, en donde la producción de cada una de estas se pueden considerar desde el análisis de la competencia perfecta, como supuesto desde el punto de vista que los procesos que se derivan de los determinantes como la innovación y el emprendimiento son dinámicos y por ende maximizan los recursos en relación con los

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

precios del mercado. Un territorio altamente innovador a partir de procesos de emprendimiento, se considera un territorio altamente competitivo.

El segundo aspecto, corresponde a los territorios o naciones, en donde Krugman y Porter hacen un aporte significativo, teniendo en cuenta que la productividad es considerada el elemento base para la competitividad. Teniendo en cuenta que cada sector productivo debe tener la capacidad de adoptar procesos de innovación y emprendimiento, lo que conlleva a un crecimiento competitivo estableciendo actividades económicas, que puedan generar procesos productivos que aporten al desarrollo competitivo de los territorios. De acuerdo con lo anterior, en el siguiente cuadro se presentan diferentes autores que han desarrollado importantes aportes al concepto de competitividad, teniendo en cuenta las implicaciones y relaciones, que, desde el punto de vista de las teorías económicas aportan a la definición de competitividad.

Tabla 1.3

Definiciones del concepto de Competitividad.

Autor	Concepto
Scott y Lodge (1985)	La competitividad nacional es la capacidad de un país para producir, crear, distribuir y dar servicio a productos en el comercio internacional. El país tiene la capacidad de cumplir los objetivos fundamentales que
Fagerberg (1988)	plantea en la política económica, orientado al crecimiento del ingreso y el empleo, pero no afectando la balanza de pagos.
Buckley, Pass y Prescott (1988)	La eficiencia como la efectividad deben estar en función de alcanzar las metas asumiendo el menos costo posible y dirigidos a poder alcanzar los objetivos; por ello, definir las metas a nivel industrial es importante, puesto que la competitividad debe incluir los fines como los medios para alcanzar el mejor nivel.
Haguenauer (1989)	La industria está en la capacidad de producir bienes de calidad, los cuales son requeridos en el mercado, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores, comparado con las industrias que son iguales en el resto del mundo en un determinado periodo de tiempo.
Porter (1990)	El único concepto significativo de competitividad a nivel nacional es la productividad nacional. La competitividad es la capacidad de una

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

	<p>economía para proporcionar a sus residentes un nivel de vida en aumento y un alto nivel de empleo que sea sostenible</p> <p>Para sostener la calidad de vida de la población, el único camino se argumenta sobre la base del aumento de la productividad, para de esta manera tener la capacidad de sostener la participación de esta productividad en los mercados internacionales.</p>
Porter (1990)	<p>La Competitividad corresponde a la forma en cómo se puede expresar la productividad, puesto que es la capacidad que tiene un país para mejorar los niveles de vida, puesto que al aumenta la productividad aumenta la calidad de vida de sus habitantes.</p>
Krugman (1990- 1994)	<p>Corresponde a un conjunto de indicadores que proveen un foco de atención altamente legitimo.</p> <p>Bajo un principio sistémico, los países tanto industrializados como en proceso de desarrollo se diferencian en cuatro niveles que son: el Meta, Macro, Meso y Micro, en donde el nivel Meta corresponde a evaluar los factores que tienen que ver con la capacidad de integrar aspectos de la sociedad con la estrategia; frente al nivel Meso evaluar lo correspondiente al entorno que es capaz de fomentar, para multiplicar los esfuerzos al nivel de las empresas.</p>
Cohen (1994)	<p>Es la capacidad de las regiones, en el aprovechamiento de las capacidades locales para llevar a cabo procesos de innovación.</p>
Esser, Hillebrand, Messner, & Meyer-Stamer (1996)	<p>Competitividad de una empresa y su participación en el mercado competitivo.</p> <p>Otra definición de competitividad, en donde la participación de las naciones en mercados mundiales de sus productos conlleva a que la competitividad es un juego de suma cero, debido a que la ganancia de estas naciones se produce a expensas de otros.</p>
Porter (2003)	<p>Es la capacidad que tiene una organización, pública o privada de obtener ventajas que conlleven a consolidar una mejor posición en el entorno en el que se desenvuelve, a partir de la obtención de mayores rendimientos que sus competidores.</p>
Ajutabh y Momoyama (2004)	<p>La fortaleza económica es la competitividad de una empresa con respecto a otras empresas en un mercado global, donde los productos, servicios e innovaciones pueden moverse de manera libre sin importar los límites geográficos.</p>
Porter y otros (2008)	
Mathews, (2009)	
Chao-Hung y Li-Chang (2010)	

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Altomonte y otros (2012)	La competitividad externa o internacional es la capacidad de intercambiar los bienes y servicios que abundan en el país de origen por los bienes y servicios que escasean en este país.
Mancha, Moscoso y Santos (2016)	En términos generales la competitividad es la capacidad de competir en mercados que tienen las empresas, las regiones y las naciones, aunque el concepto para es más aceptable cuando se trata de las empresas, pero en referencia de las regiones y las naciones es más ambiguo.
A partir de las Instituciones	Concepto
Comisión Europea (1999)	Cuando un territorio, afronta la competencia del mercado y puede garantizar al mismo tiempo la viabilidad medioambiental, económica, social y cultural en la logia de la articulación interterritorial.
Comisión Europea (2001)	La competitividad de una nación es la capacidad de una economía para proporcionar a su población niveles de vida elevados y en aumento y altas tasas de empleo de manera sostenible.
CEPAL (2012)	Corresponde al grado que tiene un país bajo condiciones de mercado libre, para producir bienes y servicios que pueden superar la prueba de los mercados internacionales, lo que permite el incremento en forma sostenida de los ingresos reales de su población.

Nota. De acuerdo con lo planteado en el cuadro anterior, se puede identificar varios aspectos dentro de la discusión Fuente: elaboración propia, a partir de la revisión de literatura.

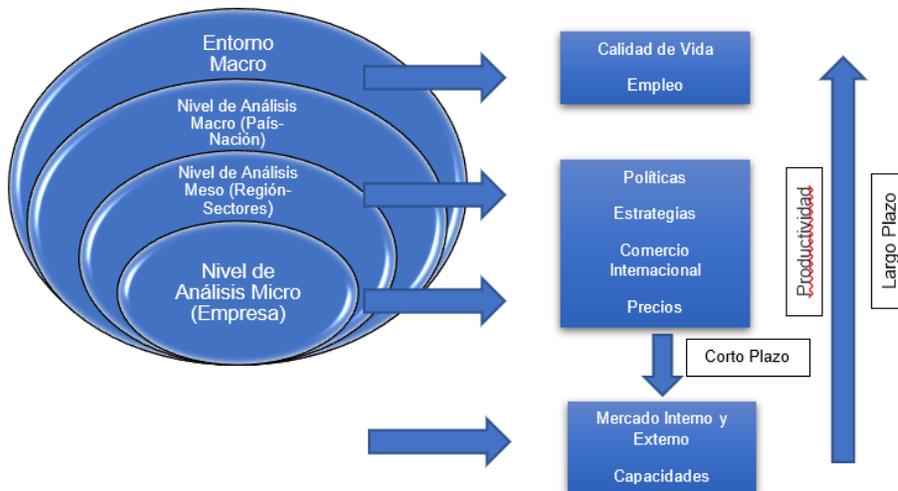
En primer lugar, corresponde a que la competitividad en un primer momento está ligado únicamente a las empresas, pero que, a partir de la década de los noventa, se incluye en la discusión variables como el territorio bajo el concepto de Porter (1990). Frente a la competitividad territorial, el aporte de diferentes autores establece, que es también la capacidad que tienen las empresas al igual que los territorios, para crear una ventaja competitiva frente a otros territorios teniendo en cuenta sus particularidades. Del mismo modo, aportan al concepto de competitividad las organizaciones que también se vinculan a la discusión como el Foro Económico Mundial, World Economic Forum por si siglas en inglés *WEF*, la OCDE, el Banco Mundial y la CEPAL. Otro aspecto importante, está relacionado en cuanto a la eficiencia y efectividad de los mercados en los niveles industriales o por sector productivo. Teniendo en cuenta, que debe estar dirigido al logro

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

de metas, las cuales deben alcanzarse “asumiendo el menor costo posible y dirigido a poder alcanzar los objetivos; por ello, definir las metas a nivel industrial es importante, puesto que la competitividad debe incluir los fines, así como los medios para alcanzar el mejor nivel” (Buckley, Pass y Prescott,1988, p.181). Del mismo modo, “la industria está en la capacidad de producir bienes de calidad, los cuales son requeridos en el mercado, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores, comparándolo con las industrias que son iguales en el resto del mundo en un determinado periodo de tiempo” (Haguenauer, 1989, p.13). En ese sentido, Porter (1990) establece que la competitividad nacional debe ser el resultado de la productividad nacional y que está representada en la capacidad que tiene una economía en proporcionar mejor calidad de vida a sus habitantes a través de un alto nivel de empleo. Es decir, a partir del desarrollo industrial y de los sectores productivos que se consideren más estratégicos para competir y determinar estos como una ventaja competitiva.

Figura 1.1

Análisis del concepto de competitividad



Nota. El concepto de competitividad parte de entender éste como un sistema, el cual está conformado por diferentes niveles que hacen parte de su análisis. Fuente: elaboración propia a partir de la revisión teórica de (Lombana, 2011; Aiginger, Barenthaler-Sieber, Vogel, 2013; Segota Tomljanovic & Hudek, 2017)

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que el Estado quien tiene la “función de regular aspectos de precio como política de regulación, creando así un excedente social, en el cual están vinculados grupos de consumidores y de productores” (Dresh, et. al. ,2018). Lo anterior, indica que el “estado debe garantizar un flujo sostenible de riqueza económica de la empresa a sus ciudadanos, lo que significa que los ingresos o beneficios directos resultaron de los servicios ofrecidos por el estado y su infraestructura” (Hategan, 2012, p.41).

1.4.1. El emprendimiento como determinante de la competitividad regional.

La literatura científica, se ha interesado por explorar el tema de la competitividad regional y de cómo ésta desarrolla ventajas competitivas a partir de sus particularidades. Como se ha podido observar en apartados anteriores, el concepto de competitividad desde el análisis realizado en cada uno de los niveles permite establecer que desde el punto de vista de competitividad regional no existe gran diferencia en su conceptualización, teniendo en cuenta que su análisis también parte de entender factores determinantes internos como externos.

En ese sentido, la competitividad regional “representa la capacidad de una economía para optimizar sus recursos locales, competir y prosperar en los mercados internacionales y nacionales y adaptarse a los cambios” (Hațegan, 2012, p.42). De acuerdo con lo anterior, poder establecer ciertas “condiciones que permitan la integración de un mercado común que permita el desarrollo regional en correlación con la competitividad de la industrial” (Ceptureanu, Ceptureanu, & Luchian, 2016, p.518) condiciones que deben estar dadas a partir por un lado de políticas públicas que fomenten la calidad de vida, desde el punto de vista de procesos de innovación y emprendimiento, así como la conformación de ecosistemas emprendedores para generar ventajas competitivas.

En ese sentido, una región es competitiva teniendo en cuenta que el desarrollo de las actividades productivas debe permitir que tanto habitantes como organizaciones públicas o privadas “sean eficaces y eficientes, lo que implica que cuenten con infraestructura,

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

equipamientos, capital humano e instituciones necesarios para aprovechar sus ventajas comparativas constituyéndolas en competitivas” (Mayor, Davó, & de la Hera, 2012, p.147).

Por ello, desde el nivel micro se ha determinado que las empresas son clave en el desarrollo competitivo de un país, cuyas regiones o territorios que lo comprenden crean un núcleo que conlleva al desarrollo económico. Es decir, desde la conformación de un tejido empresarial que nace de proceso de emprendimientos que contribuyen a satisfacer la necesidades sociales y económicas de cierto territorio. En ese sentido, desde el punto de vista del análisis de competitividad que comprende el nivel meso, la competitividad regional está dada a través de “las habilidades que tienen estas regiones para desarrollar un excelente sistema educativo y mejorar sus habilidades de empleo a través de la capacitación las cuales son vitales para la competitividad” (Ciocanel & Pavelescu, 2015, p.729), establecidos en la conformación de una cultura emprendedora como determinante de competitividad regional. Desde el punto de vista macro, en relación con la competitividad regional “los teóricos de la economía y los encargados de formular políticas durante varios cientos de años, tratando de comprender cuales son los impulsores de la prosperidad económica y de bienestar social” (Gugler, 2019, p.16) plantean, que estos impulsores deben estar en cabeza de todas las instituciones, políticas y factores que pueden determinar los niveles de productividad de un país, región o territorio.

Lo que conlleva a la generación de dinámicas entre sectores empresariales o aquellos sectores productivos estratégicos al interior de las regiones. Teniendo claridad en la fortaleza de su aparato productivo que dinamice dichos sectores. dinamizando el sector empresarial o aquellos sectores productivos estratégicos. Pero esta dinamización, puede verse afectada desde el punto de vista regional, debido a las limitaciones que tiene en si el concepto de competitividad. Estas limitaciones estarían dadas a partir de ver la competitividad regional en cuanto a “productividad, capacidad de la región para participar en la competencia nacional o internacional en términos de comercio, también como bienestar, o como objeto social y económico” (Talmaciu & Cismas, 2017, p.117). Frente a estas limitaciones que se pueden presentar con respecto a la competitividad regional,

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Ceptureanu, Ceptureanu, & Luchian (2016) plantean que existen cuatro factores que conllevan a superar estas limitaciones desde el punto de vista conceptual que son:

- Estructura de la actividad económica, representada por el porcentaje de población empleada en agricultura, industria manufacturera, construcción, servicios comerciales y no comerciales; las regiones con mayor PIB / cápita tienden a concentrarse en los servicios comerciales y las industrias manufactureras.
- Alcance de la actividad de innovación, medido por el número de patentes para el registro; las regiones con un mayor PIB / cápita tienden a tener un mayor número de solicitudes de patentes que otras regiones.
- Accesibilidad de la región, evaluada por un índice de periferia; las regiones cuyo PIB / cápita está por encima del promedio tienden a tener una mejor accesibilidad.
- Cualificación de los recursos humanos, medida por el número y el porcentaje de personas en el rango de 25-59 años que tienen un alto nivel de educación (nivel universitario), medio (segundo ciclo de educación secundaria) y bajo (educación básica); Las regiones más desarrolladas tienden a tener una proporción superior al promedio de trabajadores altamente calificados (p.519).

De acuerdo con lo anterior, contemplar que estas limitaciones se pueden superar teniendo en cuenta que la competitividad regional puede ser medida, evaluada y analizada a partir del establecimiento o definición de indicadores macro, meso y micro. Sumado a ello, dentro de un contexto de economía globalizada la cual está en un constante cambio, existen otros factores determinantes para el desarrollo competitivo regional a partir de la gestión y conocimiento donde el “capital humano, es un determinante fundamental para elevar a productividad y mejores niveles de bienestar y calidad de vida” (Padilla & Juárez, 2007, p.47). El capital humano se mide a partir de la adquisición de conocimientos y habilidades para adaptarse a los cambios generados por el desarrollo de una economía globalizada, permitiendo así la generación de procesos de innovación. Lo anterior conlleva, a que los procesos emprendedores son dados desde las capacidades que se desarrollan del capital humano en articulación con políticas públicas y de gestión.

De igual forma y de acuerdo con lo anterior, Michael Porter, Paul Krugman y Josep Stiglitz, definen la competitividad regional a través de diferentes enfoques que hacen mención de que la competitividad regional “implica componentes estáticos y dinámicos” (TÑNase & TÑNase, 2013, p.84). La siguiente tabla hace una descripción de estos componentes con respecto al concepto de competitividad regional.

Tabla 1.4

Estructuras conceptuales de competitividad regional.

Autor	Concepto
Porter (1990-1991)	<ul style="list-style-type: none"> • Son los sectores que ganan o pierden ventaja competitiva no el país. • El único concepto de ventaja competitiva en un país la productividad, explicado desde los determinantes de la productividad. • A partir de ello se establece el diamante de Porter. • La ventaja competitiva se establece con el eficiente desempeño de los determinantes.
Krugman (1994)	<ul style="list-style-type: none"> • Los países no pueden dejar de existir si no son competitivos como en el caso de las empresas. • La realidad de un país está dada por el esfuerzo individual y por las decisiones de las instituciones. • El tema central de la competitividad se reduce a la productividad ligado al desarrollo económico y crecimiento del país.
Stiglitz (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del papel que tienen los gobiernos en la regulación de los mercados. • Para medir el desempeño de un país, territorio o región es necesario entender el entorno. • Es posible en trabajo conjunto entre territorios para alcanzar objetivos comunes.

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

	<ul style="list-style-type: none">• El crecimiento de toda nación debe ser equitativo, sostenible y democrático.
--	--

Nota. Para Porter (1990), Krugman (1994) y Stiglitz (2002), la intervención del gobierno en el establecimiento de políticas macroeconómicas que dinamicen los aspectos microeconómicos de la economía (nivel Macro) son fundamentales, debiendo existir metas en común que permitan el desempeño eficiente, pero a su vez que se comprenda el entorno. Fuente: elaboración propia a partir de la revisión de la literatura.

Lo anterior, conlleva a que un desempeño eficiente de las políticas públicas las cuales están asociadas a el fortalecimiento del tejido empresarial debe tener como punto de partida para el desarrollo competitivo regional, determinantes como el emprendimiento y la contribución de este al mejoramiento de la productividad.

Frente a esto, Antanescu y Dumitrescu (2007) plantean que la “La competitividad regional representa la capacidad de producir bienes y servicios que satisfacen los requisitos del mercado interno y externo, en el contexto de mantener un nivel alto y sostenible de desarrollo económico y social” (p.67) desde el punto de vista de productividad, siendo esta “la base del nivel de prosperidad que caracteriza una determinada economía” (Tanase & Tanase, 2013, p.84).

De acuerdo con esto, hablar de la competitividad de las regiones o de una competitividad regional comprende, la forma en “como las regiones tienen la capacidad para producir en un nivel suficiente, permitiendo el aumento de ingresos y el grado de ocupación de su población” (M. Chitea, 2015, p.130), lo anterior conlleva, a que “las economías competitivas pueden proporcionar un mayor nivel de ingresos a sus ciudadanos (Tanase & Tanase, 2013, p.84). Esta capacidad también está dada, desde la forma en como en estos territorios los emprendimientos están ligados al potencial productivo y de las particularidades de la región las cuales se pueden convertir en activos importantes dentro de un proceso de ventaja competitiva. En ese sentido, se presentan diferentes perspectivas en cuanto a la definición de la competitividad regional y la forma en como

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

ésta se puede entender. En la siguiente tabla, se hace una descripción de estos puntos de vista o perspectivas con respecto a la definición de competitividad regional.

Tabla 1.5

Perspectivas del concepto de competitividad Regional

Perspectiva	Definición
Como agregado de la micro competitividad	La competitividad regional se ha considerado a menudo como el agregado de la micro competitividad o un derivado de la competitividad nacional. Sin embargo, muchos académicos enfatizan la escasez de tales perspectivas sobre la competitividad regional. Según Cellini y Soci (2002), no se trata del concepto basado en la empresa ni del nacional, sino del concepto más complejo.
Como derivado de la Macroeconomía	La definición de competitividad regional como un derivado macroeconómico tiene su origen en la opinión de que la productividad microeconómica es una condición necesaria pero no suficiente para la competitividad regional. Una prosperidad regional sostenida medida por el ingreso per cápita, la tasa de empleo y un entorno favorable y saludable es clave para evaluar la competitividad regional alcanzada.
Como responsabilidad Política	La competitividad regional, medida por el conjunto de indicadores regionales de rendimiento relacionados con el producto, es el elemento clave de los responsables de las políticas para mejorar el nivel de vida, el bienestar de las personas y lograr una cohesión socioeconómica y territorial. Por lo tanto, intentan mejorarlo a través de una política regional coherente y responsable. Recientemente, los encargados de formular políticas se centran en la descentralización y en un enfoque ascendente.

Nota. Comprender lo que es la competitividad regional y lo que ello implica, Borozan (2008) explica que esta puede ser vista desde diferentes perspectivas. Fuente: elaboración propia a partir de (Borozan, 2008, p.58).

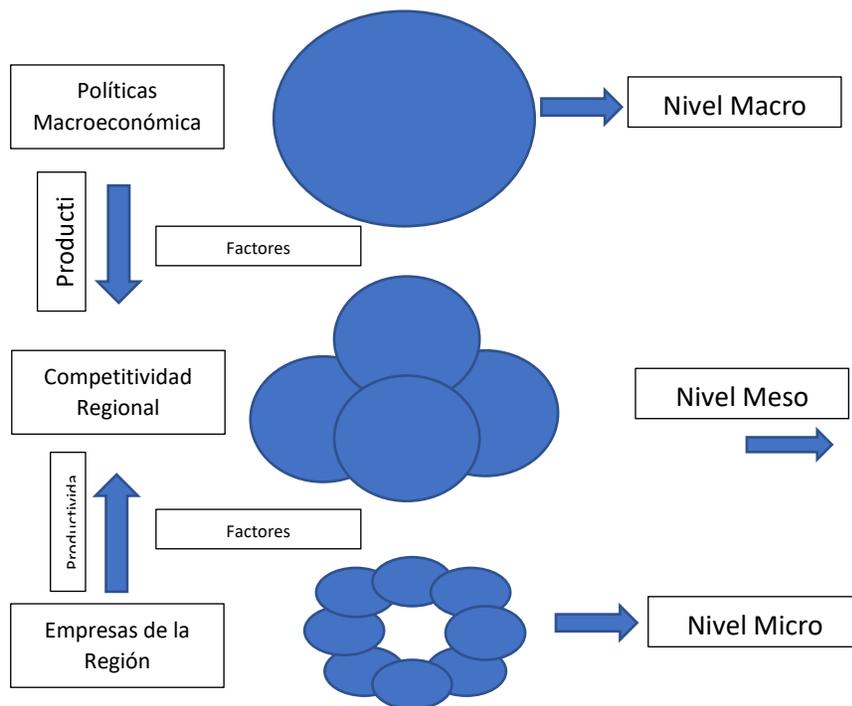
La primera perspectiva, como se puede observar es la productividad de las empresas en una determinada región conlleva al posicionamiento y desarrollo regional. Pero desde esta perspectiva micro no se tienen en cuenta aquellos factores externos que dependen de las políticas macroeconómicas que pueden incidir en el mediano y corto plazo. Desde la perspectiva macroeconómica, “la competitividad regional no es un derivado de la competitividad nacional, debido a que existen diferencias entre la economía nacional y la economía regional” (Borozan, 2008, p.56). Es decir, la primera contempla un nivel un

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

poco más alto que la misma competitividad regional, desde el punto de vista de los responsables de quienes elaboran las políticas. La segunda, contempla el diseño de estas políticas a partir del direccionamiento para fomentar el desarrollo, eficiencia y efectividad tanto de instituciones como de infraestructura para el desarrollo competitivo de las regiones. Sumado a ello, fortalecer el desarrollo de conocimiento como factor determinante que corresponde al capital humano, puede ser considerado como un alto valor agregado el cual permite el desarrollo de actividades de innovación y emprendimiento. En ese sentido, M. Chitea (2015) plantea que “la fuente de competitividad regional puede encontrar su origen en diferentes niveles, donde las causas corresponden a al efecto de una suma de factores, más que al impacto individual” (p.130). Por ello, el análisis que se ha venido planteando, pretende diferenciar los niveles micro, meso y macro, en donde a partir del nivel meso se puede hacer una relación a la competitividad regional, teniendo en cuenta que el “nivel micro (competitividad microeconómica), nivel económico meso (competitividad regional) y nivel macro (competitividad macroeconómica o nacional o macro-competitividad)” (Borozan, 2008, p,52), indicando que entre los niveles micro y macro esta la competitividad regional, siendo esta la sumatoria de los factores de los niveles ya mencionados. La siguiente figura, describe como la suma de factores determinantes más las empresas productivas, el establecimiento de políticas macroeconómicas conllevan a un desarrollo competitivo regional.

Figura 1.2

Factores determinantes que pueden considerarse para la competitividad regional.



Nota. La competitividad regional como un agregado de la microeconomía, quiere decir que la “competitividad se manifiesta a través de la existencia de las empresas de la región que son capaces de producir productos de forma coherente y provechosa y que reúnen los requisitos de un mercado abierto en términos de precio y calidad” (Mancha, Moscoso & Santos, 2016, p.15) para lo cual, desde la región se ve reflejado en la productividad y los factores determinantes como un interés en común. Fuente: elaboración propia a partir de la revisión de la literatura.

Este interés común, el cual se representa a través del bienestar y mejor calidad de vida en términos de productividad, es el reflejo de buenos salarios y más beneficios desde el punto de vista institucional e infraestructura. Ahora bien, la competitividad como derivado de la macroeconomía es un poco complejo su definición, teniendo en cuenta que desde el punto de vista de los “mercados internacionales o las leyes que regulan estos, no contempla aspectos meramente regionales” (Mancha, Moscoso & Santos, 2016, p.16).

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

En ese sentido, como derivado de la macroeconomía, esta debe ser vista a partir de la aplicación de políticas regionales, las cuales deben fundamentarse en los resultados de la región de acuerdo con sus particularidades. Por ello, se debe tener una perspectiva más amplia al establecimiento de los determinantes que contribuyan al desarrollo competitivo de las regiones. Lo anterior, “teniendo en cuenta que cada región tiene algunas especificidades únicas que no se derivan de los niveles micro y macro” (Borozan, 2008, p.61), sino que están inmersas en el nivel meso.

Frente a esto, Chitea (2015) plantea que el resultado de la competitividad regional se establece a partir de ver como “las empresas constituyen interacciones entre ellas, y también en un sentido amplio, de los atributos sociales, económicos e institucionales” (p.130). De igual forma, cómo a partir de las gestión pública y privada, se puede establecer el diseño de infraestructura para el desarrollo competitivo de las empresas. Para que, como consecuencia de ello, conlleve a la creación de un entorno o tejido empresarial acorde para el desarrollo de las empresas. Por ello, “las regiones serán competitivas si sus economías están abiertas, si son capaces de soportar una alta tasa de empleo, que redunde en beneficios de la población” (Tanase & Tanase, 2018, p.84).

En ese sentido, Budd y Hirmis, (2004) resaltan que una de las mayores dificultades para el análisis competitivo de territorios, países, regiones o empresas, consiste en “determinar que quienes elaboran las políticas, no entienden la definición de territorio desde una perspectiva territorial” (p.1019). Frente a esto, el análisis conlleva a indicar que el desarrollo competitivo, sea una situación que se evalúe desde el “enfoque local que tienen los procesos, y que deben estar motivados por las necesidades de poder incorporar a la región o territorio como un elemento que tiene prioridad” (Pérez y Pizarro, 2012, p.231). Por ello, se debe buscar que exista una armonización económica, social y ambiental, generando procesos de desarrollo de políticas hacia una competitividad regional o territorial. De acuerdo con lo anterior, es importante desde el punto de vista de los niveles macro, meso y micro, en cuanto a la creación de un entorno o tejido empresarial evaluar “la capacidad de una economía regional que optimice sus activos

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

propios para competir y prosperar en mercados nacionales e internacionales que sean adaptables a dichos cambios” (Mancha, Moscoso & Santos, 2016, p.16), además de definir aquellos factores determinantes para el desarrollo competitivo de la región o territorio.

Servillo, Atkinson & Ruso (2012) establecen que la competitividad regional “va más allá de aspectos geográficos, en donde se deben incorporar factores de desarrollo, así entonces, se trasciende de lo espacial a otros elementos que tienen que ver con un tejido social y unas particularidades” (p.353). Lo anterior, permite que estas regiones sean más competitivas. Por ello, el análisis de la competitividad regional debe darse desde la forma en cómo se crean entornos que contemplen factores determinantes como el emprendimiento y la innovación. Estos factores determinantes, pueden “verse representados en intercambio, en donde los actores territoriales ven con mayor importancia que el desarrollo solo será posible desde los resultados que van enfocados al aumento de capacidades meramente productivas” (McLain, Biedenweg, Cervený, Besser y Blahna, 2013, p.9). La dificultad para establecer con mayor precisión el concepto de competitividad regional, conlleva a ver la productividad de las empresas y de la región en conjunto. Puesto que la productividad esta “determinada por la tasa de recuperación de las inversiones en la economía, lo cual indica una economía más competitiva” (Tanase & Tanase, 2018, p.84).

Como consecuencia de ello, las regiones al ser estas más altas se debe tener en cuenta la eficiencia en las inversiones en los factores como el capital humano, el capital productivo y capital público (Mancha, Moscoso & Santos, 2016). Teniendo en cuenta, que los procesos de evaluación deben tener “atributos cuantificables que permitan hacer una medición empírica de la competitividad regional” (Chitea, 2015, p.130). “La competitividad nacional es importante de manera particular para las economías pequeñas que en gran medida puedan depender del comercio, más aún de la inversión extranjera propiciando que la productividad aumente y así aumente los niveles de vida” (Kristjansdottir, 2008);

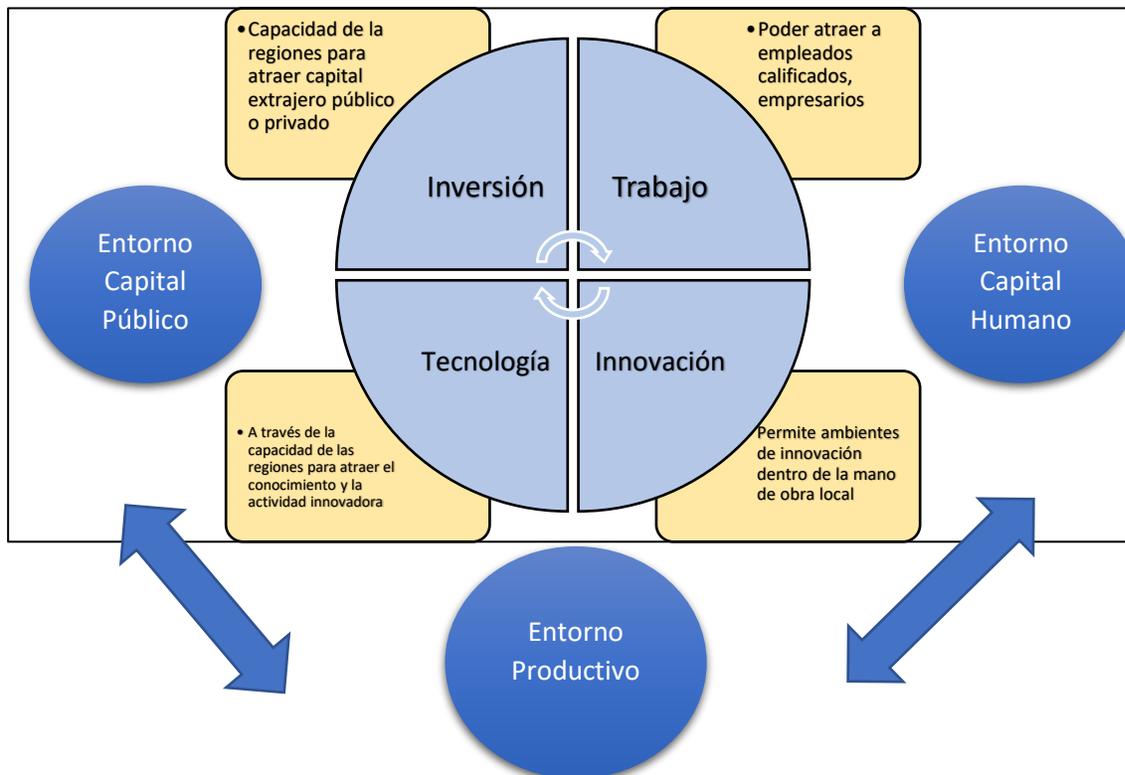
Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

con respecto a esto, las economías del mundo, la globalización y los tratados comerciales han puesto en entredicho aspectos tanto de inversión como de innovación.

En consecuencia, el análisis debe considerar escenarios no solo locales sino también internacionales, teniendo en cuenta que los países buscan abrir fronteras, para así poder participar del comercio internacional, pero al mismo tiempo deben cuidar los mercados locales. Trapero, Vazquez, y de la Garza (2016) consideran que se ha “creado un nuevo paradigma de la competitividad, el cual encierra algunos elementos y los define desde el punto de vista de una competitividad sistémica, en donde se debe vincular a la empresa, la industria, el gobierno y el país” (p.304). De este modo, lo que implicaría la cooperación a través de estrategias y alianzas entre los actores como: clientes, competidores, proveedores, entre otros más, que hagan parte del proceso, todo esto desde una forma de gestión público – privada que promuevan el desarrollo regional y competitivo de acuerdo con sus particularidades.

Figura 1.3

Entorno para el desarrollo competitivo de las regiones.



Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Nota. La figura anterior también muestra aspectos importantes desde el punto de vista en como “la tecnología y el trabajo son elementos que se relacionan a la empresa, en donde los activos tangibles e intangibles, los procesos, el rendimiento y las redes determinan y facilitan efectivamente la competitividad” (Tomasz y Zawojka, 2014). Fuente: adaptado de (Budd & Hirmis, 2014) & (Mancha, Moscoso & Santos, 2016).

Sin embargo, y en gran medida estos factores determinantes se pueden ver afectados por otros determinantes macroeconómicos (nivel Macro) como impuestos, tipos de cambio, tasas de interés, entre otros, los cuales son determinantes o factores clave para la generación de valor para el desarrollo competitivo de aquellos sectores productivos que sean estratégicos para una determinada región o territorio. De igual forma, Tomasz y Zawojka (2014) plantean que una de las principales dificultades que tienen los territorios, las regiones y los países que tienen menos desarrollo corresponde en, “abrir sus puertas a una competitividad global, donde la capacidad de las empresas para competir se ve reducida al no comprender los factores o determinantes que facilitan los gobiernos a través de sus políticas de estado” (p.99).

En ese sentido, Huggins, Izushi, Prokop, & Thompson (2014) plantean que la competitividad de las regiones hace referencia a la “presencia de condiciones que permite a las empresas competir en sus mercados elegidos y que el valor que generan se capture dentro de la región en particular” (p.256). Esto indica, que las regiones de acuerdo con sus particularidades deben tener la capacidad de atraer empresas, que fomenten el desarrollo regional y económico de estas regiones, representado en calidad de vida y bienestar. Por ello, “los conceptos de competitividad regional a menudo tienden a generalizarse en varios tipos de regiones y sectores, pasando por variaciones que tienen que ver con la geografía, historia y contexto institucional (Ženka, Novotný, & Csank, 2014, p.166). Frente a esto, las regiones de acuerdo con su geografía considerándose esta como una de las muchas particularidades, implica, que en muchos de los casos las empresas se ubiquen en aquellas regiones que son más desarrolladas. Por ello, es importante realizar una contextualización previa de la región al momento de realizar la

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

evaluación y establecer cuáles son los factores determinantes de la competitividad regional.

1.4.2. Aspectos para tener en cuenta para la evaluación de la Competitividad Regional y emprendimiento como factor determinante.

El concepto de competitividad regional hace referencia a “la presencia de condiciones que permitirán a las empresas competir en los mercados locales, nacionales e internacionales” (Huggins, Izushi, Prokop, & Thompson, 2014, p.258). Estas condiciones, están dadas en la construcción de un entorno, el cual a su vez plantea sub-entornos, que, de acuerdo con las particularidades de cada región, permiten establecer aquellos factores que son determinantes para el desarrollo competitivo y que se basan en los determinantes que se caracterizan en los niveles macro, meso y micro. La competitividad regional está dada a partir de, “idear políticas que deben ser oficialmente institucionalizadas” (Kitson, Martin, & Tyler, 2004, p.991). Pero “Aunque muchos de los que elaboran políticas públicas se enfocan en la competencia por cuotas de mercado o para la atracción de capital y fuerza laboral” (Chitea, 2015, p.132), otros, buscan una mejor “compresión desde el punto de vista de la riqueza de las regiones y una mejor distribución” (Hațegan, 2012, p.41).

De acuerdo con estos planteamientos, se consideran un desafío importante para las instituciones, regiones o territorios, puesto que, poder identificar esas particularidades que hacen parte del análisis, debe centrar esfuerzos por parte de las instituciones públicas y la gestión que estas pueden hacer en relación de aumentar las capacidades de productividad regional. Esta capacidad de productividad, esta también dada desde el tejido empresarial o aparato productivo del territorio. Identificar cuáles son las potencialidades que contribuyen a establecer elementos de ventaja competitiva sobre la cual se deben determinar los emprendimientos o el ecosistema emprendedor.

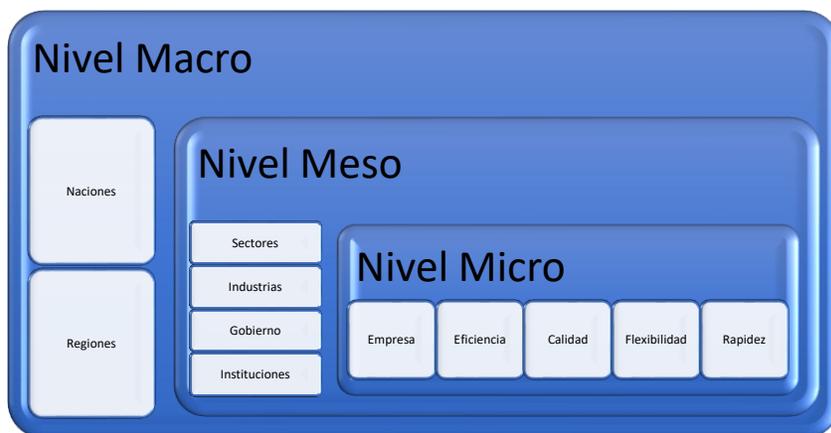
En ese sentido, la estimación de un ecosistema emprendedor como determinante de la competitividad regional, parte del análisis realizado a través de los “diferentes niveles

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

(micro, meso y macro), que implican el uso de medidas unidimensionales, bidimensionales y multidimensionales” (Siudek & Zawojka, 2014, p.92). Por ello, entender cada uno de los niveles que comprende el análisis de la competitividad parte, de identificar las estructuras que están vinculadas con cada uno de estos y definir sus determinantes. Estas medidas, para Berdugo (2014) comprenden aquellos factores determinantes que se define a través de la competitividad sistémica. Lo anterior, permite definir aquellos factores que desde el nivel micro de las empresas se requieren, para establecer medidas que están encaminadas por parte de instituciones gubernamentales y no gubernamentales a fortalecer los procesos de competitividad empresarial. De igual forma, desde el nivel macro y meso desde el punto de vista de la competitividad sistémica, la importancia parte, en definir un entorno competitivo que conlleve a que las empresas sean más eficaces y eficientes. Es decir, el nivel macro corresponde a la nación y las regiones como dinamizadores de la creación de un entorno macroeconómico. Desde el nivel meso, comprende la relación de las políticas macro y los actores sociales que desarrollan estas políticas desde un punto de vista más específico, en donde intervienen instituciones, gremios, sectores e industria, generándose así ecosistemas emprendedores.

Figura 1.4

Factores determinantes para la competitividad regional



Nota. Desde el nivel micro, las empresas son las encargadas de gestionar, articular, adaptar y ejecutar las medidas, políticas y demás determinantes en función de ser más competitivas,

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

eficientes, eficaces en función de la productividad. Siudek & Zawajska (2014), plantean que la competitividad regional se mide en los diferentes niveles y que cada uno de estos niveles contempla sus determinantes. Fuente: elaboración propia a partir de la revisión de la literatura.

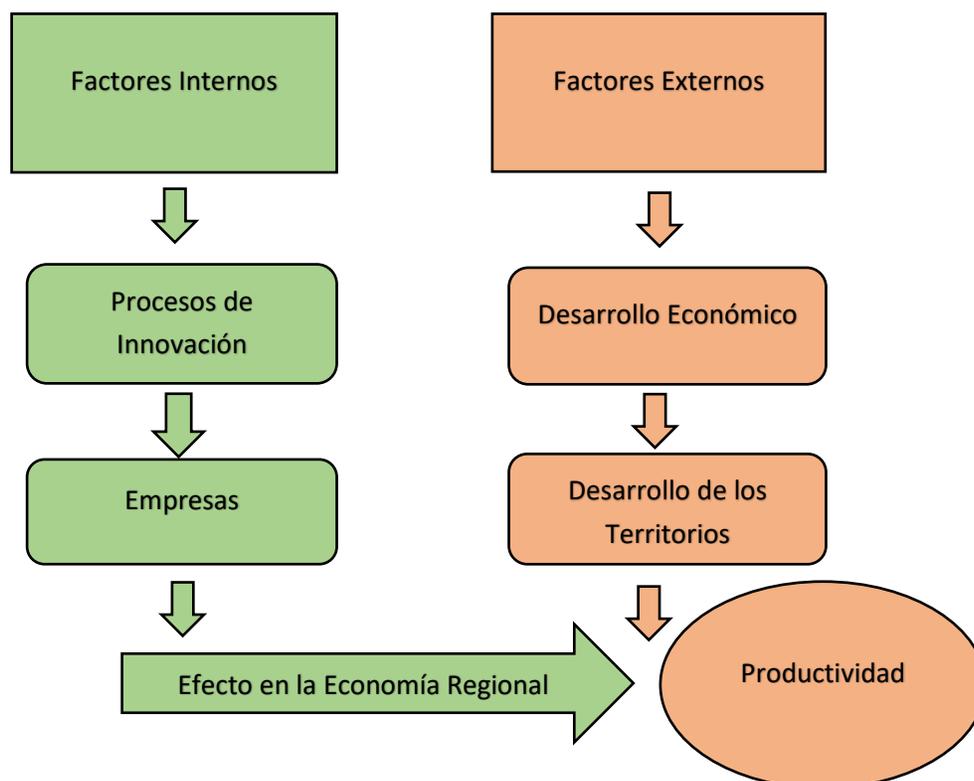
Además, evaluar la competitividad parte de la forma en cómo se determinen las unidades de medida, que a través de los resultados pueden ser fuente para su evaluación. Es decir, a manera de ejemplo, el bajo precio de los bienes y servicios, el costo en la producción y la alta productividad pueden ser las causas de la fuerte competitividad de una empresa, la manera en cómo se emprende, se llevan a cabo procesos de innovación, de intra-emprendimiento, entre otros.

De acuerdo con lo anterior, los procesos que apuntan al mejoramiento de condiciones de tejido empresarial desde el emprendimiento como factor determinante, y que son “factor clave para lograr crecimiento, en donde las empresas puedan generar conocimiento, emprendedores e innovaciones en sectores y mercados en desarrollo y en última instancia, nuevos empleos” (Huggins, Izushi, Prokop, & Thompson, 2014, p.275). En ese orden de ideas, la innovación y el emprendimiento son considerados “elementos principales que contribuyen a la competitividad y al crecimiento económico de los países y las regiones” (Maldonado, 2015, p. 124). En ese sentido, las políticas y medidas que hacen parte del nivel macro y meso, permiten o ayudan al desarrollo competitivo de las empresas (nivel micro) y por ende de las regiones, por ello se habla de articulación entre estos tres niveles. Lo anterior, conlleva a que existen factores internos y externos que determinan los efectos que de manera positiva afectarían la producción y por ende la economía regional, logrando una mejor posición de la región. En ese sentido, los factores internos serían vinculados al nivel micro, teniendo en cuenta que las empresas para el ejemplo desarrollan procesos de innovación y desde el tejido empresarial el emprendimiento. Es decir, una empresa que innova o una persona que emprende, genera riqueza a nivel micro, pero que también afecta al nivel meso y macro, en el sentido de que existe empleo y por ende mejor calidad de vida.

Huggins, Izushi, Prokop, & Thompson (2014) plantean que este tipo de enfoques tanto endógenos como exógenos se centran en “factores como el capital humano, social y productivo, en donde la educación, los sistemas de innovación, el emprendimiento, solo se produce cuando se logra un crecimiento sostenible de las tasas laborales” (p.275). Desde el punto de vista de los determinantes a partir de factores internos o externos, Iluzia y Palei (2015), establecen “cuatro enfoques para medir el efecto de cada uno de los niveles en función de un contexto regional de acuerdo con sus particularidades” (p.78), con el objetivo de identificar características, relaciones e indicadores tanto de factores endógenos como exógenos.

Figura 1.5

Factores internos y externos



Nota. Ngware & Manda (2010) plantean que “la medición a partir de los factores determinantes para la competitividad regional debe estar en el marco de la contribución de estos como aporte al desarrollo competitivo de la región” (p.31). Fuente: elaboración propia, sobre la base de la revisión teórica.

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

En ese sentido, Lo anterior, con el fin de “identificar las relaciones entre factores y actores que están presentes en el desarrollo competitivo de las regiones” (Sarkkien & Kässi, 2015, p. 367) y que son determinantes para cada uno de los niveles que se han venido describiendo.

Huggins, Izushi, & Thompson, (2013); Sarkkinen & Kässi, (2015) establecen que la capacidad que pueden tener una región para generar procesos de innovación y que este sea una ventaja competitiva frente a otras regiones, se fundamenta en la relación que tiene con respecto a las instituciones, sectores, gremios e industria. Asimismo, el capital humano, productivo y público tiene como propósito desarrollar un sistema eficiente que conlleve a la toma de decisiones de carácter regional, lo que permitiría el fortalecimiento de los factores determinantes y todos los actores involucrados.

Desde el punto de vista del nivel micro dentro de la competitividad regional, “el desempeño de las empresas, la innovación y la productividad y el emprendimiento” (Kleinhenz & Smith, 2011, p.) corresponden a elementos que se deben fortalecer en una región. Una región como la amazónica en especial el departamento de Caquetá, teniendo en cuenta las evaluaciones que, desde el Índice Nacional de Competitividad, el cual mide estos desarrollos desde las regiones. Las mediciones indican que el departamento se encuentra o no muy buenas posiciones con respecto a otros territorios en términos generales. En indicadores clave como el emprendimiento y sistemas para emprendes la evaluación no es favorable. Por ende, se requiere establecer estrategias que permitan a partir de procesos de evaluación mejorar estos indicadores que son determinantes para el desarrollo competitivo regional.

En ese sentido, el desarrollo económico y social representa avances significativos y que deben ser objetivo de la política pública, riesgo que deben asumir cada uno de los actores involucrados en el proceso. Por ello, medir el bienestar económico e identificar factores determinantes que conllevan al desarrollo competitivo de las regiones, permite mostrar cómo a partir de “la infraestructura social, la educación, la salud, la garantía de las

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

instituciones públicas, promueven y definen en un amplio contexto el desarrollo de actividades económicas y productivas para una determinada región” (Airinei et al., 2015, p.89). Özşahin, Flak, & Głód (2015) plantean que, el análisis desde el punto de vista de competitividad regional en sus diferentes niveles debe “darse desde niveles económicos y sociales que contemplen el desarrollo de políticas de acuerdo con las exigencias del entorno, en función de la productividad de las regiones” (p.128). La competitividad regional y el establecimiento de sus determinantes, se basa en la “dinámica y no en las externalidades del territorio, esta dinámica debe ser innovadora y acorde a las particularidades que en cada uno de estos territorios o regiones se puedan derivar de acuerdo con su identidad y tejido productivo (Diana & Lilibeth, 2009, p.45). Lo anterior, teniendo en cuenta que se “debe generar un impulso a las necesidades de buscar estrategias para generar ventajas competitivas” (Octavio Diaz, Jiménez, & Martinez, 2015, p.121) en los diferentes sectores de la economía que se encuentran a nivel regional. En ese sentido, los determinantes de la competitividad regional y su aporte a la economía nacional deben estar en el marco de “mayores beneficios representados en calidad de vida y bienestar los cuales pueden obtenerse de los procesos de integración” (Bekerman & Dalmaso, 2014; Paasi, 2013).

De acuerdo con lo anterior, para Potter (2009) “los determinantes de la competitividad regional parten de los posibles efectos en el crecimiento económico de la nación, representados en los rendimientos crecientes, la innovación y el emprendimiento como base de exportación” (p.89). De igual forma, “la política regional puede fomentar el crecimiento mediante la estimulación de los beneficios de aglomeración de conducción rendimientos crecientes a la utilización de capital, el trabajo y el conocimiento” (Potter, 2009). En ese sentido, “las políticas para incrementar la competitividad, su eficacia o ineficacia, no solo tienen consecuencias en la recuperación de la economía nacional, regional y global, sino también en la calidad de vida de los ciudadanos, a corto y a largo plazo” (Figueroa, 2014, p.12). Por ello, “la generación de estructuras regionales en el ámbito nacional y supranacional exige flexibilidad, dados los rápidos cambios en el entorno regional, la globalización de las economías y las exigencias de conformación

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

democrática de las regiones” (Boisier, 1994, p.18). Como se ha venido mencionado desde el concepto de competitividad y los diferentes niveles de análisis que este representa, “la existencia o relevancia de la competitividad regional es muy debatida” (Dudensing, 2008, p.20). Frente a eso, autores como Scott (1995); Krugman (1998) & Camagni (2002) responden al interrogante, de si las regiones compiten como lo hacen las empresas. Teniendo en cuenta, que las regiones pueden verse inmersas en cerrar sus negocios, si las empresas que se encuentran en sus territorios no son eficientes y competitivas en comparación a la de otras regiones.

Si una región es productiva a través de sus empresas, esto permite que exista un aumento también en la calidad de vida, en donde la distribución del ingreso es una de las características para que una región sea competitiva. En ese sentido, Scott (1985) sugiere que, a partir de los factores determinantes de la competitividad, una economía puede generar de manera probable rendimientos crecientes tanto para el trabajo como para el capital. Y que, al mismo tiempo, puede mantener diversos compromisos internacionales, a través del sistema de comercio abierto.

De acuerdo con lo anterior, el análisis desde una perspectiva macro, meso y micro, se debe basar en evaluar los resultados de cada uno de los procesos que se generan en cada uno de estos niveles. Puesto que identificar los factores que son determinantes para la competitividad de la región, deben estar en función de la “productividad de la empresa, aportes a la innovación, gestión del conocimiento, empleabilidad laboral y el entorno empresarial” (Camagni, 2002, p. 68). En ese sentido, para poder configurar este tejido empresarial o entorno para el desarrollo de la competitividad regional, este debe estar dirigido a desarrollar procesos que permitan el mejoramiento de la productividad, la calidad de vida y bienestar como resultado de la competitividad.

1.5. Conclusiones

El desarrollo competitivo regional, parte de la manera en cómo se entiende el territorio, sus particularidades, su potencial productivo y su tejido empresarial, sumado al capital

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

humano, la política pública, la gestión pública y el fortalecimiento de las instituciones tanto públicas como privadas. Del mismo modo, para el desarrollo competitivo los determinantes que aportan a este, deben estar definidos desde las características y necesidades de la población, desde lo cultural, social, económico y ambiental. Establecer los lineamientos que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida y bienestar social, a partir de un tejido empresarial y productivo que aporte a generar empleo y mejores condiciones de vida.

Desde el emprendimiento como factor determinante para el desarrollo competitivo regional, el fortalecimiento de este, parte de la manera en cómo se presenta la articulación entre Estado, capital humano y necesidades regionales, identificando las potencialidades del territorio y su aparato productivo. La contribución de entidades públicas y privadas en la capacitación, orientación, acompañamiento y desarrollo de procesos emprendedores que aporten al crecimiento y desarrollo regional.

Para finalizar, se puede establecer que, desde aspectos teóricos, prácticos y la evolución teórica que se ha determinado para el concepto de competitividad regional, este se fortalece en la medida en cómo se desarrollan cada uno de sus determinantes. Para el caso en concreto, el emprendimiento es un determinante importante de la competitividad regional, el cual está dado desde el punto de vista de la conformación de sistemas emprendedores en donde se da una articulación de diferentes actores que hacen parte de este sistema. Un sistema emprendedor, configura una serie de acciones que vincula procesos, actores y gestión por parte de quienes desean establecer mecanismos para mejorar la calidad de vida y bienestar de un determinado territorio. En ese sentido, identificar dentro del territorio cuáles son las potencialidades de su aparato productivo, pueden ser un punto de partida para la generación de nuevos emprendimientos. En el caso de la región, estos se basan en los desarrollos de aquellos sectores productivos estratégicos y actividades económicas que aportan al crecimiento y desarrollo regional, siendo una región privilegiada geoestratégicamente.

1.6. Referencias Bibliográficas

- Berdugo Cotera, E. (2014). Competitividad: recorrido histórico, conceptos y enfoques recientes. *Competitiveness: Historical Overview, Concepts and Recent Approaches.*, 7(2), 157-182.
- Borozan, D. (2008). Regional Competitiveness: Some Conceptual Issues and Policy Implications. *Interdisciplinary Management Research*, 4, 50-63.
- C. Peña-Vinces, J. (2009). ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS ECONOMÍAS DEL PERÚ Y CHILE DESDE UN ENFOQUE GLOBAL. COMPARATIVE ANALYSIS OF COMPETITIVENESS ON THE PERUVIAN AND CHILEAN ECONOMIES FROM A GLOBAL VIEW., 14(27), 87-105.
- Ceptureanu, S.-I., Ceptureanu, E.-G., & Luchian, C.-E. (2016). COMPETITIVENESS ASESMENT: AN OVERVIEW. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 25(2), 514-524.
- ChiȚEa, L. (2015). REGIONAL COMPETITIVENESS. ABSTRACT OR SUBTLE CONCEPT? LITERATURE REVIEW. *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 17(1), 132-139.
- ChiȚEa, M. (2015). REGIONAL COMPETITIVENESS. FROM THEORY TO PRACTICE LITERATURE REVIEW. *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 17(1), 124-131.
- Ciocanel, A. B., & Pavelescu, F. M. (2015). Innovation and Competitiveness in European Context. *Procedia Economics and Finance*, 32, 728-737. doi:[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01455-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01455-0)
- Deniz, M., Seçkin, Ş. N., & Cüreoğlu, M. (2013). Micro-Economic Competitiveness: A Research on Manufacturing Firms Operating in TRB1region. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 465-472. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.050>
- Dresch, A., Collatto, D. C., & Lacerda, D. P. (2018). Theoretical understanding between competitiveness and productivity: firm level. *Comprensión teórica entre*

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

competitividad y productividad: *Ámbito de la empresa.*, 20(2), 69-86.
doi:10.25100/iyc.v20i2.5897

Estrada Sánchez, J. O. (2016). EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO COMO FACTOR CRÍTICO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. *Strategic Thinking as a Crial Factor of Business Competitiveness.*, 18(29), 98-115.

Fainshmidt, S., Smith, A., & Judge, W. Q. (2016). National Competitiveness and Porter's Diamond Model: The Role of MNE Penetration and Governance Quality. *Global Strategy Journal*, 6(2), 81-104. doi:10.1002/gsj.1116

Gardiner, B., Martin, R., & Tyler, P. (2004). Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions. *Regional Studies*, 38(9), 1045-1067. doi:http://www.tandfonline.com/loi/cres20

Guerras-Martín, L. Á., Madhok, A., & Montoro-Sánchez, Á. (2014). The evolution of strategic management research: Recent trends and current directions. *BRQ Business Research Quarterly*, 17(2), 69-76. doi:https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.03.001

Gugler, P. (2019). Assessing the competitiveness of locations: A journey through the major theoretical insights. *Economics & Business Review*, 5(3), 16-34. doi:10.18559/ebr.2019.3.2

Hadjitchoneva, J., Ivanov, A., & Hadjiev, K. (2018). Competitiveness for Knowledge Society: from Nature to New Developments and Challenges. *Valahian Journal of Economic Studies*, 9(2), 45-56. doi:10.2478/vjes-2018-0017

Hagiu, A., & BĂRbulescu, M. (2013). THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF NATIONS AND THE PARTICULARITIES OF ROMANIAN COMPANIES. *Cross-Cultural Management Journal*, 15(2), 23-35.

Hațegan, D. B. A. (2012). LITERATURE REVIEW OF THE EVOLUTION OF COMPETITIVENESS CONCEPT. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(1), 41-46.

Hu, R. (2015). Canberra's competitiveness in the national context. *Policy Studies*, 36(1), 55-71. doi:10.1080/01442872.2014.981058

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Huggins, R., Izushi, H., Prokop, D., & Thompson, P. (2014). Regional Competitiveness, Economic Growth and Stages of Development. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakulteta u Rijeci: Casopis za Ekonomsku Teoriju i Praksu/Proceedings of Rijeka School of Economics: Journal of Economics and Business*, 32(2), 255-283. doi:<http://www.efri.hr/zbornik-radova>
- Jao-Sheng, C., & I-Ching, L. (2018). EMPIRICAL RESEARCH ON THE POWER OF DECISION-MAKING IN STRATEGIC COST MANAGEMENT AND CORPORATION COMPETITIVENESS- THE CASE STUDY OF TAIWAN ENTERPRISES. *International Journal of Organizational Innovation*, 11(1), 1-24.
- Kitson, M., Martin, R., & Tyler, P. (2004). Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept? *Regional Studies*, 38(9), 991-999. doi:<http://www.tandfonline.com/loi/cres20>
- Lengyel, I. (2004). THE PYRAMID MODEL: ENHANCING REGIONAL COMPETITIVENESS IN HUNGARY. *Acta Oeconomica*, 54(3), 323-342.
- Lombana, J. (2011). LOOKING FOR A DISTINCTIVE MODEL WITH WHICH TO ANALYZE COMPETITIVENESS. *Advances in Competitiveness Research*, 19(3/4), 32-44.
- Malecki, E. J. (2004). Jockeying for Position: What It Means and Why It Matters to Regional Development Policy When Places Compete. *Regional Studies*, 38(9), 1101-1120. doi:<http://www.tandfonline.com/loi/cres20>
- Mancha Navarro, T., Moscoso, F., & Santos, J. L. (2016). La difícil medición del concepto de competitividad : ¿qué factores afectan a la competitividad regional? In S. Universidad de Alcalá. Instituto Universitario de Análisis Económico y (Ed.): Universidad de Alcalá. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social.
- Mayor, M. G.-O., Davó, N. B., & de la Hera, M. L. B. (2012). LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO VARIABLE DETERMINANTE EN LA COMPETITIVIDAD DE LOS PAÍSES. (31), 137-166.
- Mazzarol, T., Patmore, R., & van Heemst, N. (2005). Identifying Emerging Industries through Meso-Micro Level Analysis. *Journal of New Business Ideas & Trends*, 3(2), 49-56.

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Michel, A. L., & Turner Barragan, E. H. (2014). Competitividad sistémica y pilares de la competitividad de Corea del Sur. (Systemic Competitiveness and Pillars of Competitiveness in South Korea. With English summary.). *Analisis Economico*, 29(72), 155-175. doi:<http://www.analiseconomico.com.mx/numeros.html>
- Moscoso Durán, F., Santos Bartolomé, J. L., & Jair Barragán, W. (2018). Análisis de los factores de competitividad en España y Colombia : una perspectiva regional. In T. Mancha Navarro & S. Universidad de Alcalá. Instituto Universitario de Análisis Económico y (Eds.): Universidad de Alcalá. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social.
- Olczyk, M. (2016). A Systematic Retrieval of International Competitiveness Literature: A Bibliometric Study. *Eurasian Economic Review*, 6(3), 429-457. doi:<https://link.springer.com/journal/volumesAndIssues/40822>
- OpriȚescu, E. M. (2012). COMPETITIVENESS IN REGIONAL DEVELOPMENT. *Annals of the University of Petrosani Economics*, 12(4), 169-176.
- Padilla, R., & Juárez, M. (2007). Efectos de la capacitación en la competitividad: de la industria manufacturera. *Revista de la CEPAL*(92), 45-60. doi:10.18356/5de41bb5-es
- Reid, L., Sutton, P., & Hunter, C. (2010). Theorizing the meso level: the household as a crucible of pro-environmental behaviour. *Progress in Human Geography*, 34(3), 309-327. doi:10.1177/0309132509346994
- Rodríguez-Pose, A., & Hardy, D. (2017). Firm competitiveness and regional disparities in Georgia. *Geographical Review*, 107(2), 384-411. doi:10.1111/j.1931-0846.2016.12180.x
- Rubiano, M. E. M., & Domínguez, Ó. F. C. (2007). Estrategias para el fortalecimiento de las Pyme de base tecnológica a partir del enfoque de competitividad sistémica. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 17(29), 115-136.
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*(33), 93-124.
- Segota, A., Tomljanovic, M., & Hudek, I. (2017). Contemporary Approaches to Measuring Competitiveness--The Case of EU Member States. *Zbornik Radova Ekonomskog*

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Fakulteta u Rijeci: Casopis za Ekonomsku Teoriju i Praksu/Proceedings of Rijeka School of Economics: Journal of Economics and Business, 35(1), 123-150.
doi:<http://www.efri.hr/zbornik-radova>

Siudek, T., & Zawajska, A. (2014). COMPETITIVENESS IN THE ECONOMIC CONCEPTS, THEORIES AND EMPIRICAL RESEARCH. KONCEPCJE I TEORIE EKONOMICZNE ORAZ BADANIA EMPIRYCZNE POJĘCIA KONKURENCYJNOŚCI., 91-108.

Stone, M. A. (2002). National image and competitive advantage: the theory and practice of country-of-origin effect. *Journal of Marketing Management*, 18(3-4), 437-439.

Talmaciu, A. M., & Cismas, L. M. (2017). NATIONAL COMPETITIVENESS THROUGH THE EUROPE 2020 STRATEGY AND HUMAN DEVELOPMENT INDEX IN CEE COUNTRIES. A PANEL DATA ANALYSIS. 115-128.

Thompson, E. R. (2004). National Competitiveness: A Question of Cost Conditions or Institutional Circumstances? *British Journal of Management*, 15(3), 197-218.
doi:10.1111/j.1467-8551.2004.00415.x

Turok, I. (2004). Cities, Regions and Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1069-1083. doi:10.1080/0034340042000292647

TĂNase, D., & TĂNase, A. (2013). THE CONCEPT OF COMPETITIVENESS IN THE ECONOMIC THEORY. *Analele Universitatii 'Eftimie Murgu' Resita. Fascicola II. Studii Economice*, 80-89.

Utami, R. M., & Lantu, D. C. (2014). Development Competitiveness Model for Small-Medium Enterprises among the Creative Industry in Bandung. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 305-323.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.438>

Voulgaris, F., & Lemonakis, C. (2014). Creating a Business Competitiveness Index: An Application to Greek Manufacturing Firms. *Journal of Transnational Management*, 19(3), 191-210. doi:10.1080/15475778.2014.929921

Vučković, V. (2018). COMPETITIVENESS OF CROATIA: THE ROLE OF BUSINESS ENVIRONMENT. *InterEULawEast: Journal for International & European Law, Economics & Market Integrations*, 5(1), 73-90. doi:10.22598/iele.2018.5.1.4

Capítulo 1. Fundamentos de la investigación: “El emprendimiento como determinante para el desarrollo de la competitividad regional”. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Ženka, J., Novotný, J., & Csank, P. (2014). Regional Competitiveness in Central European Countries: In Search of a Useful Conceptual Framework. *European Planning Studies*, 22(1), 164-183. doi:10.1080/09654313.2012.731042

CAPÍTULO 2

USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO

Autores:

EDWIN EDUARDO MILLÁN ROJAS, correo: e.millan@udla.edu.co

DENIS LORENA ÁLVAREZ GUAYARA, correo: d.alvarez@udla.edu.co

Docentes tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia, Grupo de investigación en Informática, Innovación y Tecnología de la Universidad de la Amazonia GITUA

YAMILE LIZETH PERDOMO PARRA, correo: ya.campos@udla.edu.co

Estudiante del programa de Ingeniería de Sistemas, Facultad de Ingeniería, Universidad de la Amazonia. Grupo de investigación en Informática, Innovación y Tecnología de la Universidad de la Amazonia GITUA

2.1. Resumen

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento. Una revisión donde evidencia la importancia de las TIC en los ámbitos políticos, sociales y culturales para fortalecer los emprendimientos, con artículos literarios de hace cinco años. Siendo el emprendimiento una actividad de esfuerzo y constancia con alta competencia en el mercado y debe generar ventajas que le permitan seguir creciendo. El objetivo del artículo es evidenciar como la tecnología y las TIC han permitido que el emprendimiento crezca y genere ingresos económicos para el país y sus residentes. La metodología se realizó con artículos exclusivos del tema a tratar donde se evidencia el cambio que genera implementar las TIC en cualquier área de emprendimiento social, natural y económico, se seleccionaron 37 artículos de las bases de datos más conocidas como lo son Science Direct, Web of Science, Scielo, Readalyc y Google académico. Como conclusión se evidenció que las TIC no son solo parte de la educación, sino que se pueden adaptar a diferentes mercados empresariales, y siempre van a generar ventajas y ganancias donde se les dé un buen manejo al uso e integración de estas en las empresas.

Palabras clave: creatividad, emprendimiento, crecimiento, tecnología, economía, recursos.

2.2. Introducción

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) juega un papel crucial en el fortalecimiento del emprendimiento en diversos aspectos. Las TIC permiten a los emprendedores acceder a una gran cantidad de información relevante, como investigaciones de mercado, tendencias empresariales, mejores prácticas y casos de éxito (Guagliano, Villanueva, Pérez, & Sánchez Rico, 2021). Además, brindan acceso a recursos digitales, como herramientas de diseño, software de gestión empresarial, plataformas de comercio electrónico y servicios en la nube, que facilitan el desarrollo y la operación de negocios, además, ofrecen diversas herramientas de comunicación, como correo electrónico, redes sociales, videoconferencias y plataformas de mensajería instantánea, que permiten a los emprendedores conectarse y colaborar con personas de

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

todo el mundo. Estas herramientas facilitan la creación de redes profesionales, la búsqueda de socios comerciales, la interacción con clientes y proveedores, y la promoción de productos y servicios. Soluciones de software y aplicaciones específicas para la gestión empresarial, como sistemas de contabilidad, herramientas de gestión de proyectos, software de recursos humanos y plataformas de gestión de relaciones con clientes (CRM). Estas herramientas simplifican y automatizan procesos empresariales, mejoran la eficiencia y la productividad, y facilitan la toma de decisiones basada en datos (Florián Rogel, Perez Laveriano, & Valle Sagastegui, 2022).

Las TIC como su palabra indica es un conjunto de tecnologías de la información y las comunicaciones, son un grupo de herramientas que dan soporte a equipos, gestión de los datos de la información, programas informáticos, tarjetas de memoria, aplicaciones, teléfonos móviles, navegación GPS, permiten la compilación, almacenamiento, procesos de datos. Con Las TIC cualquier orden o proceso ocurre a velocidades extremas, con el tiempo evolucionan constantemente y trascienden de manera automática en muchas áreas de la vida personal, social y laboral. Las actividades de emprendimiento sirven para ayudar con la economía en sus regiones, estas actividades son una fuente de oportunidades culturales y socioeconómicas que aportan beneficios tanto al emprendedor como a las personas que se benefician ya sea un trabajo, producto o servicio. Gracias a los avances que ha tenido las TIC la relación entre cliente y pequeñas empresas de emprendimiento se han integrado notablemente dado que los procesos y el acceso a informaciones, el acceder a un mercado más grande se ha vuelto mucho más dinámico y de fácil acceso (Soto Fajardo, 2022).

Aunque hoy en día es una ventaja de alto nivel la tecnología, aún hay muchas personas que no la manejan adecuadamente, generando bajo interés en los empresarios derivados del poco conocimiento de la tecnología, y por ende no ven el valor de oportunidades que representa utilizarla en las empresas, negocios, escuelas, etc. Si se hace un uso correcto en la utilización de las TIC puede llegar a incrementar y mejorar las ventajas competitivas en cualquier emprendimiento en el que los quieran utilizar. Ya que la buena adaptación de las TIC agiliza los procesos funcionales, mejora la comunicación de los clientes, las TIC tiene acceso a la información, velocidad de procesamiento, y reducción de costos de

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

transacción y tiempo, por ejemplo, un pago en línea, campañas tecnológicas que lleguen a más personas e incluso a lejanos países. Es posible asegurar que la implementación de las TIC será una estructura de vital importancia para crear ventajas competitivas y estables en el desarrollo de un negocio estable (Yañez & López, 2023).

El uso de las TIC en el fortalecimiento del emprendimiento proporciona a los emprendedores acceso a información, recursos y herramientas que les permiten desarrollar y gestionar sus negocios de manera más efectiva. Las TIC facilitan la comunicación, el marketing, la gestión empresarial y la formación, contribuyendo al crecimiento y éxito de los emprendimientos en un entorno empresarial cada vez más digitalizado (Carranza & Carranza, 2021).

Las TIC permiten a los emprendedores acceder a una vasta cantidad de información relevante para su industria, mercado y competidores. A través de internet, pueden investigar tendencias, estudiar casos de éxito y acceder a recursos educativos que antes eran difíciles de obtener. Esto les proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y estratégicas. (Yañez & López, 2023). Las herramientas de software y aplicaciones permiten a los emprendedores gestionar aspectos clave de sus negocios, como finanzas, inventario, recursos humanos y operaciones. Estas soluciones automatizan procesos, reduciendo errores y liberando tiempo para centrarse en la innovación y el crecimiento. Proporcionan herramientas esenciales para la competitividad en un mundo cada vez más digitalizado y conectado. Sin embargo, es importante recordar que el éxito depende de una comprensión sólida de las tecnologías relevantes, una estrategia bien definida y la capacidad de adaptarse a los cambios en constante evolución.

2.3. Materiales y Métodos

El presente capítulo se realizó con dos métodos, exploratorio y descriptivo, con una perspectiva metodológica cualitativa. Con el objetivo de dar a conocer la ventaja que genera las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y la influencia de estas en el emprendimiento. El método exploratorio permite crear hipótesis que permitan el desarrollo de estudios profundos sobre el tema, este se ejecuta para destacar los aspectos

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

esenciales de una problemática establecida (González, Gallardo,, & Chávez, 2020). El método descriptivo resalta las características principales, con el fin de analizar los fenómenos realizados puntualizando en cada una de ellas (Alban & Arguello, 2020). Con el método cualitativo se aplican análisis de los datos y el proceso básico de identificación con la frecuencia que abordan o se presenta el tema de interés y sus características (Ramos Galarza, 2020).

Las bases de datos sirvieron como fuentes de información de experiencias que permitieron dar una revisión al emprendimiento, uso de las TIC, y como todo junto pueden mejorar el emprendimiento desde pequeñas y grandes empresas. Se realizó la búsqueda de las referencias actualizadas por medio de plataformas de base de datos acreditadas como lo son Science Direct, Web of Science, Scielo, Readalyc y Google académico. Para este artículo se seleccionaron 37 artículos que ayudaron a abordar categorías como: Uso de las TIC para el emprendimiento, Emprendimiento TIC, Uso de las TIC para la competitividad y Estrategias TIC para fortalecer la competitividad de las empresas, el período de búsqueda de información estuvo entre los años 2019-2023.

Continuando con la formulación del artículo, se evaluaron y selecciono cada referencia bibliográfica para ser organizada y clasificada de acuerdo con su relevancia con las categorías y la relación con el tema que abordo en el artículo, con el fin de asegurar que la información suministrada por las referencias sea relevante con el tema de investigación.

2.4. Resultados

Los resultados obtenidos están basados en artículos de inclusión en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, emprendimientos y competitividad. Se resalta que, aunque es difícil y complejo la adaptación de las TIC en aquellos emprendedores que no manejan la tecnología se evidencia que genera ventajas económicas valiosas, además de generar más atracción y mejoras a la innovación de sus emprendimientos ya sea un producto o servicio. La inclusión de las tecnologías en el emprendimiento traerá cambios significativos en la mismo generando un empoderamiento y crecimiento en el desarrollo

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

en las competencias empresariales del producto o servicio en el cual se enfoca el emprendimiento (Mosqueda, Navarro, & Venegas, 2019).

El marketing es el aliado potencial de las pequeñas, medianas y grandes empresas, las herramientas tecnológicas que hacen parte del marketing permite que la marca se conocida en otros lugares, abarcando nuevos mercados, conociendo las necesidades de los consumidores creando una ventaja competitiva para la venta o servicio que ofrezca. Las herramientas tecnológicas TIC fomentan un crecimiento potencial en estudio de mercado, precios, beneficios, ventajas y desventajas que puede traer una o las ideas planeadas para la empresa (Castro, Bourne, Véliz, & Ramírez, 2021).

Los emprendimientos son estrategias alternativas para aquellas personas que desean tener su propio negocio o para aquellos que no cuentan con trabajos estables o que cumplan con condiciones laborales asequibles, pero muchos de esos emprendimientos suelen cerrarse al poco tiempo por la poca demanda en el mercado o por falta de conocimientos tecnológicos que les permitan llevar los emprendimientos a escalas mayores, por ende las TIC son herramientas que ayudan a tener un emprendimiento sostenible a largo plazo (Borja, Carvajal, & Vite, 2020).

2.4.1. Uso de las TIC para el emprendimiento.

El termino emprendimiento se introdujo por primera vez en el año 1755 por el economista franco-irlandés Richard Cantillon, definiendo emprendedor como una persona que asumía riesgos de comprar productos a un precio determinado y vender a un precio diferente obteniendo algo de ganancias, con habilidades de gerencia, combinando la coordinación y los factores de producción (Terán Yopez & Guerrero Mora, 2020). El emprendimiento hace referencia a ideas innovadoras, diferentes que causan impacto en el área social y económica de las culturas, y sus comunidades, mejorando en cierta parte la calidad de vida. El emprendimiento es una mezcla entre la innovación a problemas económicos y sociales, y al mismo tiempo genere ingresos y rentabilidad.

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

El emprendimiento se convierte en una herramienta para el desarrollo económico tanto de las personas como del mismo país, ya que el avance de un país va asociado a las oportunidades de empleo que este genere. Además, si lo asociamos con las tecnologías de la información el emprendimiento puede llegar a ser más conocido y abarcar mucha más población, impulsando a las empresas a crecer, incluyendo aquellas que son emprendimientos virtuales o emprendimientos que utilizan el internet (Sierra, 2020).

El emprendimiento es un impulso a la economía personal y del país, ya que debido a estas nuevas empresas se crean ofertas laborales que benefician gran parte de la población, además a los nuevos emprendedores se les adjudica nuevos retos y riesgos por ende estos emprendimientos necesitan tener una incidencia con las TIC, que les ayuden a dar conocer sus productos, alcanzar diversos mercados y crear bosquejos que les permitan incentivar a los consumidores a conocer y acceder a la misma. Pero al ser emprendimientos que apenas comienzan que compiten con grandes empresas son un sector vulnerable, uno por ser negocios pequeños y dos lo complicado de impulsar una nueva estrategia o propuesta de negocio. Por ende, en el contexto de impulsar los emprendimientos las TIC son herramientas que aceleran el dar a conocer las empresas pequeñas y de sostenerse en costos y agrandar la capacidad productiva, de compra y venta (Chanto Espinoza & Loáiciga Gutiérrez, 2021).

El desarrollo y el cambio tecnológico ha generado cambios drásticos en el área comercial, laboral y en cierta parte de todos los sectores de la sociedad, haciendo que la competencia digital y el consumismo de la tecnología sea una necesidad profesional para la cualquier actividad, ya sea comprar un boleto de avión, pedir un Uber, vender un producto, más que un sinfín de técnicas o procesos de marketing es una maniobra de habilidades, conocimientos, actitudes, talentos y destrezas que se vinculan al a uso apropiado de las tecnologías (Gutauskas & Zanfardini, 2022). El buen manejo de las herramientas de la Tecnología y las Comunicaciones genera un exponencial crecimiento en la mejora de la comunicación con el cliente y sus negocios, dando ventajas para resolver problemas y tomar decisiones. Con ayuda de las TIC se han implementado ciertas apps que permiten al usuario una mejor adquisición a cualquier servicio (pedir comida en línea, hacer mercado por la app, etc.), mejorando la experiencia del usuario y

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

reduciendo tiempo al consumidor, estas apps se han convertido en una importante connotación para la contratación de servicios y productos para cualquier necesidad (Mendoza, Escudero, Vera, Camejo, & Pico, 2021).

Debido al constante cambio que tiene las tecnologías de la información y comunicación (TIC), por su avance acelerado, se vuelve necesario para los emprendimientos que proyectan y crean escenarios globales, que buscan nacionalizarse e internacionalizarse, con el objetivo de optimizar sus capacidades y maximizando el rendimiento de las ventajas que se generan en el proceso de nuevos mercados. Las TIC crean el vínculo con el cliente de lugares lejanos a los que se le afecta la adquisición de ciertos productos, haciendo que el producto sea de fácil acceso, con poco tiempo y sin volteos (Acevedo, Robledo, & Sepúlveda Angarita, 2020). La pandemia del covid-19 afecto económicamente al mundo, todas las empresas pequeñas, medianas y grandes, debido a las drásticas medidas que se tuvieron que implementar para contener la transmisión del virus, la cual una de ellas fue el encierro total, lo cual paralizó las actividades, estanco emprendimientos y muchos otros se fueron a quiebra. Para poder seguir con la economía y el funcionamiento de las actividades de las empresas y sus respectivos países, tuvieron que buscar estrategias que les permitiera seguir operando y una de ellas fue la adaptación e implementación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, esta pandemia logra impulsar el desarrollo digital y fue el salvavidas de la economía de las empresas. Las TIC se centraron en el marketing, apps de interconexión de procesos de compra y ventas de productos, interacción con proveedores, entregas a domicilios, telemedicina, finanzas digitales, nuevos servicios culturales, educación online, incluyendo las plataformas de redes sociales existentes como Facebook, Telegram, Tiktok, WhatsApp, YouTube e Instagram que permitió que muchas empresas accedieran a diferentes tipos de mercado, ciudades y países (Davila Moran, 2022).

2.4.2. Emprendimiento TIC

Para los consumidores el uso de la tecnología y la evolución del internet les ha permitido un intercambio de información rápida y eficaz. Por ende los pequeños emprendimientos

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

han incorporado en sus procesos plataformas virtuales que se enfocan en la satisfacción del consumidor con la finalidad de aumentar su participación y presencia en el mercado generándole a los consumidores un fácil acceso a sus productos y el pago de las mismas, esto se le denomina comercio electrónico que es utilizado en un emprendimiento de comida rápida donde por una aplicación piden un menú hacen la orden luego el pago y el producto es llevado hasta la comodidad de su hogar. Gracias a las TIC los emprendimientos pueden tener una mejor finalidad con el consumidor. Este sistema de Comercio electrónico permite tener acceso a un mercado más grande reducir gastos y poder ampliar la oferta de productos y servicios, esta estrategia mediante el uso de las TIC es adoptado por los pequeños emprendimientos como medio para aumentar sus ventas y llegar a diferentes consumidores (Moreira Avilés, Cueva Estrada, & Sumba Nacipucha, 2023).

El marketing tradicional antiguo con el auge de la tecnología se volvió insostenible por ende se adaptaron al marketing digital ya que se ha convertido en una herramienta incremental y clave para los beneficios económicos para las empresas y negocios. Con esta herramienta digital las estrategias mejoran su gestión y la rentabilidad empresarial. Los consumidores modificaron y se adaptaron al internet, cambiando su forma y costumbre de realizar compras e interactuar con las marcas por medio de plataformas web, apps y mensajería que garanticen la seguridad de la compra. Este modo de comunicación e interacción se ha convertido en una fuente de ingresos y de establecer relaciones con diferentes tipos de mercados a largo plazo. El sector turístico fue una de los que se adaptó a esta nueva estrategia digital creando campañas y publicidad informando de los beneficios y servicios que ofrecían, con medios creativos y creando tendencias digitales para incrementar la presencia de los turistas (Morales, Freire, & López, 2022).

La gastronomía es un ente importante, con ella se evidencia un poco de la cultura de la región y su país, pero muchas veces no es dado a conocer esos platos típicos por la poca difusión y comunicación que tienen los restaurantes lugareños ya que mantienen un marketing de rumor y medios impresos antiguos de comunicación. Los medios

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

tradicionales fueron idóneos en su tiempo, pero con las tecnologías de hoy en día el manejo de la difusión de información es diferente, por eso es de gran importancia conocer y utilizar los medios de comunicación actual para aprovechar las ventajas que tienen para dar a conocer la gastronomía. Gracias a las TIC y a la tecnología móvil los restaurantes lugareños buscan una estrategia en su emprendimiento gastronómico a través de una aplicación que les permita posicionar sus negocios con costos menores a la publicidad tradicional, esta aplicación es amigable con el usuario y con enfoque turísticos para los viajeros nacionales y extranjeros, tendrá una guía accesible del uso de la aplicación, la ubicación de los restaurantes y por supuesto todo el menú gastronómico (Salazar, Salazar, Parra, & Guerrero, 2020).

Las esculturas y monumentos son espacios creativos de herencia cultural de una ciudad. Estas obras artísticas son una exposición activa, llamativa y de crítica para la sociedad. Muchas de estas esculturas y monumentos hacen parte de la historia de los antepasados, sus raíces y su evolución en la construcción de su comunidad. Hay muchos de estos sitios que por riesgos a la pérdida de la conservación se han cerrado al paso de los turistas, es por esto por lo que las TIC entran a jugar nuevamente un rol importante al virtualizar estos patrimonios culturales para así reactivarse y que más personas pueden acceder a ellas a través de las tecnologías. Con las virtualizaciones se pueden generar ventajas en la conservación y restauración de estos patrimonios. Para que los usuarios pueden acceder a estos lugares se hace uso de la realidad virtual por medio de la fotogrametría que permite una reconstrucción del monumento o escultura en 3D a partir de varias imágenes capturadas del lugar, transformando elementos del mundo real a objetos de realidad virtual y aumentada (Rodríguez, Pachón, & Upegui, 2020).

2.4.3. Uso de las TIC para la competitividad

La competitividad es la capacidad de poder crear y desarrollar estrategias de competencia para mantener o aumentar los productos o servicios en el mercado de forma sostenible, mejorando la calidad y manteniendo una determinada y mejorada posición del ámbito socioeconómico. Este término de competitividad ha servido para identificar y señalar el éxito de la empresa, su supervivencia o fracaso ya sea en su entorno nacional

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

e internacional. La competitividad va muy de la mano con la innovación ya que es un factor clave para tener un equilibrio en el crecimiento económico sostenible y en aumento. Por ende, las empresas pequeñas, medianas y grandes deben proponer y llevar a cabo ideas de negocio que causen evolución y cambios estratégicos, evaluando los factores que impulsen la competitividad. Las TIC hace parte de esta revolución competitiva para el mejoramiento constante en los procesos de productos y servicios, es una ventaja para estar pendiente de los factores económicos internos y externos del mundo, dando herramientas ventajosas y beneficiosas en los avances de otros mercados (Solís & Ulloa Carabali, 2023).

La industria en la actualidad es llamada “La Industria 4.0” donde las técnicas de producción y negocios de las empresas son dinámicas. Este término es el resultado de la fusión de procesos avanzados en las operaciones y sus producciones integradas a excelentes e inteligentes tecnologías que integran toda una empresa, personas, organizaciones y sus activos. Las TIC son herramientas que han cambiado de cierta forma la vida diaria como los celulares, los drones, el internet, robots, apps, entre otras. Estas herramientas benefician de manera invaluable los sectores productivos de cada empresa de bienes y servicios. Las tecnologías han influenciado en el crecimiento de la economía considerablemente, debido al resultado positivo y aumento en la productividad, competitividad, la rentabilidad y la eficiencia de los procesos de las empresas, aunque todo este crecimiento dependerá de las características de las tecnologías que implementen, su proceso, y el uso de las TIC, el buen manejo de estas herramientas puede traer excelentes ventajas empresariales y económicas (Gutiérrez, Sánchez, Méndez, & Rodríguez, 2022).

El turismo es un servicio de alto impacto en la economía de cada país, por ende, se debe promocionar y diversificar diariamente para atraer al turista. El turismo de naturaleza como su palabra lo indica abarca todo lo que tenga que ver con la naturaleza, el aire libre, con usos consumibles y no consumibles, por ejemplo, los consumibles se encuentran actividades como la pesca y la caza, los no comestibles recreación, aventura, paisajes, flora y fauna. El objetivo de este turismo es que el turista disfrute de los beneficios y las

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

atracciones que tiene la naturaleza, un ambiente libre y descansado, que genere paz y armonía. Toda empresa u organización que se especialice en el turismo tiene una difícil y compleja tarea que es garantizar la satisfacción de los turistas, de allí la importancia y necesidad de integrar tecnología basada en las TIC que les permita promover, consolidar, motivar e incentivar las experiencias de los consumidores, las TIC y las aplicaciones móviles y web se han establecido como herramientas importantes para promover la información y el marketing del turismo. Las aplicaciones utilizadas para el turismo permiten realizar a los usuarios diferentes procesos micro-segmentados como: consultar actividades que ofrece el lugar, reservar, obtener información de los lugares turísticos, ver ofertas, descuentos, comprar paquetes, entre otras más funcionalidades, como conocer las experiencias del turista antes, durante y después de cada viaje y esto ha convertido a los turistas en viajeros inteligentes digitalizando la información y con ella preparar nuevas ofertas y servicios en tiempo real (Angarita, Duque, & Prieto, 2020).

Las TIC son base de las tecnologías emergentes (TE), tecnologías que buscan generar cambios que transformen la sociedad y la forma en que se relaciona con la tecnología. Las TE son un potencial activo para aumentar la productividad, mejorar y optimizar recursos en el flujo de la información que se vuelva indispensable para una creciente competitividad que permita generar y desarrollar nuevas estrategias empresariales que aprovechen las ventajas y oportunidades que se presenten en el mercado turístico. La conectividad ayuda a romper obstáculos de tiempo y espacio logrando que la información se difunda con ayuda de las TIC como estrategias creadoras de información que con ayuda de las TE buscan innovar y potenciar la gestión organizacional. Se puede recalcar la revolución que ha causado el internet y las tecnologías volviendo las prácticas tradicionales obsoletas generando la necesidad de desarrollar competencias, estrategias y prácticas competitivas exigiendo habilidades nuevas que dominen las tecnologías emergentes y ganar ventajas estructurales que potencien los recursos en el proceso gerencial (Jaramillo, de los Ángeles Coloma, & Ordóñez, 2021).

2.4.4. Estrategias TIC para fortalecer la competitividad de las empresas.

América Latina se encuentra rezagada en cuestiones de innovación e incorporación de las tecnologías, debido en parte a la poca inversión de los gobiernos en las TIC, lo cual se evidencia en la baja investigación y desarrollo de estas. Las pequeñas empresas no son muy ajenas a la incorporación de las TIC en sus labores de emprendimiento, pero la falta de inversión, desconocimiento de los alcances tecnológicos y la poca cultura en la tecnología hacen que estas empresas no tengan el desarrollo esperado, haciéndola menos competitivas en un mercado que hoy en día exige no solo presencia física sino también virtual. Se pueden generar cambios significativos si se deja atrás la brecha digital, incentivando a consolidar cambios en su forma de operar permitiendo incluir aplicaciones que agilicen los procesos de compras, venta o servicio, con plataformas interactivas permitiendo realizar un sinnúmero de transacciones o procesos que posibiliten a los clientes menor trabajo, mejorando la competitividad en un mundo que cada vez busca innovación, modernización, pero sobre todo agilidad en los procesos (Castellanos Galeano, Loaiza, & Cuesta Iglesias, 2016).

La adaptación y transformación de diferentes tipos de alojamientos ofrecen alternativas diferentes a las de alquilar una tradicional habitación de hotel, sino que también ofrecen viviendas vacacionales de uso turístico, condominios o habitaciones privadas dentro de una residencia, estas opciones las implementan por medio de aplicaciones como HomeAway, Airbnb, entre otras. Las TIC son una herramienta útil al momento de querer llevar información de las evaluaciones que otorgan las personas que se hospedan en línea, ya sea la compra de un servicio o la evaluación del servicio hotelero, haciendo un estudio informativo para mejorar el hospedaje, detalles del servicio y las recomendaciones a nuevos turistas. Las redes sociales influyen mucho en el establecer relaciones con los seguidores, incentivando a los consumidores sobre los servicios que ofrece su establecimiento hotelero, las redes son la red de pesca para atraer a nuevos clientes (Vizcarra, Castro, & Osuna, 2020).

Debido a la baja tasa en el turismo este ha tenido que buscar e implementar estrategias que abarquen mayor atracción para los consumidores, creando nuevos destinos, rutas y

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

experiencias. Esto debido a que varios turistas han cambiado su forma de viajar en los últimos años. Buscan más interacción con los residentes con el objetivo de conocer su cultura, sus costumbres, sus platos tradicionales, lugares históricos, entre otros. El turista busca un viaje con economía colaborativa por eso el turismo es impulsado con ayuda de las TIC ya que estas promueven la competitividad por medio de intercambios y plataformas que promuevan esta economía colaborativa. Con ayuda de las redes, el internet, las plataformas analizan criterios para escoger su próximo destino, como la seguridad, la autenticidad y su tecnología, muchos de estos se basan en las experiencias de otros turistas más que las sugerencias de un agente de viaje, por eso lo importante de generar experiencias que el turista no olvide (Saldaña & Estela, 2020).

En la era de la informática y las tecnologías los medios online son un instrumento importante para la comunicación entre las organizaciones y cada individuo. La Web como la herramienta más utilizada por los usuarios permiten, crear, discutir y compartir contenidos exclusivos sobre los productos y sus empresas, con la consecuencia de poder afectar positiva o negativamente el potencial, su rendimiento y la reputación de la empresa (Vargas, Jiménez, & Bonilla, 2022). Esto crea relaciones notables entre empresa-cliente estableciendo de cierta forma una conexión que permite el progreso económico y social, adaptando los negocios a los nuevos requerimientos tecnológicos del entorno que permitan garantizar la supervivencia de las empresas a largo plazo. Es por eso por lo que las redes sociales también pueden traer desventajas y consecuencias negativas para los lugares que dependan de las reseñas, debido a filtraciones como malos comentarios, información no debida, información de empleados, entre otras cosas, aunque existen riesgos con la filtración de información también se puede decir que esto genera una mejorada iteración con los clientes, proveedores y organizaciones, estableciendo vínculos que aumenten la satisfacción cliente y mejor conocimiento de los productos (Álvarez Díaz, Solana González, & Pérez González, 2021).

2.5. Conclusiones

Es innegable hoy en día el uso de las TIC en el mundo, convirtiéndolo en algo común y necesario para desarrollar las actividades en el ambiente laboral empresarial. En los

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

últimos tiempos las tecnologías de la información y la comunicación han ido aumentando tanto en el crecimiento para las empresas como para los consumidores. Por ende, contar con internet hogar y datos móviles se ha vuelto casi un requisito para cualquier negocio, esta herramienta les permite llegar y conocer a sus consumidores sobre los gustos por sus productos y servicios.

La innovación y las herramientas TIC hacen más productivos los emprendimientos, llevándolas a una competitividad a nivel internacional donde no existan límites ni fronteras para empezar a desarrollar nuevos conceptos con la tecnología que les permita a las empresas evolucionar, sostenerse, pero sobre todo siendo competitiva. La clave del éxito sin importar el tamaño de la industria o del emprendimiento son las TIC y la innovación ya que estas herramientas agregan valor de peso a las empresas. Con el uso de herramientas tecnológicas las empresas tendrán la capacidad de conocer las necesidades de la empresa, proporcionar ventajas, conocer su potencial y así mismo tendrán datos que les permitan exigirse como emprendimiento y crecer en el mercado.

Las tecnologías de la información son herramientas que si son bien utilizadas son una gran ayuda no solo para ámbito empresarial sino también para cada ámbito de nuestra vida, con ella hoy en día personas que tienen difícil acceso a la educación, ir de un lugar a otro, tienen la ventaja de poder ver o educarse a través de las herramientas tecnológicas que se desarrollan diariamente. Las tecnologías de la información tienen un impacto profundo en diversos aspectos de la sociedad y la vida cotidiana. Si se utilizan de manera adecuada y ética, pueden contribuir significativamente al progreso social, económico y cultural. Sin embargo, es importante abordar también los desafíos relacionados con la brecha digital, la privacidad, la seguridad cibernética y otros aspectos para garantizar que los beneficios de estas tecnologías sean accesibles para todos.

En el mundo del emprendimiento, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desempeñan un papel fundamental al ofrecer una amplia gama de herramientas y recursos que pueden marcar la diferencia en el éxito y el crecimiento de un nuevo negocio. La integración efectiva de las TIC en el emprendimiento puede generar ventajas competitivas, mejorar la eficiencia operativa y ampliar las oportunidades de mercado. En

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

resumen, las TIC son un motor clave para la innovación y la transformación empresarial. Las TIC permiten a los emprendedores acceder a mercados más amplios y globales a través de plataformas en línea, comercio electrónico y marketing digital. Esto derriba las barreras geográficas y abre oportunidades para llegar a clientes de todo el mundo. Las soluciones tecnológicas pueden mejorar la eficiencia operativa al automatizar procesos, gestionar inventarios, realizar seguimiento de ventas y analizar datos en tiempo real. Esto ayuda a los emprendedores a ahorrar tiempo y recursos, lo que es especialmente valioso en los primeros días de una empresa.

Las TIC permiten a los emprendedores investigar y desarrollar nuevos productos y servicios de manera más eficiente. Herramientas de diseño asistido por ordenador, simulaciones y prototipado virtual pueden acelerar el proceso de desarrollo y reducir los costos. Las plataformas digitales y las redes sociales brindan a los emprendedores la oportunidad de interactuar directamente con los clientes, recibir retroalimentación en tiempo real y adaptar sus ofertas según las necesidades y preferencias de los consumidores. La adopción de tecnologías adecuadas permite a los emprendedores adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y a las nuevas tendencias, lo que es esencial en entornos empresariales altamente dinámicos. La adopción exitosa de estas tecnologías requiere una comprensión sólida de las necesidades del negocio, una planificación cuidadosa y una ejecución efectiva. Además, mantenerse actualizado con las últimas tendencias tecnológicas y aprender a adaptarse a los cambios continuos es esencial para aprovechar al máximo el potencial de las TIC en el emprendimiento.

2.6. Referencias Bibliográficas

- Acevedo, J., Robledo, S., & Sepúlveda Angarita, M. Z. (2020). Subáreas de internacionalización de emprendimientos: una revisión bibliográfica. *Económicas Cuc* ISSN, 42(1), 249–268. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.Org.7>
- Alban, G. P., & Arguello, A. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. Recuperado el 04 de 05 de 2023, de <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

- Álvarez Díaz, Y., Solana González, P., & Pérez González, D. (2021). Utilidad percibida y barreras a la adopción de la tecnología web 2.0 en empresas hoteleras. *Torrossa online digital*, 67-73. Obtenido de <https://www.torrossa.com/en/resources/an/5005055>
- Angarita, L. B., Duque, F. J., & Prieto, E. T. (10 de 2020). Aplicaciones Web y Móviles Orientadas al Turismo de Naturaleza: Una Revisión Sistemática de la Literatura. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*.(E36), 42-55. Recuperado el 06 de 05 de 2023, de <https://www.proquest.com/openview/23b0179ef3a9875f07c5f3a7eeaab918/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*, 41(24), 14. Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Carballido, A., & Plaza, A. G. (2021). El concepto de Smart Destination en la investigación turística. Revisión sistemática de la literatura para su definición y normalización. *Cuadernos de Turismo*.(48), 301-323. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.492781>
- Carranza, Y. M., & Carranza, E. K. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13612-13624. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346
- Castellanos Galeano, J. F., Loaiza, M. H., & Cuesta Iglesias, C. A. (2016). Importancia de las TIC para la competitividad de las Pymes en Colombia. *Puente. Revista Científica*, 10(1). doi:<http://hdl.handle.net/20.500.11912/7242>
- Castro, C. R., Bourne, T. M., Véliz, R. A., & Ramírez, T. A. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista publicando*, 8(31), 142-152. doi: <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2240>
- Chanto Espinoza, C. L., & Loáiciga Gutiérrez, J. L. (2021). Percepciones del emprendimiento con apoyo de herramientas tecnológicas: un enfoque descriptivo en tiempos de la COVID-19. . *Revista Nacional de Administración*, 12(1). doi: <http://dx.doi.org/10.22458/rna.v12i1.3380>

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

- Davila Moran, R. C. (01 de 09 de 2022). Emprendimiento y gerencia en tiempos de pandemia: una revisión sistemática. *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 10(3), 114-124. doi:<https://doi.org/10.15649/2346030X.2945>
- Florián Rogel, R. A., Perez Laveriano, R. O., & Valle Sagastegui, B. A. (May de 2022). IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA CRM EN UNA PYME. *Gestión De Operaciones Industriales*, 1(1), 73-82. Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/RINGIND/article/view/4463>
- González, J. L., G. M., & Chávez, M. C. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 237-247. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.73
- Guagliano, M., Villanueva, M., Pérez, N., & Sánchez Rico, A. (ago de 2021). Nuevas herramientas para la toma de decisiones: Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Estratégica. *Revista Abierta De Informática Aplicada*, 2(1), 3. Obtenido de <http://portalreviscienc.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/view/17>
- Gutauskas, F. A., & Zanfardini, M. (2022). El viaje del consumo turístico. Revisión bibliográfica y propuesta metodológica para su estudio. *Marketing de servicios: su esencia*, 1(1), 59-76. Recuperado el 06 de 05 de 2023, de https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/marketing_de_servicios/article/view/4312/61360
- Gutiérrez, I. S., Sánchez, A. L., Méndez, M. M., & Rodríguez, R. U. (03 de 2022). La integración de los sistemas inteligentes y las TIC en la optimización de recursos productivos de las industrias 4.0: una revisión sistemática. *Gestión de Operaciones Industriales*, 1(2), 56-63. doi:<https://doi.org/10.17268/goi4.0.2022.09>
- Hernandez, A. M., Da Silva, E. V., & Sánchez, M. A. (2019). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 17(5), 901-914. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/881/88165933011/html/#:~:text=%E2%80%9CEI%20turismo%20sustentable%20es%20aquel,y%20de%20las%20comunidades%20anfitrionas%E2%80%9D>.

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

- Jaramillo, M. L., de los Ángeles Coloma, M., & Ordóñez, W. E. (2021). Pertinencia en el uso de las tecnologías emergentes en la gerencia. *Revista Honoris Causa*, 13(1), 97-108. Obtenido de <https://revista.uny.edu.ve/ojs/index.php/honoris-causa/article/view/46>
- Kuss, A. C., & Medaglia, J. (2023). Turismo e tecnologia da informação: das agências tradicionais às travel techs. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.*, 16. doi:<https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2668>
- Mendoza, Á. G., Escudero, J. P., Vera, J. R., Camejo, W. M., & Pico, J. R. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local en Ecuador. Caso “Portoviejo Ciudad Creativa UNESCO”. *Research, Society and Development*, 10(2), 15. doi:<http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12754>
- Morales, L. A., Freire, J. D., & López, L. G. (2022). El marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador una revisión del estado del arte. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4), 596-605. doi: doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1205
- Moreira Avilés, M. Y., Cueva Estrada, J. M., & Sumba Nacipucha, N. A. (2023). El comercio electrónico en los emprendimientos de comida rápida. *I+D Revista de investigaciones*, 18(1), 92-106. Obtenido de <http://udi.edu.co/revistainvestigaciones/index.php/ID/article/view/364>
- Mosqueda, R. E., Navarro, H. O., & Venegas, R. R. (2019). LAS TIC, TAC, TEP, para desarrollar competencias empresariales y comunicativas en los estudiantes: caso licenciatura en administración financiera, universidad de guanajuato. en a. i. ac (ed.), *las mipymes y su emprendimiento e innovación social* (págs. 118 - 131). México. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Contreras-Soto/publication/351836370_Libro_Electronico_Las_Mipymes_y_su_Competitividad_Sustentable_terminado/links/60ac91c945851522bc1542be/LIBRO-ELECTRONICO-Las-Mipymes-y-su-Competitividad-Sustentable-TERMINADO.pdf#pa
- Peña Casillas, C. S., Espinoza Sánchez, R., & Bravo Silva, J. L. (2021). Emprendimientos turísticos rurales en Puerto Vallarta, Jalisco. En *Emprendimiento y educación superior en México: diversos enfoques en la construcción de ecosistemas*. (págs.

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

- 85-96). Ciudad de México, México: Ediciones del Lirio, SA de CV. Obtenido de <https://repositorio.cetys.mx/handle/60000/1479>
- Prado, A. L., Núñez, M. A., & Valdez, M. V. (2021). Destinos turísticos inteligentes. Revisión de literatura. México: Santi Ediciones. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Silvestre-Flores-Gamboa/publication/360076967_Perspectivas_Multidisciplinarias_en_el_Turismo/links/6260a0338e6d637bd1f0da97/Perspectivas-Multidisciplinarias-en-el-Turismo.pdf#page=99
- Ramos Galarza, C. A. (10 de 2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1 - 6. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Rodriguez, L. J., Pachón, L. D., & Upegui, E. (09 de 2020). Virtualización del patrimonio como oportunidad para el turismo, comparación entre el software comercial y el software libre para la reconstrucción 3D: estudio de caso Busto de Fabio Lozano Simonelli. *evista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação(E48)*, 321-335. Recuperado el 06 de 05 de 2023, de <https://www.proquest.com/openview/bfe21dc96eab6a1d1096886a994aff4d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Salazar, D., Salazar, L., Parra, D., & Guerrero, M. (2020). Turismo y nuevas tecnologías: aplicación móvil para promover el turismo gastronómico. *Revista Espacios*, 41(12), 8-23. Recuperado el 06 de 05 de 2023, de <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n12/a20v41n11p08.pdf>
- Saldaña, R. R., & Estela, A. H. (2020). El turismo de los Millennials; Airbnb y la economía colaborativa. *Gestión en el tercer milenio.*, 23(46), 99-106. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v23i46.19158>
- Sierra, S. M. (2020). La educación superior virtual y su influencia en el emprendimiento en Colombia: revisión de literatura. *Negocios, gestión y sostenibilidad*, 1(1), 1 - 12. doi:<https://doi.org/10.15765/wpngs.v1i1.1572>
- Soares, R., Cesario, M. F., & de Araujo, M. V. (2022). Destinos Turísticos Inteligentes e a Experiencia dos Turistas: Unas revisão sistemática da literatura em periódicos nacionais de Turismo. *Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade.*, 14(3), 21. doi:<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p746>

Capítulo 2. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el fortalecimiento del emprendimiento

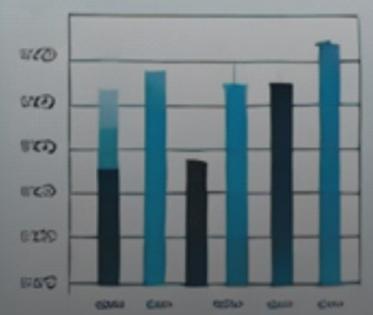
- Solís, J. D., & Ulloa Carabali, K. (2023). Aproximación al estado del arte de la competitividad en las empresas pymes. Proyecto de grado, Universidad Antonio Nariño, Santiago de Cali, Colombia. Obtenido de http://repository.uan.edu.co:8080/bitstream/123456789/7616/1/2022_Juan%20David%20Solis.pdf
- Soto Fajardo, F. D. (2022). Influencia de las agencias de viajes para impulsar el turismo como estrategia de reactivación económica post Covid 19; revisión bibliográfica. Fundación Universitaria del Área Andina, 22. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4455>
- Terán Yopez, E., & Guerrero Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista espacios*, 41(7), 7. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Vargas, A. M., Jiménez, R. P., & Bonilla, L. C. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación Social*.(80), 39-63. doi:<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1515>
- Vizcarra, C. B., Castro, G. C., & Osuna, N. I. (2020). Factores que influyen entre la elección de un servicio de alojamiento tradicional y viviendas de uso turístico. una revisión de la literatura. En M. L. Santiesteban, & C. C. Olivas Olivo, *Estudios multidisciplinares y socioculturales del turismo*. (págs. 139-153). Guadalajara, Jalisco, Colonia Del Fresno, México: Santi Ediciones. Recuperado el 05 de 05 de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/Mayra_I_Grano-Maldonado2/publication/365298257_Estudios_multidisciplinares_y_socioculturales_del_turismo/links/636da65354eb5f547cc14b6a/Estudios-multidisciplinares-y-socioculturales-del-turismo.pdf#page=139
- Yañez, R. C., & López, C. I. (2023). Uso de las TIC en las MIPYMES del sector turístico en Puerto Vallarta. *SAPIENTIAE: Ciências Sociais, Humanas e Engenharias.*, 8(2), 268-286. doi:<http://www.doi.org/10.37293/sapientiae82.07>

CAPÍTULO 3. VALORACIÓN DEL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO EN FLORENCIA CAQUETÁ



Evaluación

Los resultados de la evaluación de la percepción de los emprendedores sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá, se muestran en el siguiente gráfico de barras. El gráfico muestra que la mayoría de los emprendedores perciben un uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación para el emprendimiento, lo que se refleja en los altos niveles de percepción de uso de las tecnologías de la información y la comunicación para el emprendimiento.



Autores:

DENIS LORENA ÁLVAREZ GUAYARA, correo: d.alvarez@udla.edu.co

EDWIN EDUARDO MILLÁN ROJAS, correo: e.millan@udla.edu.co

Docentes tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia

HERIBERTO FERNANDO VARGAS LOSADA, correo: heri.vargas@udla.edu.co

Docente tiempo completo del programa Ingeniería de Sistemas, Universidad de la Amazonia, Integrante del Grupo de investigación GIECOM

3.1. Resumen

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación es fundamental en la sostenibilidad de los nuevos negocios; si bien es cierto, el comercio electrónico ha aumentado después de su aparición a finales de los años 90, luego de la pandemia del Covid-19, la aplicación de las TIC en la actividad comercial ha sido imprescindible para apoyar a los emprendedores en el desarrollo de ideas y modelos de negocio innovadores; sin embargo, las condiciones de los diferentes contextos influyen en como los emprendedores reconocen y valoran el uso de las TIC en sus proyectos de emprendimiento; por tal motivo el presente estudio se desarrolló con el propósito de identificar la valoración de los aspectos básicos relacionados con el uso y apropiación de las TIC por parte de los emprendedores en el municipio de Florencia. La investigación realizada fue de tipo exploratorio – descriptivo, a partir de los datos recopilados en una encuesta aplicada a emprendedores de la ciudad; la base de datos de empresas fue proporcionada por la Cámara de Comercio de Florencia con la cual se determinó la muestra, mediante un muestreo aleatorio estratificado considerando los sectores: primario (agrícola), secundario (industrial), terciario (prestación de servicios y comercio en general); los resultados permitieron obtener un panorama general de como los emprendedores valoran el uso de las TIC en sus negocios, de manera general y desde algunas perspectivas particulares, y a pesar que las valoraciones son en su mayoría positivas se observa que existe desconocimiento sobre sus beneficios en términos de eficiencia, productividad y oportunidades para ampliar la cobertura de clientes e innovar en productos y servicios.

Palabras clave: emprendimiento, TIC, sectores productivos, actividad comercial, comercio electrónico.

3.2. Introducción

Los mercados actuales son dinámicos, flexibles y cada día representan un nuevo reto para quienes desean iniciar su proyecto de empresa; actualmente, Alemania, Japón,

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

Estados Unidos, Reino Unido y Suiza, son considerados como los países con más crecimiento en el tema de emprendimiento, no solo por los grandes avances que han alcanzado en términos de ciencia, tecnología e innovación, sino también, porque a nivel de estado, han generado cuerpos normativos que favorecen a los emprendedores, quienes a su vez han desarrollado la capacidad para identificar oportunidades de negocio y necesidades del mercado, para así ofertar soluciones que permitan resolver estas problemáticas, lo cual los conlleva a la toma de decisiones sobre recursos de tipo: humano, financiero y material, y asumir riesgos, en miras a obtener beneficios económicos y éxito comercial (Calero Contreras et al., 2022; Niebles et al., 2020), lo cual sin lugar a dudas ha fortalecido la economía y ha expandido los mercados de estos países.

Desde una perspectiva internacional, de acuerdo con el Estudio Económico de América Latina y el Caribe, el crecimiento económico se ha visto disminuido, en primera medida por los efectos de la pandemia del COVID-19 a nivel mundial y actualmente por la guerra entre Rusia y Ucrania, lo cual ha generado escenarios de incertidumbre global y efectos sobre la inflación, la política monetaria de los países con economías desarrolladas y el comportamiento del valor del dólar con respecto a la mayoría de las monedas, condiciones que repercuten de manera negativa en la economía de los países de América Latina y el Caribe debido principalmente al incremento del precio de la energía y los combustibles fósiles (CEPAL, 2022). Sin embargo, de acuerdo con Hill et al., (2023), posterior a la pandemia, desde el GEM [Global Entrepreneurship Monitor 2022 / 2023], se han generado interrogantes sobre como los emprendedores han descubierto oportunidades a partir de esta situación tan compleja, y como las están aprovechando; en este contexto, sin lugar a duda, las TIC (Tecnologías de la Información y las comunicaciones), se han convertido en los aliados estratégicos de los nuevos emprendedores, tanto para la generación de nuevos productos y servicios como para ampliar su mercado (Rodríguez et al., 2020).

El panorama global en términos económicos ha incidido en la generación de emprendimientos en el país, cuya variación con respecto al año 2021 solo aumento en

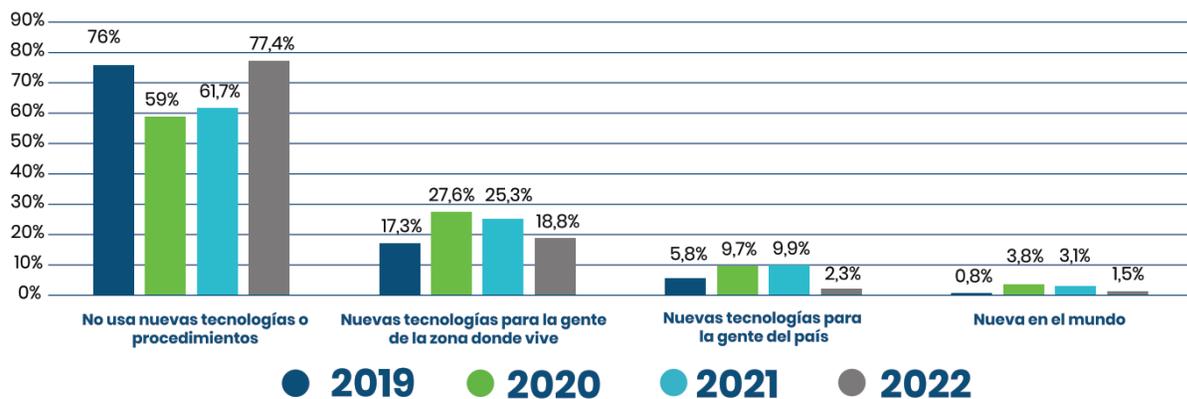
Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

un 1% de acuerdo con las estadísticas de Confecámaras (2022), ya que en el año 2021 fue de 307.679 y para el 2022 se crearon solo 310.731 unidades productivas, de las cuales el 73,8% corresponden a personas naturales y 26,2% a sociedades, y clasificadas según su tamaño el 99,6%, son micro empresa, 0,37% pequeña empresa, 0,02% mediana empresa y 0,01% gran empresa, estas cifras, reflejan la importancia de los emprendimientos como motor dinamizador de la economía nacional.

Por otro lado, según Martínez Romero et al., (2023), de acuerdo con la indagación realizada a los nuevos empresarios, según el informe sobre Actividad empresarial en Colombia 2022-2023: en camino hacia la reactivación, con respecto a la novedad de tecnologías y procesos implementados para producir sus productos o servicios a partir del interrogante ¿es nueva para la gente de la zona donde usted vive, para la gente de todo el país o para todo el mundo?, en la Figura 3.1, se evidencia que un porcentaje considerable de los empresarios tanto nuevos como ya establecidos refieren el bajo uso de tecnologías, principalmente de las nuevas.

Figura 3.1

Novedad de tecnologías o procesos TEA [Actividad Empresarial Temprana] en Colombia (2019 - 2022)



Nota. Las mediciones realizadas por la GEM incluyen tanto a los nuevos empresarios como a los ya establecidos durante los años indicados. Fuente: (Martínez Romero et al., 2023, p. 92).

Tal vez una de las razones principales del bajo uso y apropiación en el uso de las tecnologías, se debe a la alta brecha digital en el país, de acuerdo con el MinTIC (2020),

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

esta se refiere principalmente a las diferencias dadas entre aquellas comunidades que tienen acceso a las TIC con aquellas que no lo tienen, y en la misma medida con el nivel de alfabetización digital y la capacidad que estas tienen para hacer uso efectivo de las TIC con fines económicos, educativos, culturales etc.; por otro lado, la ONU (2020), indica que en la mayoría de los países al menos la mitad de los habitantes poseen conocimientos sobre informática básica como por ejemplo copiar un archivo digital, sin embargo en casos de tareas más complejas como descargar e instalar software o utilizar software especializado las cifras son muy bajas.

De acuerdo con las consideraciones anteriores, a pesar de las diversas limitantes con respecto al uso de las TIC, no se puede desconocer su papel fundamental en los emprendimientos actuales, ya que estas favorecen la eficiencia en la productividad de las empresas, principalmente en sus fases iniciales, considerando su capacidad para proporcionar información sobre mercados, tendencias, clientes y demás aspectos críticos que son necesarios para que los emprendedores tomen las decisiones adecuadas sobre su negocio (Peña García, 2021). Sumado a esto, los efectos de la pandemia debido al COVID-19, dio origen a necesidades y oportunidades antes no pensadas, por un lado, la necesidad de tener acceso a los elementos necesarios para vivir en una época de confinamiento, y por otra parte la oportunidad para emprender nuevos negocios a través del uso de las tecnologías, situación que no era desconocida, pero debido a las circunstancias, se volvió prácticamente la única forma de que las empresas logaran continuar su operación comercial (Montiel Méndez et al., 2021).

Para el departamento del Caquetá y específicamente para su capital Florencia, el principal centro urbano y de servicios de la región amazónica (Guio Rodríguez & Rojas Suárez, 2019), el desarrollo del emprendimiento mediado por las TIC tuvo su impulso durante la pandemia del COVID-19, en respuesta a las necesidades y oportunidades del entorno, en los cuales la innovación y la creatividad fueron fundamentales, sin embargo, también se develaron aspectos que son el objeto de la presente investigación, cuyo propósito es el de identificar la valoración de aspectos básicos relacionados con el uso y apropiación de las TIC por parte de los emprendedores en el municipio de Florencia.

3.3. Materiales y métodos

La investigación se realizó bajo el paradigma cuantitativo con un alcance exploratorio descriptivo, con el propósito de indagar y recopilar datos sobre el uso de las TIC en los emprendimientos de la ciudad de Florencia Caquetá, de tal forma que permitan vislumbrar las características y valoraciones de los emprendedores con respecto a las condiciones actuales, las necesidades particulares y de contexto para implementar las TIC en sus empresas.

En la determinación de la población se tuvo en cuenta la información suministrada por la Cámara de Comercio de Florencia, con los datos de las empresas registradas en la categoría de micro-empresas; para establecer la muestra se utilizó la técnica de muestreo aleatorio estratificado. El instrumento diseñado, fue tipo encuesta, la cual comprendió los siguientes interrogantes: 1. ¿Con qué tipo de conectividad cuenta la empresa?, 2. ¿Cuál es la valoración que da a los siguientes aspectos?: calidad del servicio de internet con que cuenta en la empresa; contar con un servicio de internet apropiado; conocer sobre los avances en servicios TIC para el desarrollo de productos o prestación de servicios especializados; contar con sistemas de información comerciales y/o contables; participar en capacitaciones especializadas para el uso de TIC, contar con plataformas digitales (página web, redes sociales, blogs, comercio electrónico); 3. ¿Cuáles son los ámbitos de información de su interés?.

Para la aplicación de la encuesta se utilizó la app móvil con administración web, denominada “Encuestas UDLA”, la cual fue diseñada para la recopilación de datos en el marco de los proyectos de investigación desarrollados por la Universidad de la Amazonia (Idrobo Cabrera, 2023). Una vez obtenidos los datos se procedió a realizar el análisis de la información para así dar cumplimiento al propósito de la investigación para lo cual se utilizó el software estadístico SPSS V.29. En la Tabla 3.1, se presentan la descripción de la población, muestra y el instrumento aplicado a los emprendedores de municipio de Florencia.

Tabla 3.1

Población, muestra e instrumentos de la investigación

Población	Muestra principal	Criterios de estratificación	Muestra estratificada	Instrumentos
		Sector primario (agrícola)	13	Encuesta Selección múltiple Escala Likert
1550 micro - empresas	283 empresas encuestadas	Sector secundario (industrial)	12	5=Muy importante, 4= Importante, 3=Moderadamente importante, 2=Poco importante, 1=No es importante
		Sector terciario (prestación de servicios y comercio en general)	257	

Nota. La base de datos de las empresas de Florencia proporcionada en un archivo en Excel por la Cámara de Comercio de Florencia, esta contenía la descripción de las actividades económicas CIIU revisión 4 adaptada para Colombia, lo cual facilito realizar la clasificación previa para determinar la muestra.

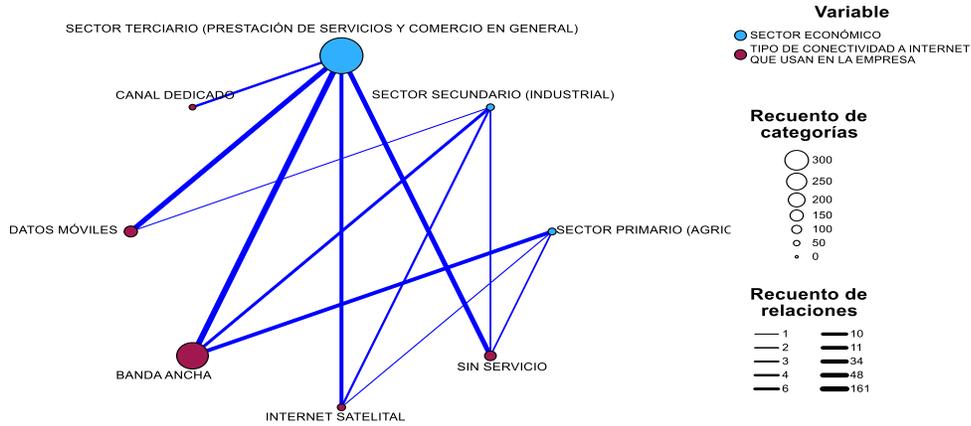
3.4. Resultados

La presentación de los resultados de la valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá comprendió en primer lugar, la valoración general sobre el aspecto tecnológico, y en segundo, la valoración sobre los interrogantes presentados en el instrumento aplicado a los emprendedores; además, tal como se muestra en la Figura 3.2, se presenta la relación sobre el tipo de conectividad a internet que tienen las empresas, clasificadas por sector económico, en esta se resalta que la mayoría de emprendimientos se encuentran ubicados en el sector terciario, siendo estos establecimientos que se dedican principalmente al comercio y/o a la prestación de servicios, también se destaca que el servicio de internet más utilizado es el de banda ancha, seguido por los datos móviles, también se evidencia que algunos de estos también carecen de este servicio.

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

Figura 3.2

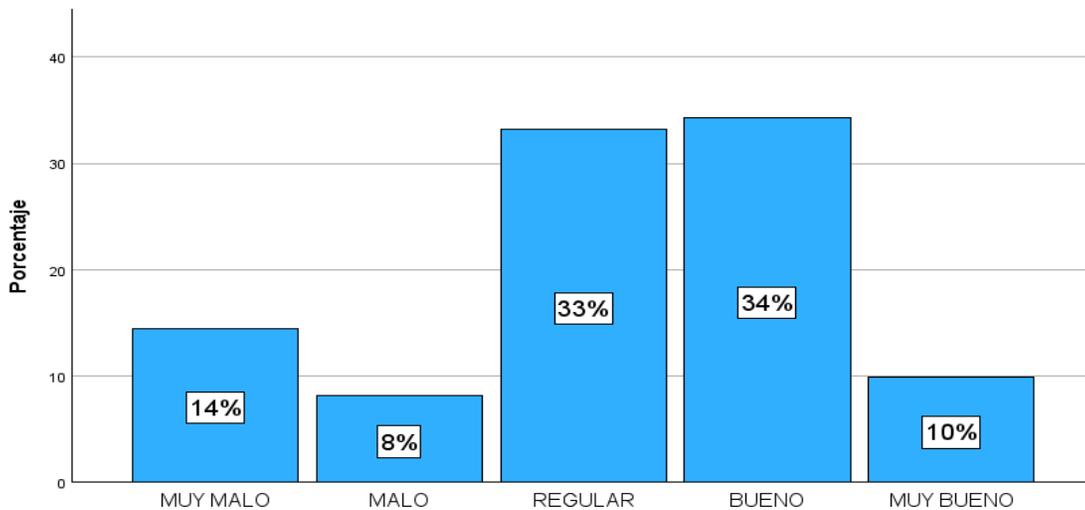
Mapa de relaciones de empresas por sector económico y tipo de conectividad a internet



Nota. El mapa de relaciones facilita el análisis de las conexiones e influencias que tienen para este caso los nodos (sectores económicos y tipos de conectividad a internet) y sus conexiones o enlaces. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Figura 3.1

Valoración de la calidad del servicio de internet con que cuenta la empresa



Nota. La valoración corresponde a los emprendimientos que cuentan con el servicio, independiente de su tipo. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

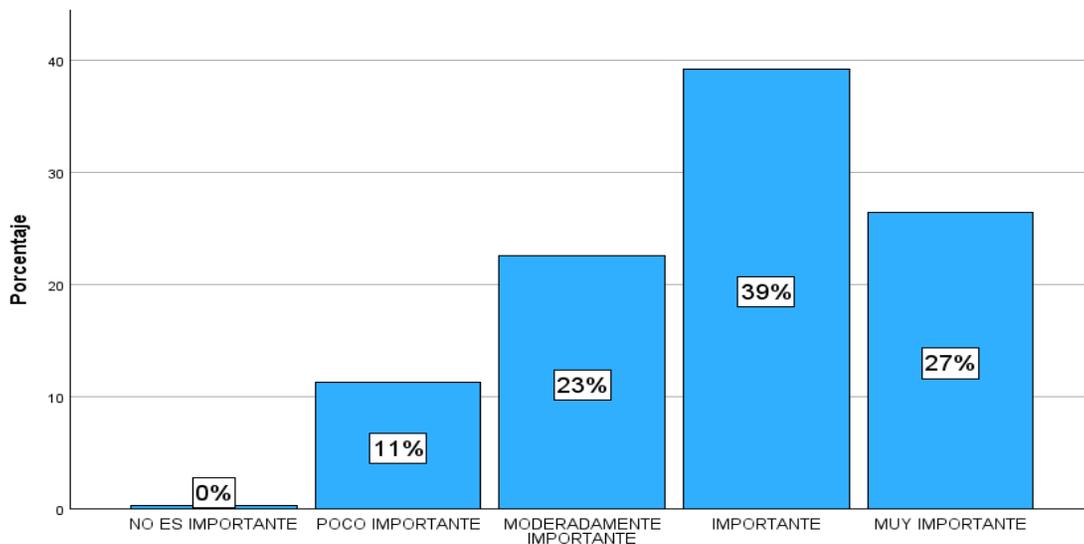
Así mismo, también se indago sobre las condiciones actuales de calidad en la prestación del servicio de internet con el que cuentan las empresas; en la Figura 3.1 se muestran los resultados de dichas valoraciones, de las cuales el 44% lo ubican entre bueno y muy bueno, el 33% lo considera regular, 8% malo y 14% muy malo.

3.4.1. Valoración general sobre el aspecto tecnológico

Se considero fundamental en el estudio evidenciar la valoración general que tienen los emprendedores sobre el aspecto tecnológico en su conjunto, tal como se muestra en la Figura 3.2, de forma positiva el 39% lo valoran como importante y el 27% muy importante; aunque no se refleja una valoración totalmente negativa, el 23% corresponde a moderadamente importante y el 11% a poco importante.

Figura 3.2

Valoración general del aspecto tecnológico



Nota. Para elaborar esta gráfica se calculó la media aritmética a partir de los resultados de la encuesta donde se valora el componente tecnológico en escala de importancia Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

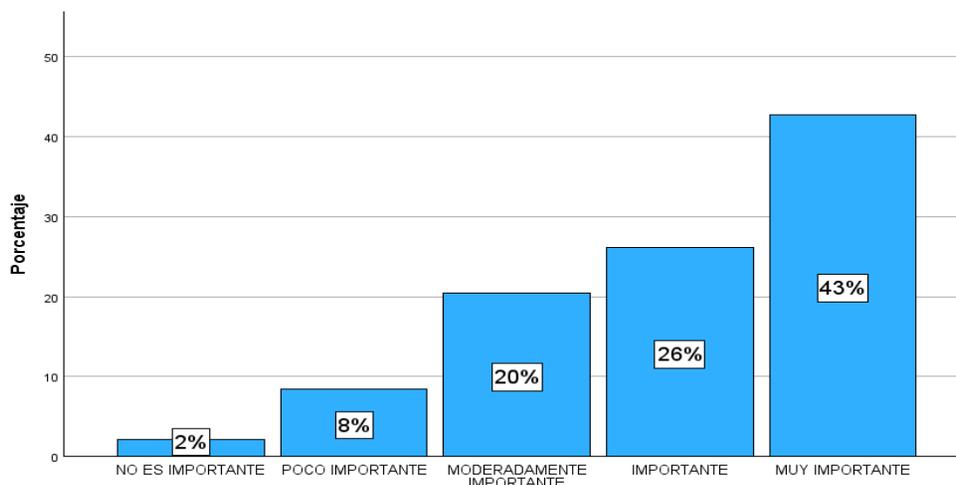
En la Figura 3.3, con respecto a si los emprendedores consideran importante contar con un servicio de internet apropiado, el 43%, los manifestaron como muy importante y el

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

26% importante, sin embargo, el 20% lo valoran de manera intermedia y el 10% de forma negativa.

Figura 3.3

¿Qué tan importante es contar con un servicio de internet apropiado para su empresa?



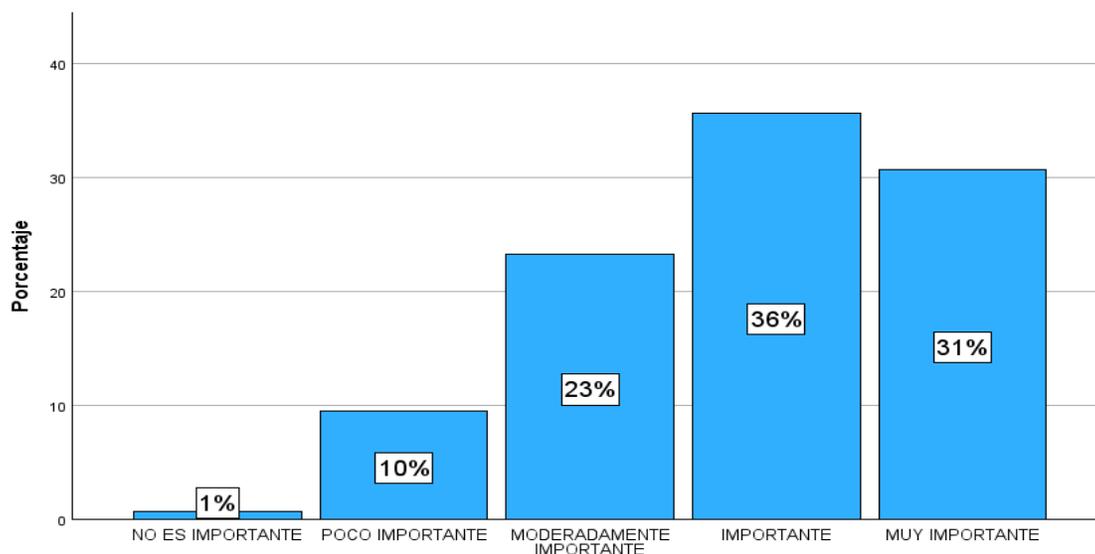
Nota. La intención de esta valoración es relacionar como los emprendedores valoran el servicio de internet con el que actualmente cuentan. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

3.4.2. Otras valoraciones del aspecto tecnológico en los emprendimientos

En las primeras fases de los emprendimientos resulta de vital importancia identificar novedades en maquinaria y equipos tecnológicos para el desarrollo de productos y servicios, por esto se indago el grado de importancia que los emprendedores dan a este aspecto, los resultados según la Figura 3.4 muestran que de forma positiva el 67% lo valoran como importante y muy importante, moderadamente importante el 23% y negativamente el 11%.

Figura 3.4

¿Qué tan importante es identificar novedades en maquinaria y/o equipos tecnológicos para el desarrollo de productos y/o servicios?

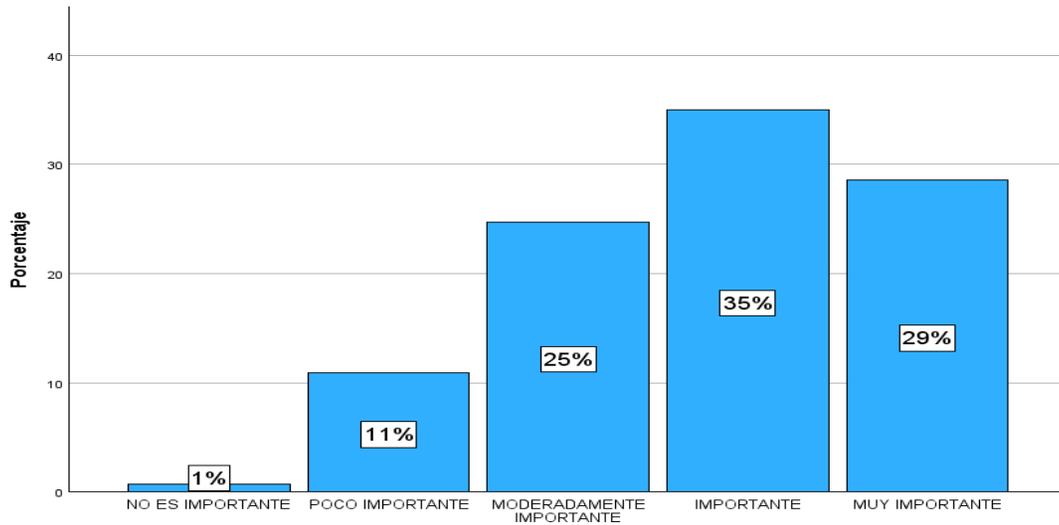


Nota. Aparte del uso de las TIC para los emprendimientos también se consideró valorar la importancia que tienen la maquinaria y los equipos tecnológicos desde el punto de vista productivo. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

De igual forma se consultó sobre como los emprendedores valoran el conocimiento sobre los avances en servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), dada su importancia en el desarrollo de productos o la prestación de servicios especializados en la actualidad, en la Figura 3.5 se muestra que el 64% lo valoran entre importante y muy importante el 25% moderadamente importante, el 11% poco importante y el 1% no es importante.

Figura 3.5

¿Qué tan importante es conocer sobre los avances en servicios TIC para el desarrollo de productos o prestación de servicios especializados?

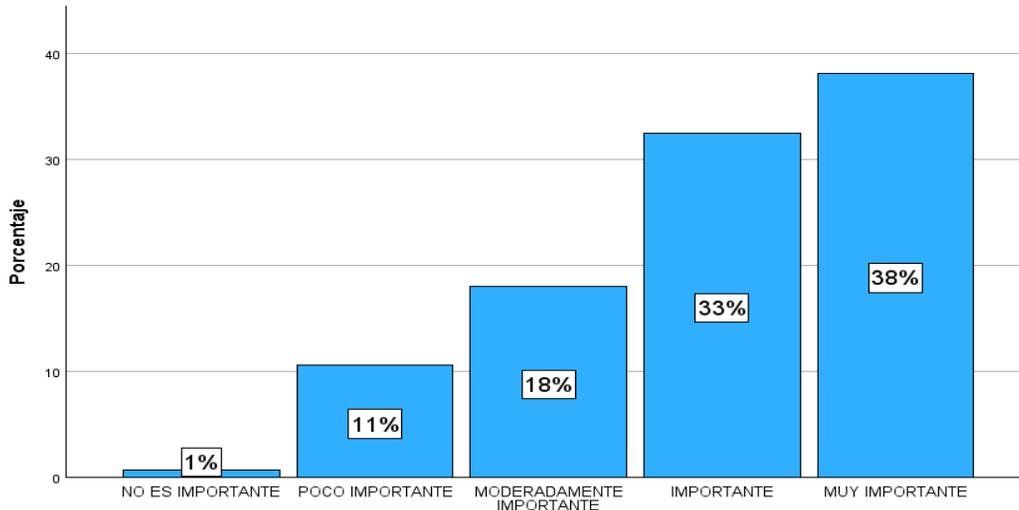


Nota. Este interrogante se incluyó en el instrumento considerando que la valoración de este aspecto por parte de los emprendedores refleja en qué medida estos consideran importante que los avances en los servicios TIC son esenciales para la innovación y le proporcionan oportunidades competitivas. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Independientemente del tamaño de las empresas, es necesario contar con sistemas de información adecuados para el manejo de la información comercial y contable, dada su importancia en la gestión y el éxito del negocio, sin embargo, en el caso de los emprendimientos, muchas veces estos son obviados o no considerados porque no es clara la relación costo beneficio, para el caso de la investigación en primera medida es necesario primero establecer como los emprendedores creen que es importante contar con sistemas de información comerciales y/o contables en sus negocios; en la Figura 3.6, se presentan los resultados, destacando positivamente que el 71%, dan valoraciones entre importante y muy importante, el 18% moderadamente importante y de manera negativa solo el 11% con poco importante y 1% nada importante.

Figura 3.6

¿Qué tan importante es contar con sistemas de información comerciales y/o contables?



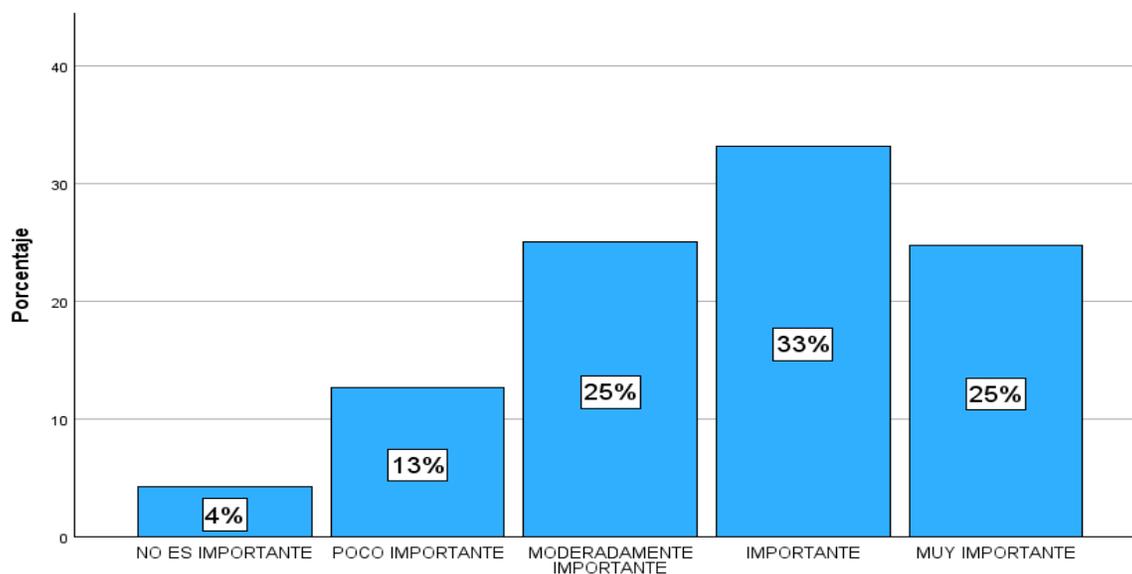
Nota. Se debe considerar que desde la expedición de la Resolución Número 000042 (05 de mayo de 2020), se determinaron quienes deben realizar la facturación electrónica, por lo tanto, es una obligación de las empresas contar con sistemas electrónicos que soporten las condiciones legales establecidas en esta norma. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Adicionalmente, también se midió la valoración con respecto a la importancia de participar en capacitaciones especializadas sobre el uso de TIC, con este interrogante fue posible identificar en qué medida los emprendedores consideran la necesidad de mantenerse actualizado, mejorar sus habilidades y las de sus negocios en pro de aumentar la productividad y la competitividad de sus emprendimientos, los resultados de la Figura 3.7, muestran que para el 58% de los encuestados este aspecto se valora entre importante y muy importante, para el 25% moderadamente importante, y de manera negativa con un 13% poco importante y un 40% no es importante.

Figura 3.7

¿Qué tan importante es participar en capacitaciones especializadas sobre el uso de TIC?

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá



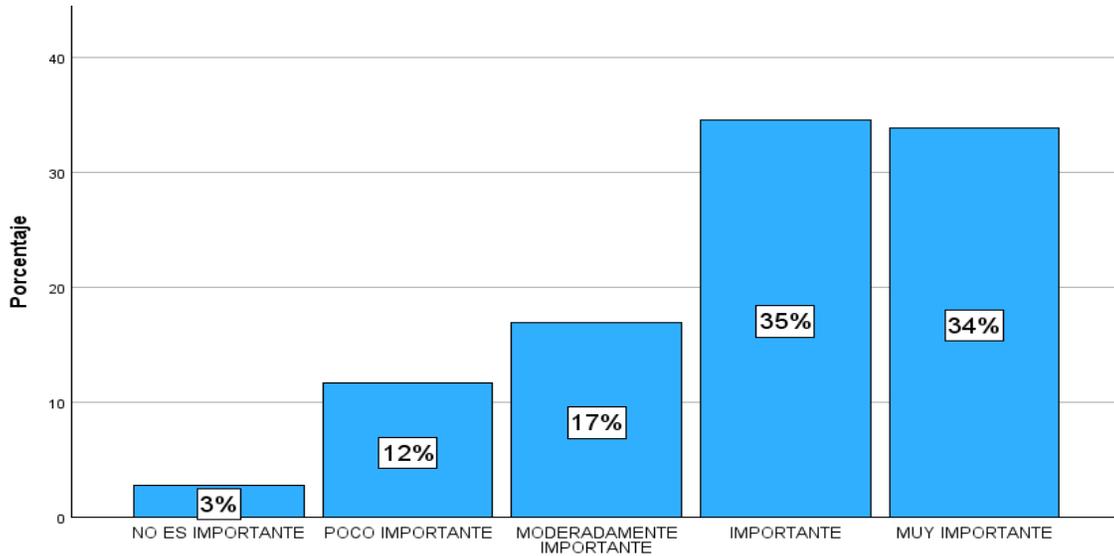
Nota. La valoración positiva de este aspecto evidencia que los emprendedores reconocen la necesidad de las capacitaciones en el uso de las TIC como herramientas que facilitan la adaptación y digitalización empresarial. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Aparte de los aspectos anteriormente expuestos, se indagó sobre la importancia de que los emprendimientos cuenten con plataformas digitales como: página web, redes sociales, blogs, comercio electrónico, en la Figura 3.8, se muestra que los encuestados en un 69% valoran como importante y muy importante este factor, 17% moderadamente importante, 12% poco importante y 3% nada importante.

Figura 3.8

¿Qué tan importante es contar con plataformas digitales (página web, redes sociales, blogs, comercio electrónico)?

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

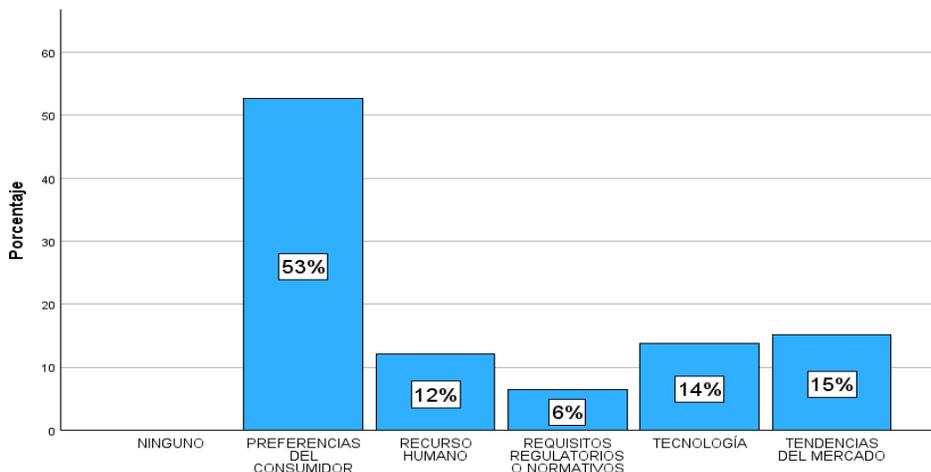


Nota. En la actualidad se considera esencial contar con plataformas digitales en los entornos empresariales. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

Finalmente, se planteó un interrogante sobre algunos factores críticos a identificar en los emprendimientos relacionado con cuáles son los ámbitos de información que son de interés de los emprendedores, entre estos se destacó las preferencias del consumidor con un 53%, seguido por las tendencias del mercado con un 15%, tecnología 14%, recurso humano 12% y por último requisitos regulatorios o normativos 6%.

Figura 3.9

¿Cuáles son los ámbitos de información de su interés?



Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

Nota. Estos factores críticos se caracterizan por que a nivel organizacional poseen un estrecho vínculo con las TIC, desde el punto de vista de la gestión de la información. Fuente: elaboración propia, software estadístico SPSS V.29.

3.5. Conclusiones

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los emprendimientos es una oportunidad actual para potenciar la competitividad y sostenibilidad comercial, sin embargo, esto depende en gran medida de las condiciones del entorno y de las mismas capacidades organizacionales (Buenrostro & Hernández, 2019), las cuales se encuentran sujetas a la percepción y valoración que los emprendedores tienen sobre el contexto y sobre las tecnologías disponibles para ser implementadas en su negocio.

En el municipio de Florencia el sector productivo más representativo es el terciario, las dinámicas comerciales se relacionan principalmente con actividades de compra y venta de productos ya elaborados y la prestación de servicios, al relacionar esta característica con los resultados con el tipo de conectividad a internet que actualmente están usando los emprendedores, se evidencia un mayor énfasis en los servicios de banda ancha y datos móviles resaltando este último dado que ofrece economía y practicidad a los emprendedores en sus etapas iniciales, sin embargo, este no ofrece soporte para realizar tareas sobre aplicaciones con una alta transmisión de datos, para algunos negocios puede resultar cómodo y barato realizar pequeñas transacciones utilizando teléfonos móviles, no obstante a futuro esto limitaría el crecimiento del negocio, dado que sería muy complejo lograr una fidelización de los clientes, darle recomendaciones y hacerle seguimiento para estar cuando él lo requiera (Pareti et al., 2020).

Por otra parte, si bien es cierto que los emprendimientos en su mayoría no se enfocan a la transformación de materia prima para la elaboración de productos, gran parte de los emprendedores de la ciudad de Florencia valoran de forma positiva la importancia de identificar maquinaria, equipos y tecnologías para el desarrollo de productos o servicios, con esto es posible resaltar que existe la disposición de favorecer la capacidad de innovación y adaptación tecnológica de los emprendimientos, con esto también se

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

vislumbra una oportunidad para apoyar a los emprendedores con herramientas de vigilancia tecnológica que aporte a la búsqueda, detección y sistematización de información relevante del entorno tecnológico que pueda ser utilizada en su negocio (González Alcalá & Gómez Quintero, 2017).

Desde lo normativo, todos los establecimientos comerciales declarantes de IVA deben realizar la facturación electrónica, esta exigencia ha hecho necesaria implementación de soluciones tecnológicas que se ajusten en primera medida a la capacidad económica de los emprendedores y segundo a los requisitos legales, sin embargo, en la etapa inicial de las empresas los sistemas de información sobre la facturación, la contabilidad, inventarios, clientes etc., no se encuentran integrados o se carecen de algunos de ellos, en cualquier caso, la valoración positiva de los emprendedores sobre la importancia de contar con sistemas de información comerciales y/o contables, refleja el reconocimiento que se da a estos para apoyar la gestión de la información financiera y comercial como eje del éxito y sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

Por último, se enfatiza en la importancia para los emprendimientos el contar con plataformas digitales, la presencia en redes sociales y hacer uso de servicios web especializados en el comercio online, visibiliza y amplía la cobertura de los negocios, los emprendedores son conscientes de estas ventajas, dadas las opciones que proporcionan estas plataformas para la promoción, la comercialización y la interacción con los clientes; desde esta perspectiva, es pertinente plantear que el marketing digital puede ser la mejor herramienta para los emprendedores actuales, como el medio para la generación de estrategias basadas en el empleo de plataformas digitales para potenciar su propuesta de valor y modelo de negocio en la era digital (Guatemala Mariano et al., 2023), sin embargo, también es evidente el desconocimiento sobre las potencialidades que ofrecen los diferentes proveedores de servicios web y redes sociales, además del imaginario de considerar que las prestaciones adicionales de estas herramientas pueden llegar a ser demasiados costosas y no ajustarse a los presupuestos de los negocios en sus fases iniciales.

3.6 Referencias Bibliográficas

- Buenrostro, H., & Hernández, M. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Economía Teoría Y Práctica*, 27(50), 101–124. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24275/ETYPUAM/NE/502019/Buenrostro>
- Calero Contreras, L. N., Fajardo Armijos, C. M., & Vega Jaramillo, F. Y. (2022). Impacto económico de las estrategias implementadas por los emprendedores ecuatorianos en época de Covid-19. *Revista Científica Sociedad & Tecnología*, 5(2), 197–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5i2.207>.
- CEPAL. (2022). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). In Estudio Económico de América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48077/4/S2201058_es.pdf
- Confecámaras. (2022). Informe de dinámica de creación de empresas. https://confecamaras.org.co/phocadownload/2022/Dinámica_de_Creación_de_Empresas_Enero_-_Dic_2022.pdf
- González Alcalá, A., & Gómez Quintero, D. (2017). Guía Práctica InnoViTech - Vigilancia Tecnológica para la Innovación. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Guatemala Mariano, A., Martínez Prats, G., & Martínez de Escobar Fernández, A. (2023). Tendencias en Marketing Digital para emprendedores sociales basados en plataformas digitales. *Revista Científica Electrónica de Educación y Comunicación En La Sociedad Del Conocimiento*, 23(1), 154–178. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30827/eticanet.v23i1.27709>
- Guio Rodríguez, C. A., & Rojas Suárez, A. (2019). Amazonia colombiana Dinámicas territoriales. In *Ideas Verdes. Análisis Político* (Vol. 22). https://co.boell.org/sites/default/files/2020-01/IDEAS VERDES web _1.pdf
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, F., Zbierowski, P., Schott, T., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022 / 2023 Global Report Adapting to a “New Normal .” 255. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

- Idrobo Cabrera, J. F. (2023). Aplicación móvil con administración web para la recolección de datos online – offline en los proyectos de investigación mediante la implementación de instrumentos tipo cuestionario. Universidad de la Amazonia.
- Martínez Romero, A. C., Moreno Barragán, J. A., Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F., F., López Lambraño, M., Schmutzler, J., Gómez Núñez, L., Santiago Martínez, V., Parra Bernal, L. D., & Orozco Triana, J. A. (2023). Actividad empresarial en Colombia 2022-2023: en camino hacia la reactivación. In GEM Colombia 2023 (Ed.), Actividad empresarial en Colombia 2022-2023: en camino hacia la reactivación. <https://doi.org/10.18046/eui/gem.2023>
- MinTIC. (2020). Índice De Brecha Digital Regional 2020 (p. 134). UNION TEMPORAL TU- BRECHAS 2019. <https://cierrebrechadigital.aprendoencasa.pe/recursos/presentaciones/2-Webinar1.pdf>
- Montiel Méndez, O. J., Flores Novelo, A., Avila Paz, E., & Sierra Martinez, S. J. (2021). “Tengo que sobrevivir”: Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 23(1), 67–84. <https://doi.org/10.36390/telos231.06>
- Niebles, W., Niebles Nuñez, L. D., & Barrios Parejo, I. A. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia*, 25(38), 35–52. <https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390>
- ONU. (2020). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. In Naciones Unidas (p. 64). United Nations Publications. <https://acortar.link/ZD8YID>
- Pareti, Stefania., Córdova, A., & Fuentes, J. I. (2020). Tecnologías de la información y comunicación (CRM y ERP) como herramientas de segmentación y fidelización de clientes: El caso de los emprendimientos hoteleros de Cerro Alegre y Cerro Concepción, Valparaíso Chile. *Revista Ibérica de Sistemas y Técnicas de Información*, E31, 342–356. <https://www.proquest.com/openview/5c14f7418e61fc263b36c94ddeac224d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Peña García, J. E. (2021). Tecnologías de información y comunicación y emprendimiento. *REVISTA DE TREBALL, ECONOMIA I SOCIETAT*, 103, 1–14.

Capítulo 3. Valoración del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el emprendimiento en Florencia Caquetá

Rodríguez, K. G., Ortiz, O. J., Quiroz, A. I., & Parrales, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100–118. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>

CAPÍTULO 4.

ESTUDIO DE CASO: EMPRENDIMIENTOS EN TURISMO DE NATURALEZA Y SU CONTRIBUCIÓN A LOS FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO REGIONAL FLORENCIA CAQUETÁ, COLOMBIA

VATCAL STUDY
NATURE TOURISM
AND ENTREPRENUITINE
to Regimatojirud Comapeletirnt
lon Florenda

Autores:

JUAN MANUEL MEJÍA RODRÍGUEZ, correo: juanm.mejia@udla.edu.co

ÁLVARO ANDRÉS CASTAÑO LÓPEZ, correo: al.castano@udla.edu.co

Estudiantes del Programa de Administración de Empresas; Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia.

JHON JAIRO BELTRÁN CHICA, correo: j.beltran@udla.edu.co

Docente de tiempo completo del programa Administración Financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia

4.1. Resumen

Este capítulo busca responder, el interrogante: ¿Cómo los emprendimientos en turismo de naturaleza contribuyen a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional en Florencia Caquetá?; dada, la problemática que afrontan el sector turismo, se pretenden exponer algunas alternativas o estrategias; para ello el artículo se apoya en el marco teórico de la competitividad. Metodológicamente consta de tres fases: en la primera, se realizó la revisión bibliométrica de la base de datos Scopus con el software R, que permitió establecer el grado de relación existente entre las categorías objeto de estudio; y un análisis de fuentes secundarias, con el fin de conocer aquellas estrategias de desarrollo que han promovido procesos en los emprendimientos de Turismo de Naturaleza, o alternativas locales para el desarrollo competitivo regional. En la segunda fase, se realizó el diseño y la aplicación de entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión a los actores sociales claves con el fin de indagar, desde el saber local, por aquellas experiencias colectivas para aportar a los procesos de fortalecimiento de los emprendimientos de TN para el desarrollo competitivo regional. En la tercera fase, se llevó a cabo el proceso de análisis y triangulación de datos. La información recabada de grupos focales y entrevistas se analizó a través del software Atlas Ti (versión 7), teniendo presente el marco teórico de la investigación. En ese sentido, se concluyen dos ideas clave: la primera es el aporte que hacen los emprendimientos de turismo de naturaleza a la competitividad regional y la segunda las estrategias que se pueden implementar para potenciar el sector y crecimiento competitivo en el territorio.

Palabras clave: Emprendimiento; Turismo de naturaleza; Desarrollo regional, Competitividad.

4.2. Introducción

El emprendimiento, es una actividad que realiza el productor con el fin de satisfacer a los consumidores, y vender los productos ofrecidos por la empresa de manera eficaz. Dicha actividad de venta requiere del uso del marketing, dado que, este ofrece las herramientas, métodos y estilos acordes a las cambiantes necesidades de los consumidores; en tal sentido Kotler (referente base), expresa que el marketing implica un desarrollo de actividades sociales y administrativas, que otorga a las personas la complacencia de requerimientos o deseos, aspecto alcanzado con el intercambio de valor, de un producto o servicio (Thompson, 2006).

Es así, que en esta investigación se incluye a los emprendimientos de turismo de naturaleza, con sus subproductos a) Turismo de aventura; b) Ecoturismo y c) Agroturismo, (García *et al.* 2021); dado que, este turismo de naturaleza ha sido identificado en Colombia como una alternativa para las comunidades y una oportunidad para alcanzar el desarrollo de la Nación (Mogrovejo, 2019). A pesar de esto, la cadena de valor que integra los servicios del turismo genera impactos fuertes en la economía de la población local (Rivera y Gutiérrez, 2018; Baggio, 2019; Rivera y Echeverry, 2020).

Por ende, se estudia el departamento de Caquetá, en su capital municipio de Florencia, denominada *Puerta de Oro de la Amazonia Colombiana*; ubicada en la cordillera oriental, conformado por las zonas urbana y rural; en esta última se encuentran siete corregimientos: Danubio, El Caraño, Orteguzaza, Venecia, Santo Domingo, San Martín y San Pedro (Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonia-Corpoamazonia, 2017a). En la actualidad existen 88 emprendimientos registrados (Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá, 2023), dedicados al fortalecimiento y la promoción del turismo en el departamento, y 35 en Florencia.

Son estos emprendimientos en Turismo de Naturaleza -TN, en los cuales se busca identificar su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional en el departamento del Caquetá. Desde el abordaje del concepto y las teorías

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

de la competitividad a lo largo de la historia, con autores como Michael Porter y su metodología en el diseño de estrategias competitivas. Así como, los diferentes factores de productividad que inciden en el desarrollo de las empresas turísticas, que permiten mostrar estrategias para un mayor crecimiento y desarrollo del sector, al identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, vistas desde la competitividad turística.

Asumida, la competitividad turística, como la capacidad que tiene una empresa de influir en un destino y así poder producir o incorporar productos con costo agregado que faciliten mantener los recursos de dicho sitio y mantener un lugar frente a la competencia; los esfuerzos por conservar la vigencia de los emprendimientos turísticos en el interés de la población permanecen expuestos a eventos, sucesos o cambios vigilados en el campo local, nacional e internacional, frente a los cuales tienen que reaccionar los diversos actores relacionados en la labor de conservar al destino en el mercado mundial. Para Bringas y Chávez (2008), “la competitividad en el mercado del turismo mundial se observa por procesos de creación social de destinos turísticos basados en recursos físicos, naturales, técnicos y discursivos, cuya consecuencia es su consolidación o declive como sitios receptores de corrientes de visitantes” (p. 4).

Pero, esta competitividad se ve afectada por inconvenientes de calidad y servicio, además del bajo impulso, mercadeo y los inconvenientes de infraestructura, así como, por los errores en la administración pública. Para el Centro Ecuatoriano para la Responsabilidad Social – grupo Ceres “en Colombia hay zonas donde se ve reflejado el poco nivel de competitividad turística que hay, en algunos ni si quiera existen empresas turísticas y otros las hay, pero su emprendimientos y establecimientos no está legalmente constituido” (2019). Por lo anterior, se diseñó el Plan de Desarrollo Turístico para el departamento de Caquetá, con el objetivo de identificar el potencial natural y cultural en la oferta del Turismo de Naturaleza a través de la creación de emprendimientos en el territorio (MinCIT, 2012b). Este plan permitió, además, que el municipio de Florencia iniciara la ejecución de actividades para impulsar el TN como una alternativa viable para

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

el desarrollo competitivo. No obstante, se evidencia la falta de articulación de la Administración local con los empresarios de este gremio turístico, debido a que las acciones de acompañamiento técnico por parte del Gobierno municipal son escasas y débiles (Rivera, 2019). Esto conlleva a que los actores involucrados en la cadena de valor del TN, elaboren planes sin criterios de sustentabilidad, y generen así amenazas hacia el logro del crecimiento competitivo regional.

Por lo tanto, esta investigación pretende resolver el interrogante ¿Cómo los emprendimientos en turismo de naturaleza contribuyen a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional en el departamento del Caquetá?

4.3 Materiales y métodos

Esta investigación se aborda desde el enfoque constructivista, con un tipo de investigación cualitativa, de carácter descriptiva, a través del método hermenéutico, (Flick, 2004).

Participantes

El muestreo fue no probabilístico, por conveniencia. La población sujeto de estudio, se constituyó por: a) emprendedores de turismo caracterizados en el año 2022, por la Secretaría de Emprendimiento y Turismo de Florencia, Caquetá, se decidió tomar de la totalidad del universo (10 emprendimientos); b) Entidades presentes en el territorio; datos extraídos de las fuentes correspondientes en su orden a Secretaría de Emprendimiento y Turismo municipal adscrita a la alcaldía de Florencia, Caquetá (2023), y Dirección Nacional de Planeación- DNP (2023).

Materiales e instrumentos

Esta investigación constó de tres fases: en la primera, se realizó la revisión bibliométrica de la base de datos Scopus con el software R, que permitió establecer el grado de relación existente entre las categorías objeto de estudio; y un análisis de fuentes secundarias

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

asociadas a normas, políticas y planes de desarrollo económico a nivel local y nacional, así como documentos Conpes (lineamientos de política pública) en distintas fechas, con el fin de conocer aquellas estrategias de desarrollo que han promovido procesos en los emprendimientos de Turismo de Naturaleza, o alternativas locales para el desarrollo competitivo regional.

En la segunda fase se realizó el diseño y la aplicación de entrevistas semiestructuradas a los actores sociales claves con el fin de indagar, desde el saber local, por aquellas experiencias colectivas para aportar a los procesos de fortalecimiento de los emprendimientos de TN y al territorio. Además, se desarrollaron grupos focales con la participación de actores sociales institucionales (Secretarías de turismo municipal, Corpoamazonia y concejales del municipio de Florencia) con el objetivo de conocer algunas estrategias orientadas a la incorporación del turismo de naturaleza en las políticas públicas del municipio para el desarrollo competitivo regional. En la tercera fase, se llevó a cabo el proceso de análisis y triangulación de datos recabados mediante revisión bibliométrica y normativa, entrevistas semiestructuradas y los grupos focales. La información recabada de grupos focales y entrevistas se analizó a través del software Atlas Ti (versión 7), teniendo presente el marco teórico de la investigación.

Procedimiento

La validez de la investigación se fundamentó en la utilización de diversas técnicas para la recolección de la información, su organización y análisis; así como, la aplicación de prueba piloto de los instrumentos y validación por expertos, además de una revisión y análisis de los resultados por expertos. Lincoln y Guba (1985).

4.4. Resultados

Para realizar esta investigación, en el desarrollo de la primera fase, se implementó la búsqueda sobre lo investigado de los temas relacionados con la pregunta de investigación a nivel internacional, nacional y local; se llevó a cabo este ejercicio, en bases de datos destacadas (*Science Direct, Web of Science, Scopus*). La primera

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

búsqueda se realizó con fórmula booleana e integra las categorías de análisis, con un filtro de años conformado para un periodo comprendido entre el 2019 al 2023 (fecha de procesamiento Febrero, 2023).

4.4.1. Análisis de la información

Al realizar un estudio en bases de datos de carácter científico, se encontró la evolución del concepto de competitividad a través de la historia, y la propuesta de estrategias competitivas desde 1980 con el libro de Michael Porter de “Competitive Strategy”, año en el cual nace el concepto de competitividad, a raíz de la crisis de las industrias de países industrializados (América del Norte y Europa), lo que, genero la necesidad de buscar la competitividad en las empresas, por medio de estrategias explícitas y implícitas, desde el *enfoque estructuralista*, visto como la lógica de la visión competitiva; por lo cual, Porter propone que “la meta de la estrategia competitiva es encontrar una posición dentro del sector de actividad en que la empresa actúa para poder defenderse de las fuerzas competitivas del mercado o influenciarlas a su favor”.

Es así, como el primer enfoque de Porter lo constituyen las cinco fuerzas (Diamante de Porter) que dirigen la competencia en un sector, a) Rivalidad entre empresas existentes, b) Ingreso potencial de otras empresas, c) Amenaza de productos sustitutos, d) Poder de negociación de los clientes, y e) Poder de negociación de los proveedores; pero, autores como Vargas (1999) presenta la propuesta de Bueno Campos, que es una nueva visión de las fuerzas competitivas del mercado. Lo que propone, este autor, es clasificar en tres categorías las 5 fuerzas; generando las categorías: a) Competencia actual; b) Competencia potencial y c) Poder negociador de los agentes (lo que hace referencia a frontera). Así mismo, se presenta la teoría de Treacy y Wierzema, que dan una metodología, para la diferenciación y segmentación que había propuesto Porter, pero desde la programación digital. En la búsqueda, se encontró también, las disciplinas de valor, y la estrategia del Océano azul, Benítez Codas, M., (2012).

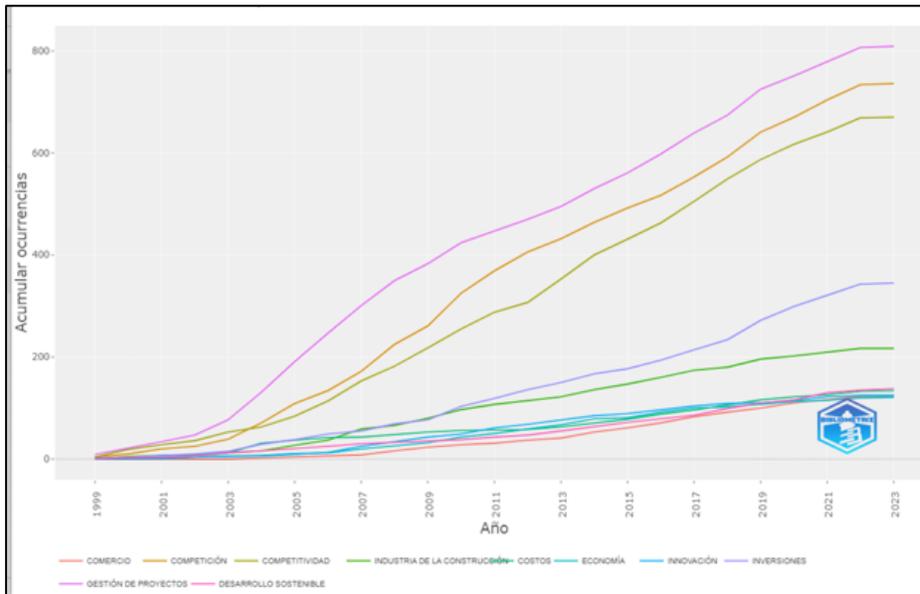
Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Todo lo anterior, nos lleva a la revisión bibliométrica, que nos muestra el crecimiento de las categorías de análisis o de las palabras, como se ve en la figura 4.1:

Figura 4.1

Crecimiento de palabras



Nota. La dinámica de crecimiento de las palabras. Fuente: elaboración propia.

La figura 4.1 muestra el uso de las palabras, siendo el termino más utilizado el de comercio, dado que, la gobernanza urbana, se preocupa cada día más por el desarrollo de los territorios, a través de la generación de empleo por medio del comercio; Esta iniciativa, contrasta con las prácticas gerenciales tradicionales que hacen referencia solo a los servicios en las poblaciones urbanas, dejando de lado a las poblaciones rurales, que también, requieren satisfacer sus necesidades y esto contribuye a la generación de la competitividad en las regiones (Harvey, 2017).

4.4.2. Cadena de valor

Uno de los referentes bibliográficos más conocidos sobre el origen del concepto de cadena de valor; termino que empieza con el libro *The Competitive Advantage*, en el año de 1895 por el autor Michael E. Porter. En el documento, el concepto es contextualizado dentro de

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

los sistemas de producción gestado a partir de procesos llevados por la compañía Mckensy & CO. En términos generales, la cadena de valor resulta ser una herramienta para analizar aquellos factores que tienen un impacto competitivo de la empresa, identificando aquellas actividades de valor y estructurándolas para que las interacciones de cada una de ellas permitan mejorar la competitividad. De esta manera, tener una perspectiva de cada una de las áreas de una organización en divisiones estratégicas de las actividades más relevantes con el fin de entender aquellos factores o fuentes actuales y potenciales de diferenciación (Rodríguez, 2017). Es así, que la cadena de valor ayuda en la planificación estratégica de las organizaciones, permite el análisis de los fundamentos de la ventaja competitiva de una empresa, por medio de la clasificación sistemática del conjunto de las actividades de las organizaciones. Dentro de la cadena de valor, las actividades se clasifican entre primarias y secundarias.

Abastecimiento, consiste en la acumulación o almacenaje de mercancías, de insumos, y materiales, entre otros. *Infraestructura de la organización*, son aquellas actividades que tienen que ver con las áreas de la empresa, como las finanzas, la gerencia y la contabilidad. *Dirección de recursos humanos*, actividades relacionadas con búsqueda, selección, contratación, promoción y motivación del talento humano.

Desarrollo tecnológico y de investigación, actividades generadoras de costos y diferenciación en el valor. En definitiva, la cadena de valor proporciona una herramienta administrativa que permite representar, de forma sistemática, las actividades de cualquier organización, de forma independiente, o formen parte de un sistema como, por ejemplo, la representación de algún sector de la economía de un país (Correa, Hernández, & Carballo, 2017). Como, por ejemplo el sector del turismo; al cual, su análisis de Competitividad e Innovación del Sector. Según la OMT (2020)

La competitividad turística se entiende como la función de un destino para producir e integrar productos con costo agregado que permitan mantener los recursos locales y perseverar su postura de mercado en relación con sus participantes; la

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

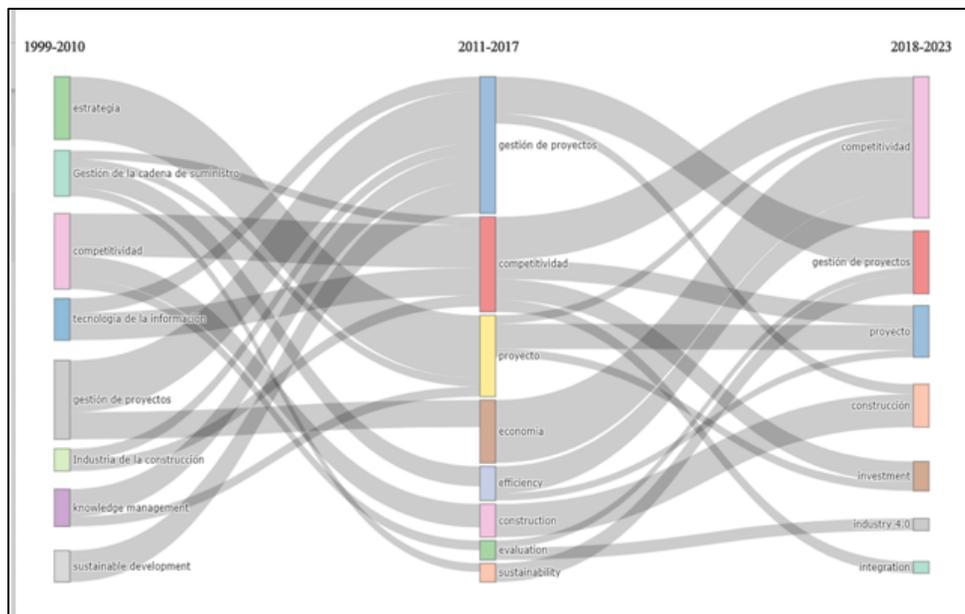
Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

innovación en el turismo es el resultado final de una innovación expresada como un producto (bien o servicio) que ha pasado por un proceso tecnológico nuevo o mejorado y se introduce en la industria del turismo; y el sector Turismo se entiende por toda actividad que consiste en visitar o viajar a un lugar, recorriendo su entorno habitual (p.15).

Por lo anterior, en este artículo se hace un análisis de Competitividad e Innovación del Sector Turismo; se realizó con el objetivo de investigar los distintos documentos, trabajos o artículos elaborados respecto al tema, basados en los diferentes países en el mundo; se muestran las distintas problemáticas que están o han llegado a través de los diferentes territorios y como se ha tratado de impulsar la competitividad regional a través del turismo y la innovación en estos emprendimientos; entendiendo que este sector es uno de los que más influye en el desarrollo económico de los territorios. Ver figura 4.2.

Figura 4.2

Evolución conceptual de los términos



Nota. Se evidencian diversos artículos basados en las categorías de análisis. Fuente: elaboración propia.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

En la figura 4.2, se evidencian diversos artículos basados en las categorías de análisis, las cuales son a) Factores de competitividad; b) competitividad en emprendimientos de turismo de naturaleza y c) desarrollo competitivo regional; Mostrando su evolución, y como, dichas categorías ayudan a proporcionar información y construir el estado de arte de esta investigación. Encontrando:

Lo recurrente. Los autores investigan sobre cómo se encuentra el sector del turismo de naturaleza en los diferentes territorios; analizando su competitividad y las innovaciones que han aplicado o puedan llegar aplicar; identificando las potencialidades debido a los atractivos turísticos, así como, sus fortalezas, debilidades y como puede influir este sector en el desarrollo económico de la región. Caldas Moreno, J. A. (2019); ver tabla4 .1:

Tabla 4.1

Investigaciones relacionadas con análisis de competitividad.

Autor (año)	Tema	Aporte
Caldas Moreno, J. A. (2019)	Análisis de la Competitividad de Colombia en el Sector Turístico en el Periodo 2011-2018	Estudia la competitividad del sector turismo en Colombia y determina las fortalezas y debilidades que ese presentan, permitiendo la mejora de estas, para convertirse en potencia turística.
Ricardo Varela Villalba, Tatiana Olarte Ordóñez (2018)	Análisis de la Competitividad del Sector Turístico del Área Metropolitana de Bucaramanga	Presenta un proyecto, en el cual se formula un modelo y análisis estratégico asociativo, para desarrollar la competitividad en el turismo.
Arévalo, D. H. C., & Méndez, S. G. (2020).	La Gestión de Departamentos y Destinos Turísticos de Colombia Según el Índice de	Ejecuta un estudio comparativo de las diferentes variables del “Índice de Competitividad Turística Regional – ICTRC”.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Autor (año)	Tema	Aporte
	Competitividad Turística Regional (ICTRC).	
Serrano Amado, A. M., Montoya Restrepo, L. A., & Amado Cely, N. P. (2021)	La Competitividad Turística. una Aproximación Desde el Departamento de Boyacá, Colombia	Examina los diferentes componentes que comprende la competitividad en la zona del turismo.
Soares, J. R. R., Gabriel, L. P. M. C., & Perinotto, A. R. C. (2019)	La Competitividad del Turismo MICE en Galicia	Compara los indicadores que pueden mejorar el estudio competitividad y sus destinos en el sector turístico.

Nota. Un resumen de las investigaciones relacionadas con análisis de competitividad. Fuente: elaboración propia.

Lo más novedoso. Las investigaciones muestran el turismo de naturaleza o rural, como el tipo de turismo más atractivo para los turistas, dado que, tiene como propósito relacionar a las personas con el entorno, permitiendo entrar en contacto con él, su biodiversidad y las diferentes culturas que pueden llegar habitar cerca de donde se esté realizando, logrando así una aporte y reconocimiento importante al territorio o la región.

Lo emergente. En las diferentes investigaciones en Colombia, se puede observar que las diversas empresas aliadas al sector del turismo se han visto afectadas fuertemente por la pandemia COVID-19, debido a las medidas que se han implementado, además se puede detallar que la contaminación en la naturaleza ha aumentado, poniendo en riesgo el turismo de naturaleza o rural, el cual es una de las grandes fortalezas a demostrar a nivel mundial y así mismo generar un mejor desarrollo al país, siempre y cuando el

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

gobierno implemente medidas y políticas que beneficien a este sector. (García, Balanta y López, 2022).

Por lo anterior, con el desarrollo del sector turismo de naturaleza, los emprendimientos ven la necesidad de generar e implementar innovaciones en esta área, debido a que, es un proceso que incorpora los productos o servicios y busca cambiar los recursos o elementos que se han realizado, con el fin de perfeccionarlos; esto causa la definición de la innovación turística, la cual según CEUPE (2020):

Es el efecto definitivo de la actividad creativa, integrada a modo de un producto, el cual ha pasado por una debida secuencia o proceso tecnológico, con el objetivo de poder incluirlo en el sector turístico, teniendo en cuenta que esta área es uno de los principales promotores económicos en todos los países del mundo y además que vive en un constante cambio, generando por las imposiciones o necesidades de los clientes (p.25).

En la actualidad el desarrollo del sector turismo se determina a través de los niveles de innovación que se puedan llegar a generar, conforme a Pardo (2019):

Los procesos de innovación en el sector turístico, en la mayoría de los casos son específicos y tienen que producir un impacto efectivo o positivo, el cual se puede medir por el éxito o aceptación de un determinado mercado y además por el cumplimiento de las necesidades o satisfacciones que puedan llegar a presentar los clientes o los consumidores, resultando beneficioso para las empresas, organizaciones y organismos de administración pertenecientes a la industria del turismo en los distintos territorios. Teniendo en cuenta que día a día los usuarios, poseen mayor facilidad de acceder al área tecnológica, por lo cual esperan adquirir productos o servicios que les brinden una buena calidad y esto conlleve a una gran experiencia (p.35).

Para Orfila & Mattsson (2003), la innovación turística es hacer un cambio u optimización en la manera que normalmente se hacen o realizan las cosas, con el motivo de conseguir

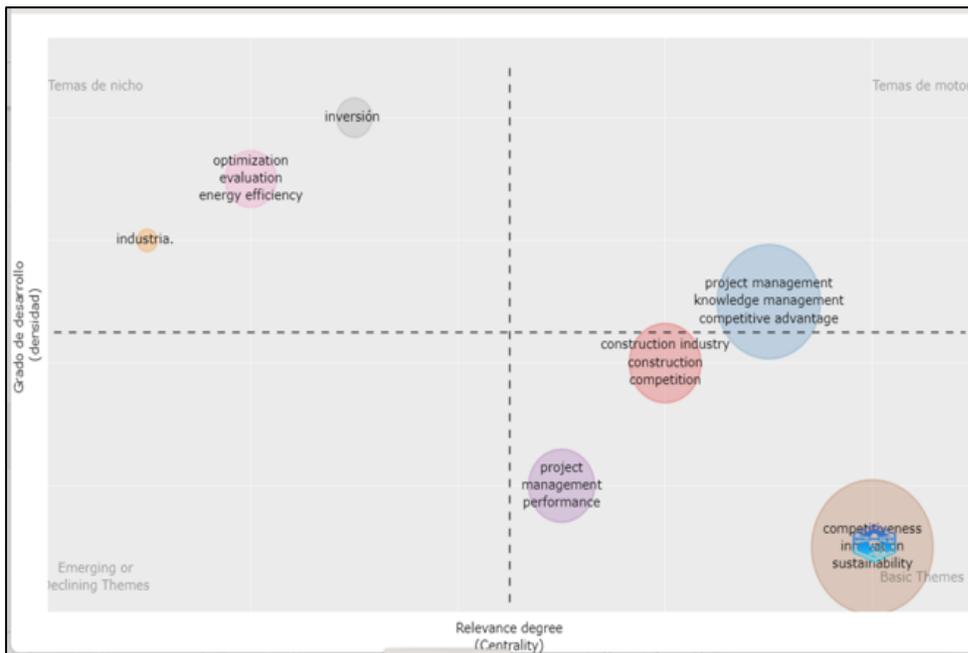
Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

o alcanzar unos beneficios culturales, sociales, ambientales y económicos, permitiendo la formación y construcción de novedosas organizaciones, las cuales puedan diferenciar sus productos o servicios, a través de la implementación de los tipos de innovación en el sector de turismo, clasificándose como radicales, siendo esta la creación o producción de algo plenamente nuevo, (un producto o servicio), que busca satisfacer a los usuarios o generarles un deseo; además están las innovaciones incrementales, cuya finalidad es mejorar o perfeccionar algo que ya creado o diseñado, guiándose por medio de las tendencias que se están manejando en el mercado y así poder atraer el cliente. Esto se relaciona, como se puede ver en la figura 4.3:

Figura 4.3

Grado de desarrollo



Nota. Cuenta con cuatro cuartiles, el inferior dos tiene los términos transversales (competitividad – construcción -) en el cuartil uno están los temas motores (inversión, industria, eficiencia), posicionados, en el cuartil cuatro están los temas emergentes o nicho. Fuente: elaboración propia.

Tal como se evidencia en la figura 4.3, es la innovación en la industria, la capacidad que tiene un emprendimiento en el proceso de reconocer la información externa, y aplicarla

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

para evaluar, así como, para optimizarla en fines comerciales que redunden en competitividad, al tener en cuenta, los factores que influyen en la capacidad de absorción y el desempeño innovador de la empresa, el cual, depende de las diferentes capacidades (Wesley & Levinthal, 1990). Dado lo anterior, se estudia la competencia global como una paradoja, que es ampliamente reconocida desde la tecnología, como un motor para la interconexión de las empresas que permite dinamizar las economías nacionales, regionales en los territorios y así lograr una ventaja competitiva (Porter, 2016).

Es así como, el dinamismo de estas economías locales lleva a la competencia por el capital móvil, desde la transformación y la reestructuración regional que provoca un decaimiento económico de algunas ciudades principales, las cuales, históricamente lideraban los mercados y en la actualidad se ven afectadas por la innovación de las empresas en los territorios más lejanos y pequeños, impulsadas por los gobiernos locales, que promueven proyectos de inversión, lo que conlleva a realizar una serie de estrategias competitivas, en busca de fortalecer y recuperar su posición de líderes en los mercados, retomando la competitividad (Xu & T Vaya, 2005).

4.4.3. Ventajas Competitivas del Turismo en Florencia, Caquetá

La competitividad entra a jugar un papel importante en el sector turismo, dado que, esta tiene la capacidad de cumplir todas las necesidades de los clientes; conforme a Mohanty, P., Hassan, A., & Ekis, E. (2000), se define la competitividad de los destinos turísticos como la facultad que tiene un destino de establecer y componer bienes con un valor agregado, los cuales permiten mantener estable los diferentes territorios y además poder fidelizar la perspectiva de los clientes en cuanto al cumplimiento de las mismas. Cuando se habla sobre la competitividad, se deben definir conceptos que van aliados al mismo, por eso diversos autores plantean términos como *destinos turísticos*: es un conjunto de experiencias agrupadas, exclusivamente encaminadas al comprador, con el propósito de generar una buena satisfacción por medio de la utilización de un capital y demás productos que brinda este determinado espacio territorial o regional (Mazaro y Varzin; 2008).

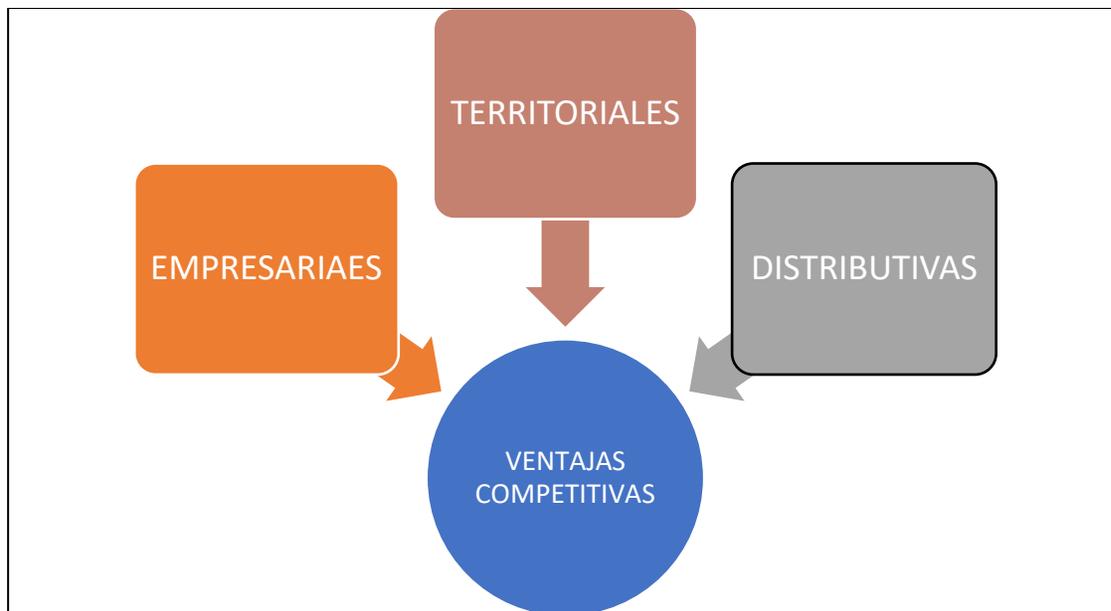
Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Sobrino (2004) señala y destaca dentro de la competitividad tres características importantes, a) las ventajas competitivas empresariales, esta se basa en “el trabajo organizacional interno y la efectividad macroeconómica de los productores urbanos, debido a los efectos de su rendimiento, el ímpetu del patrimonio en el proceso lucrativo y el esencial uso de la fuerza del trabajo ”; b) Ventajas competitivas territoriales: las cuales son los “contextos exteriores, impuestos por zonas urbanas al desempeño microeconómico de las unidades de producción, relacionadas con factores como lo son la dimensión de la localidad, las riquezas de multitud, las peculiaridades de las empresas, la distribución financiera e igualmente la importancia de contar con movimientos seguros y que cuenten como soporte de un régimen particular”; y por último, c) Ventajas competitivas distributivas: como “situaciones impuestas por las localidades para la comercialización de bienes en términos de ubicación espacial, circunstancias de circulación frecuente y también plazas de mercado”. Ver figura 4.4:

Figura 4.4

Características competitivas del turismo.



Nota. Se presenta las características competitivas del turismo asociados a categorías. Fuente: elaboración propia.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Por lo anterior, se hace importante reconocer que actualmente, el sector turístico se enfrenta a profundos desafíos que presenta la industria turística a nivel mundial, impulsados por los cambiantes gustos y necesidades de los consumidores, esto al mismo tiempo porque la competencia internacional cada vez es más compleja, entonces, en efecto el sector turístico se ve en la necesidad de considerar la importancia de los mercados y su adopción de un enfoque estratégico basado las ventajas competitivas, como un factor importante para promover el triunfo del destino, tomando así, gran primacía frente a la competitividad.

Por ende, las ventajas que pueden proporcionar un lugar específico, como Florencia – Caquetá, que esta visualizado por los turistas como un sitio que acoge al viajero, buscando brindarle al visitante gozar de su tiempo libre, permitiendo su relajación, al entrar en contacto con la puerta de oro de la Amazonía, en coherencia a lo planteado por Quintana (2017), “el turismo de naturaleza es el disfrute de escenarios como la selva o naturaleza y de los diferentes sitios turísticos que se pueden encontrar en ella, obteniendo beneficios educativos, adquiriendo aprendizajes de una nueva cultura”.

Es así, que la primera ventaja competitiva identificada en Florencia Caquetá, es su característica por ser un destino acogedor, con un gran ambiente de magia natural, visualizándose en las maravillas naturales tales como biodiversidad en los avistamientos de aves, sus grandes fuentes hídricas, los distintos animales que pertenecen al territorio, su diversidad gastronómica y la calidad de seres humanos que albergan en el municipio; son diversos los sitios turísticos con los que cuenta el departamento, un lugar perfecto con un ambiente inimaginable de relajación o por el contrario, oportuno para turistas aventureros que quieren sentir vivencias inolvidables, que de acuerdo a Maldonado (2005), “las experiencias son las que cautivan al turista” (p, 8); permitiendo así al municipio convertirse una tierra de riquezas, potenciando y aprovechando sus escenarios en tiempos del posconflicto o en estados ideales de paz.

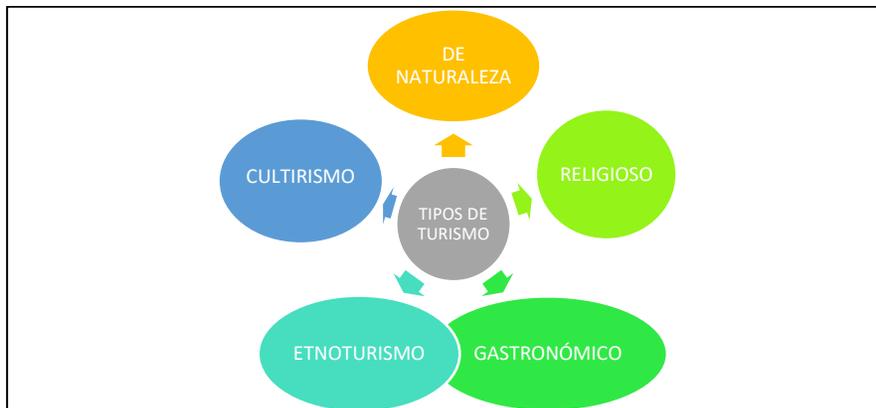
Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

La segunda ventaja competitiva, que posee el municipio de Florencia Caquetá, es la diversidad de los diferentes tipos de turismo, los cuales se pueden adaptar a las necesidades que puede expresar el turista, destacando el turismo de naturaleza, con sus subproductos (Ecoturismo, Agroturismo y Turismo de Aventura); también se puede realizar turismo religioso, caracterizado por la devoción a la fe, al igual que el etnoturismo debido a la diversidad de tribus indígenas, además del gastronómico y el culturismo, Los cuales se pueden visualizan en la siguiente figura 4.5:

Figura 4.5

Tipos de Turismo que se pueden ejecutar en Florencia Caquetá.



Nota. Tipos de turismo aportan al desarrollo del municipio y la competitividad regional, dado que, las actividades turísticas aumentan, y con ellas provocan un mayor consumo, conduciendo a un mayor reconocimiento del sitio turístico y del territorio; además un incremento del producto interno bruto -PIB local y nacional, reflejándose en un crecimiento al desarrollo del municipio o departamento. Fuente: elaboración propia.

“Para el año 2021, en Colombia el sector de viajes y turismo represento el 3.5% del PIB y llego a establecer más de 930 mil puestos de trabajo” (DANE, 2022). Los primordiales efectos económicos ocasionados por el sector turismo permanecen involucrados a las aportaciones en los ingresos públicos, la generación de trabajo a las personas del respectivo municipio y las nuevas oportunidades de comercio. Por lo anterior, en los territorios se generan diferentes impactos económicos directos, indirectos e inducidos al

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

En la figura 4.6, se refleja como la cadena de valor turística, implica la demanda o el uso de servicios como el internet, la energía y el celular, ya sea por parte de las empresas de turismo o los viajeros que quieren llegar o adquirir información del municipio, generando en el turista un proceso a través de las diferentes agencias de viajes, sus paquete o planes turísticos, donde se incluyen los medios de transporte (aéreo, terrestre o fluvial), además de servicios de hotelería o alojamientos y alimentación; proceso en el cual, se contrata una mano de obra local, para atender a los turistas por parte del emprendimiento. Todo esto, contribuye al desarrollo del municipio por medio del turismo, Además, se ven reflejadas distintas formas o alternativas (Inversiones; valorizaciones de terrenos; impuestos, mejoramiento de vías terciarias), que posibilitan el desarrollo del municipio por medio del turismo, generando una capacidad de asignar o recolectar diversos recursos con el objetivo de desarrollar y ejecutar proyectos, los cuales pueden atraer beneficios a la sociedad, tales como el mejoramiento de las vías terciarias, debido a que muchos sitios turísticos están ubicados en veredas cercanas al municipio; atrayendo a los turistas, y con ello reactivando la economía local y regional.

Son estas alternativas, las aportan a la competitividad regional, por medio de la actividad turística, que ha experimentado un constante desarrollo, contando además con una gran diversificación o pluralización, proyectándose como uno de los sectores con mayor aporte económico, donde uno de los factores de éxito se debe al aumento de un indicador, el cual es denominado como ítem de turistas, cuya clasificación se divide en la visita de turistas locales, nacionales e internacionales, de acuerdo con la empresa Ferry Marcopolo el porcentaje de la llegada de los turistas del municipio se dividen en un 56%, 43% y 1%, el cual se verá reflejado en la figura 4.7.

Figura 4.7

Indicador de turistas visitante en Florencia, Caquetá.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá



Nota. Porcentajes de los turistas que visitan la ciudad de Florencia departamento del Caquetá.
Fuente: elaboración propia con base a la empresa Ferry Marco Polo de Florencia.

Por lo anterior, hay que tener en cuenta que la productividad es uno de los aspectos con mayor relevancia en las organizaciones y es por eso las empresas en el sector del turismo se enfocan en ellos y les prestan gran atención con la finalidad de optimizar la utilización de sus bienes o recursos, bien se sabe que el desempeño, la eficiencia, el rendimiento y la eficacia, en el entorno laboral siempre están relacionados y estos componentes van ligados o relacionados con las aptitudes propias que puedan ejercer o desarrollar los empleados o las personas y el tiempo implementando en alcanzar sus metas u objetivos, conforme a Factorial, H. R, “los factores de productividad se dividen en personales y organizacionales, los cuales contribuyen al funcionamiento adecuado y óptimo de los emprendimientos” (2018), Ver figura 4.8.

Figura 4.8

Principales divisiones de los factores de productividad.



Nota. Los factores de productividad personales son los que van directamente vinculados hacia los empleados, donde logran expresar su carácter, criterio y personalidad, además de su desenvolvimiento en el ambiente personal y profesional. Fuente: elaboración propia.

Factores de productividad personales que inciden en las empresas turísticas:

- El estado físico y de salud.
- La formación.
- El compromiso.
- La motivación.
- La comunicación

Los factores personales, que inciden en el desarrollo de las empresas turísticas de la ciudad de Florencia, Caquetá, son aquellos factores individuales, se refieren al comportamiento que ofrece el empleado, cabe decir que estos factores son variables, pues en cada persona son diferentes, comprendiendo que sus habilidades no son las

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

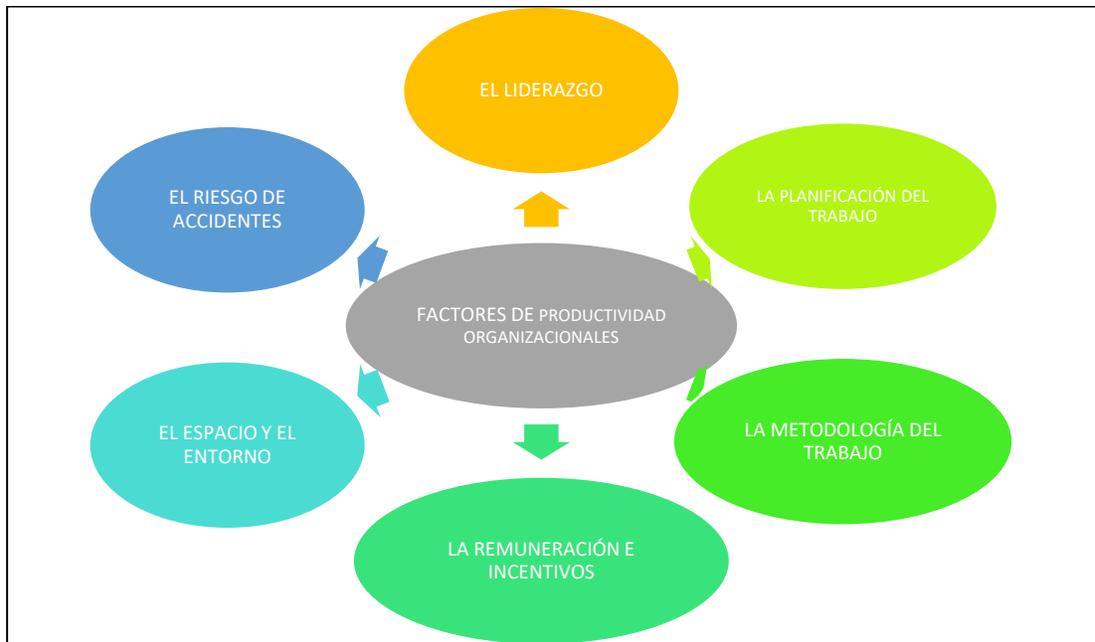
Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

mismas, contando con distintas percepciones o puntos de vistas preestablecidos por la persona, arrojando diferentes comportamientos, los cuales están involucrados en el cumplimiento de los objetivos de los emprendimientos, respecto a Null & Núñez, “la productividad es un pensamiento o definición multifacética que influye y predomina determinadas cualidades y conductas en los individuos” (2011).

Así mismo, los factores organizacionales en la productividad son los que van directamente ligados o están atribuidos al sistema operativos de las empresas del sector de turismo y a las diferente decisiones o elecciones que pueden llegar a tomar en relación con sus objetivos y el manejo de sus empleados. Además, son aquellos componentes que rigen la estructura de una organización en su viabilidad a la eficiencia, estableciendo un orden jerárquico, con un criterio de subordinación, minimizando por medio de los riesgos empresariales. De acuerdo con Hernández, Espinoza & Aguilar, (2013), los factores organizaciones “se encargan de generar y sostener un clima laboral adecuado en las áreas trabajo, donde se implementen estándares de comportamiento aceptables, influenciando la confianza, el trabajo en equipo, el trato justo, la empatía y la hostilidad” (p,2). En la figura 4.9 se reflejarán, los principales factores organizacionales de productividad que inciden en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos turísticos, ubicados en el municipio de Florencia, Caquetá.

Figura 4.9

Factores de productividad organizacionales que inciden en los emprendimientos de turismo.



Nota. Se muestran los factores de productividad organizacionales con mayor incidencia e importancia para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos pertenecientes al sector de turismo de la ciudad de Florencia, Caquetá. Fuente: elaboración propia.

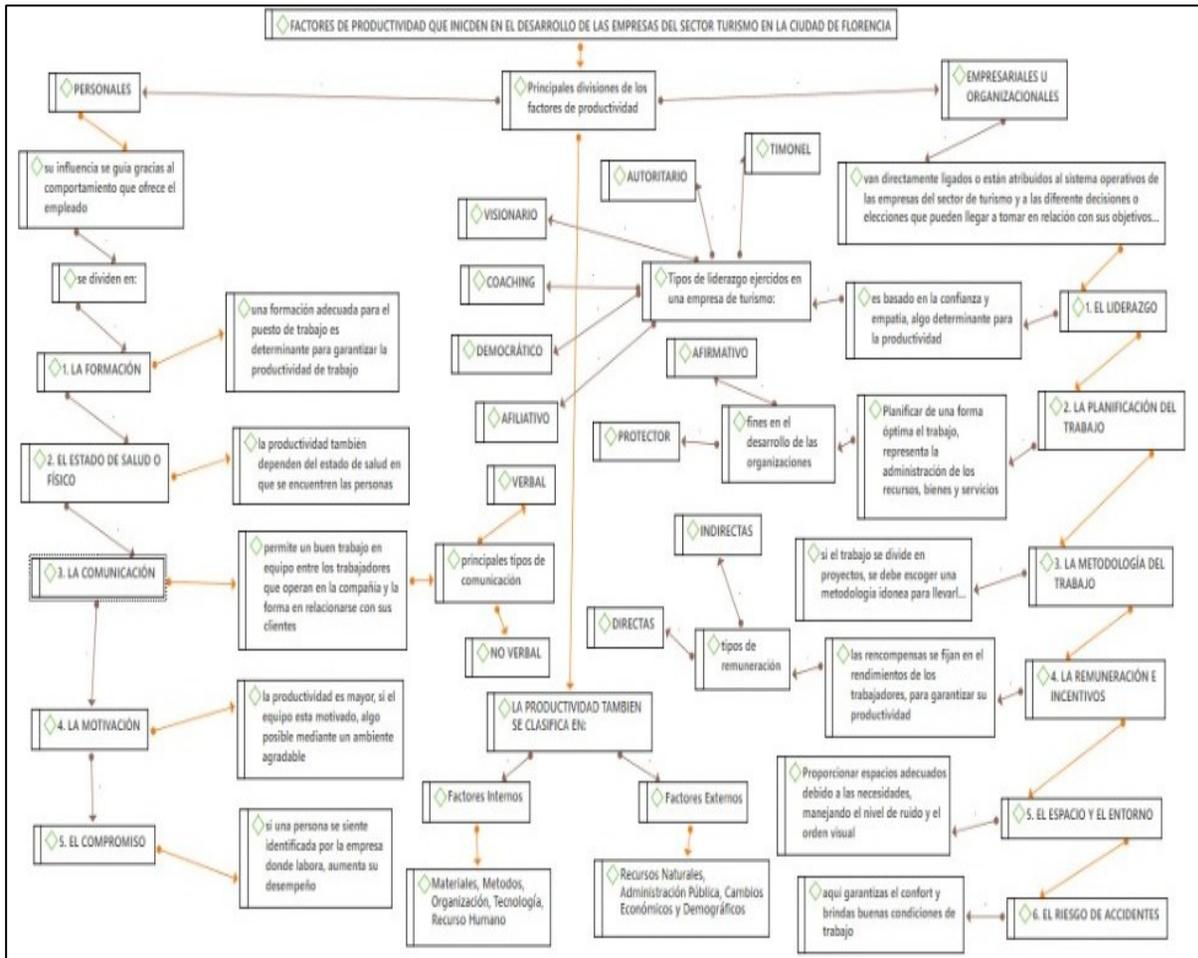
La aplicabilidad de estos factores de una manera idónea en la organización, tomando decisiones adecuadas en el manejo del proceso empresarial, ocasionan un impacto positivo en los empleados; hay que tener en cuenta que las empresas debido a su entorno están en constantes cambios para poder sobrevivir o sobresalir en el ámbito competitivo y estos factores deben adaptarse con ella, garantizando de esta forma su éxito. Ahora se mostrarán los factores de productividad y relevancia e incidencia en las empresas de turismo ubicadas en Florencia, Caquetá, ver figura 4.10:

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Figura 4.10

Incidencia y relevancia de los factores de productividad en los emprendimientos de turismo.



Nota. Se establecen los diferentes factores de productividad identificados en los emprendimientos de turismo de la ciudad de Florencia, Caquetá, permitiéndolos clasificar en dos principales grupos: a) personales y b) productividad organizacional. Fuente: elaboración propia, con base en Atlas Ti.

Esta investigación, permitió identificar como estos factores pueden estar influenciados en diferentes aspectos, internos o externos, basados en las materias primas, la organización del emprendimiento, la tecnología, los recursos humanos y naturales, además de las variables demográficas y económicas; de acuerdo con Silvia, Oliver y Cruz, "la

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

productividad se basa en la calidad y la cantidad, de los diferentes bienes producidos, teniendo en cuenta los recursos disponibles y los servicios ofrecidos por parte de las empresas” (2017).

Como resultado, de la implementación adecuada de los factores de productividad en los emprendimientos turísticos, estas organizaciones logran aumentar su economía a causa del cumplimiento de metas u objetivos previamente establecidos, generando la posibilidad de ofrecer una mayor variedad de planes turísticos para sus clientes con el fin de cumplir sus necesidades, lo cual conlleva a los emprendimientos a ofrecer empleos y se genera mejor calidad de vida para las personas en el territorio. En referencia con Valbuena, Guerra y Montiel, (2018) *“el incremento de la productividad en las empresas promueve el aumento económico y la competitividad empresarial”* (p,107). Por lo anterior, se proponen diferentes estrategias que pueden generar un aporte significativo a la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos, impulsando de una manera relevante al sector del turismo de la ciudad de Florencia, mejorando la innovación y la competitividad a nivel local y regional.

Para Carmona-De Ríos (2018), las estrategias son “pilares fundamentales que permiten a las empresas u organizaciones identificar de manera idónea como competir y realizar de forma exitosa una gestión empresarial” (p,71). Bien se sabe que una estrategia se define y proyecta hacia lo que la empresa quiere ser o desea conseguir en fin de adquirir beneficios, estas son dirigidas a base de decisiones o acciones, básicamente la estrategia debe buscar relacionarse de una forma diferencial con la competencia, analizando y mirando el posicionamiento competitivo, a través de la innovación de sus productos y servicios, debido a que estas ayudan a integrar un desempeño óptimo del personal involucrado, permitiendo una buena dirección organizacional. Aquí es importante, tener en cuenta lo planteado por Chávez (2011): *“para lograr un mejor desempeño empresarial, se debe enfocar en la rentabilidad y en la creación de un valor agregado frente a los competidores, por medio de decisiones adecuadas, basándose en la tipología de las*

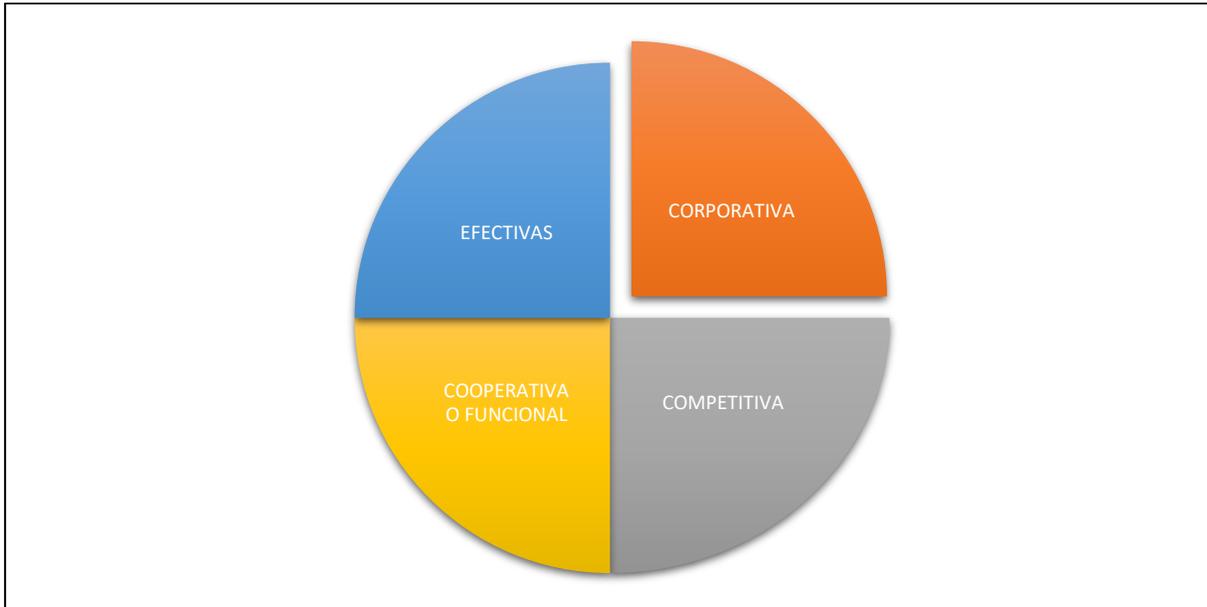
Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

estrategias” (p,12); a continuación, se podrán observar los diferentes tipos de estrategias. Ver figura 4.11:

Figura 4.11

Tipos de estrategias empresariales.



Nota. la tipología de estrategias empresariales, son cuatro tipos, una de las más esenciales o que los gerentes mayor aplicabilidad implementan son las estrategias corporativas. Fuente: elaboración propia.

Estrategias corporativas: debido a que se fundamentan en la misión, visión y valores organizaciones, fijando metas a corto, mediano y largo plazo, ejerciendo un proceso eficiente en la toma de decisiones, adquiriendo por medio de esta una buena identidad corporativa; para ello se propone la estrategia de crear una identidad cultural que permita tener un posicionamiento ante la competencia además de mejorar la imagen del sector, con el objetivo de generar conciencia propia para impulsar el crecimiento económico, competitivo y sectorial; por medio de actividades como:

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

- Realizar campañas con diferentes enfoques. Por medio de la divulgación de datos importantes en las campañas de promoción de productos turísticos innovadores.
- Buscar métodos efectivos que promuevan la sana competencia dentro del sector.

También, las *estrategias competitivas*, en ellas se emplea un análisis sobre la competencia con el fin de estructurar métodos de campaña o diseños de marketing, investigando sobre los productos y servicios ofrecidos con el objetivo de destacar en el mercado; para lograrlo en los emprendimientos de turismo de naturaleza en Florencia, se propone:

Tabla 4.2

Estrategia generar alianzas con operadores nacionales e internacionales promocionando los productos turísticos del territorio.

Producto	Objetivo	Descripción	Actividades	Subactividades
Convenios y alianzas turísticas nacionales e internacionales	Establecer vínculos estratégicos con operadores de turismo y su fidelización de clientes.	Los convenios en el sector del turismo brindan la oportunidad a pequeñas agencias o empresas turísticas de darse a conocer, además de generar un crecimiento al ofrecer experiencias únicas, atrayendo nuevos clientes.	-Fijar acuerdos empresariales -Crear protocolos específicos guiados al desarrollo conjuntos proyectos	-Elaborar un plan turístico. -Ofrecer los beneficios de la empresa en convenio cuando el cliente lo requiera. -Realizar un catálogo de turístico de la organización en convenio.

Nota. Las estrategias competitivas buscan potencializar la oferta de servicios conforme a las actividades recreativas con la naturaleza. Fuente: elaboración propia.

Con el objetivo de generar una mayor demanda sobre el TN, en Florencia Caquetá, con actividades como, contactar influencers para promover los emprendimientos de turismo,

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

por medio del marketing digital. Atacando así, de forma directa la competencia buscando sacar ventajas la

participación del mercado. Esto debe estar consagrado en la estrategia que se propone a continuación:

Tabla 4.3

Estrategia diseñar un plan de marketing para impulsar el turismo de naturaleza.

Producto	Objetivo	Descripción	Actividades	Subactividades
Plan de marketing impulsando el turismo	Diseñar un plan de marketing, que permita estructurar un direccionamiento del turismo de naturaleza.	El plan de marketing es un documento que estructura la planificación de las diferentes estrategias de mercadeo para impulsar el turismo, integrado por objetivos y datos que buscan orientar la empresa.	-Estructurar el documento que integre el plan de marketing -Fijar objetivos (general y específicos), que orienten la empresa.	-Investigación de mercadeo y la competencia -Promoción de productos y servicios -Planeación y desarrollo de las estrategias (de contenido de valor, difusión radial, gamificación de fidelización, travel consultant, nuevas tecnologías y experiencia del consumidor)

Nota. Las *estrategias cooperativas o funcionales*, cuyo propósito busca plantear un esquema ideal, identificando las habilidades de los funcionarios para que desempeñen un rol requerido
Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, el buen funcionamiento de otras áreas o departamento de la compañía a través de la fijación de normas para un control necesario; para ello se propone la siguiente estrategia:

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Tabla 4.4

Fomentar la correcta implementación de los factores de productividad generando bienestar laboral.

Producto	Objetivo	Descripción	Actividades	Subactividades
Estabilidad laboral en las empresas	Fomentar y promover la ejecución de los factores de productividad personales y organizacionales en el sector turismo.	Las empresas turísticas presentan inestabilidad laboral, generando dificultades en su productividad, teniendo en cuenta que su correcta implementación requiere compromiso en sus trabajadores para lograr la eficiencia en el desarrollo de la organización.	-Instruir y formar a los gerentes de las empresas turísticas sobre los factores de productividad. -Generar espacios para que los empleados tengan participación en la empresa.	-Habilitar auditorios o salones para la transmisión de información. -Promover y estimular la innovación, además de la participación. -Realizar simposios, conferencias, paneles o seminarios.

Nota. Tabla que presenta las forma de implementar los factores asociados a la productividad en una empresa. Fuente: elaboración propia.

Por último están las *estrategias efectivas*, en ellas se busca insertar en las empresas una innovación continua, al igual que busca mejorar la atención al cliente, mejorando los precios o creando sinergias empresariales. se propone lo siguiente, como se puede ver en la tabla 4.5:

Tabla 4.5

Generar productos diferenciales enfocados en una experiencia exclusiva.

Producto	Objetivo	Descripción	Actividades	Subactividades
----------	----------	-------------	-------------	----------------

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Experiencias con productos diferenciales y competitivos	Desarrollar productos con autenticidad cultural para que los viajeros tengan experiencias excepcionales.	Producir ideas singulares y atractivas inspiradas en el entorno natural, social y cultural del municipio para obtener mayor reconocimiento ante la competencia y aumentar la satisfacción de los turistas.	-Recolectar los datos más relevantes del entorno que serán el numen de estos productos diferenciales. -Iniciar la producción para determinado fin.	-Investigar los diferentes aspectos del entorno. -Hacer la respectiva selección de datos. -Ofrecer al público las experiencias exclusivas.
--	--	--	---	--

Nota. Elaboración de productos diferenciales. Fuente: elaboración propia 2023.

Además de generar productos diferenciales como se ve en la tabla 3.5, se debe propender por el mantenimiento de las vías de acceso para ofrecer un servicio de calidad, a través de, una supervisión y mantenimiento constantes, mediante el permanente mejoramiento de la red secundaria y terciaria del territorio, que permita el tránsito de vehículos, permitiendo así, que las empresas turísticas ofrezcan servicios de calidad, lo que las hace más competitivas. Agregado a lo anterior, es importante innovar con una red de información de los sitios turísticos por medios digitales y fortalecer el sector mediante la cadena de valor turística generando garantías para la población del territorio en concordancia a lo que busca la competitividad regional que es el bienestar de las comunidades en los territorios y su sustentabilidad.

4.5. Conclusiones

Finalmente, se revela que el Gobierno concibe el turismo como el motor de desarrollo que involucra una serie de actividades productivas sostenibles, las cuales buscan dinamizar la economía del país, fortalecer la inclusión social y lograr la conservación ambiental. Esto implica que el pilar económico representa un eje central y se convierte

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

en el principal objetivo de los actores de la cadena de valor del sector. Por esta razón, la sostenibilidad es catalogada como un factor de competitividad.

Para concluir, la presente indagación refleja la importancia o estimación que ofrece el sector turismo con los emprendimientos de turismo de naturaleza en los territorios, permitiendo por medio de esta actividad el crecimiento o desarrollo en los diferentes aspectos, como el social, económico, cultural, político, educativo y ambiental; esta evolución, le proporciona al turismo ser uno de los sectores con mayor relevancia a nivel regional, nacional e internacional, debido a su aporte para la sustentabilidad de las comunidades locales, lo cual reduce el impacto que genera sobre el ambiente, contribuyendo con la conservación de los ecosistemas, el incremento de ingresos y la generación de empleo.

A esto se añade la relevancia de la ejecución de diferentes acciones del Estado para fortalecer los emprendimientos de TN, dentro de las cuales se destacan la construcción de la infraestructura, la creación de un producto para ofertar este tipo de turismo, la capacitación a través de las diversas entidades gubernamentales, la vinculación de las víctimas del conflicto armado, la transformación productiva, la seguridad en las vías, el apoyo a las nuevas iniciativas de los empresarios del sector y la asignación de recursos para financiar los proyectos turísticos como factores determinantes para la competitividad regional desde este sector turismo.

Entonces, en ese orden de ideas, es conveniente hablar de la necesidad de la formación en tecnologías de la información y la comunicación, para impulsar esta modalidad de turismo en busca de fomentar las estrategias del uso adecuado de los dispositivos electrónicos, el manejo de las redes sociales de los emprendimientos y la comprensión de los diferentes programas informáticos disponibles en el mercado. De otro lado, se resalta el rol del TN en el fortalecimiento del empleo en la zona, al dar la oportunidad de vincularse laboralmente a estas actividades, para alcanzar el bienestar de los pobladores en el territorio.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Finalmente, la adopción de las estrategias descritas en esta investigación representa un conjunto de herramientas para todos los integrantes de la cadena de valor del TN, motivo por el cual se sustenta la importancia de cada estrategia para la búsqueda de competitividad en Florencia Caquetá, Colombia. Ello supone que, es primordial la articulación de los diversos sectores, con la finalidad de garantizar la ejecución de acciones con impactos fuertes para el impulso de este tipo de turismo. En coherencia con lo expuesto, es fundamental la vinculación de las instituciones y las universidades en el desarrollo de estas actividades, puesto que en estas se encuentra el talento humano capacitado para realizar aportes significativos hacia el posicionamiento del TN sustentable a nivel regional, departamental, nacional e internacional.

4.6. Referencias Bibliográficas

- Aricapa, C. y Granada, T. (2021). Índice de competitividad turística como herramienta para el diseño de estrategias de gestión del turismo sostenible. Caso de estudio: la Virginia, Risaralda (tesis de pregrado), Universidad Tecnológica De Pereira. Repositorio Institucional.
- Baggio, R. (2019). Measuring tourism: methods, indicators, and needs. In *The Future of Tourism*. Springer, Cham, 255-269. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-89941-1_13
- Benítez, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 3(8), 75-82.
- Bringas, N. L. & Verduzco, B. (2008). La construcción de la frontera norte como destino turístico en un contexto de alertas de seguridad. *Región y sociedad*, 20(42), 3-36.
- Caldas, J. A. (2019). Análisis de la competitividad de Colombia en el sector turístico en el periodo 2012-2019. Fundación Universidad de América.
- Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá. (2023). Estadística de matriculados con corte a 31 de agosto de 2023.
- Carmona-De Ríos, C. (2018). ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones?. *Revista Científica Anfibios*, 1(1), 71-79.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

- Cequea-Null, M. M. & Núñez-Bottini, M. (2011). Factores humanos y su influencia en la productividad. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 16(53), 116-137.
- Chávez, S. M. A. (2011). Innovaciones organizacionales y su efecto sobre el desempeño empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16(56), 544-563.
- Cohen, W. M. & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152.
<https://doi.org/10.2307/2393553>
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo-WTTC (2022). Informe de Impacto Económico (EIR) año 2021. <https://mediaglobal.us20.list-manage.com/track/click?u=dcc6b48ace08bf16a91d8e201&id=1f032c7095&e=4985b9dccb>
- Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonia-Corpoamazonia. (2017). Actualización Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca Hidrográfica POMCA del Río Hacha Informe final fase de aprestamiento. <http://www.corpoamazonia.gov.co/images/2018/consultas/hacha/APRESTAMIENTO.pdf>
- Correa, M., Hernández, J. & Carballo, N. (2017). La cadena productiva del ecoturismo como contribución al desarrollo local. *Retos de la Dirección*, 1-9. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2306-91552017000100010
- Factorial (2018, noviembre 5). ¿Qué factores determinan la productividad? 10 cosas que deberías saber. Factorial Blog; All-in-one HR Software - FactorialHR. <https://factorialhr.es/blog/que-determina-productividad-10-cosas-deberias-saber/>
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- García, D. A., López, L. y Millán, E. E. (2021). Contexto y condiciones del eco marketing para promocionar el turismo de naturaleza. *Revista EIA*, 18(35), 1-20. <https://doi.org/10.24050/reia.v18i35.1419>
- Harvey, D. (2017). Del gerencialismo al empresarialismo: la transformación de la gobernanza urbana en el capitalismo tardío. *Geografiska Annaler: Serie B*, (1) Volumen 71, pag. 3-17.

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

<https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/04353684.1989.11879583?scroll=top&role=tab>

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>

Hernández-Palomino, J., Espinoza, J. D. J. & Aguilar-Arellano, M. (2013). Clima laboral: la influencia de la supervisión, los factores organizacionales y la predisposición de los empleados. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6), 55-71.

Lincoln, Y. y Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.

Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *International Labour Organization*.

Martín, D. (2004). Plan integral de calidad del turismo español. *Cistercium: Revista Cisterciense*, (234), 103-112.

Martínez-Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785). <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Mazaro, R. M. y Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administración Contemporánea*, 12, 789-809.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT. (2012). Plan de Desarrollo Turístico Departamento de Caquetá. [archivo PDF]http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/164.Plan_de_desarrollo_turistico_de_Caqueta.pdf

Mogrovejo-Andrade, J. M., Herrera-Martínez, S. V., Maldonado-Niño, L. G. y García-Torres, N. E. (2019). El turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. *Clío América*, 13(25), 298-307. <http://dx.doi.org/10.21676/23897848.3414>

Orfila-Sintes, F. & Mattsson, J. (2003). Determinantes de los tipos de innovación tecnológica en la actividad hotelera. *Anais*.

Organización Mundial del Turismo-OMT (2020). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos->

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

turisticos#:~:text=Competitividad%20de%20un%20destino%20tur%3%ADstico,
%2C%20innovadores%2C%20%3%A9ticos%20y%20atractivos%2C

Pardo, C. (2019). La innovación es un tema fundamental para la industria turística. Portafolio. <https://www.portafolio.co/innovacion/turismo-e-una-estrategia-para-mejorar-la-experiencia-en-el-servicio-525397>.

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*.

Porter, M. (2016). Ubicación, competencia y desarrollo económico: Clusters locales en una economía global. *SAFE Journals*, 14(1), 3-17. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>

Rivera, J. P. R. & Gutiérrez, E. L. M. (2018). A framework toward sustainable ecotourism value chain in the Philippines. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(2), 123-142. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1492495>

Rivera, Y. L. y Echeverry, A. (2020). Turismo y Paz: una estrategia de desarrollo local sostenible en el Municipio de Florencia, Caquetá. *NOVUM, Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(10), 42-60. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/79790/73813>

Rivera, Y. L. (2019). Turismo de Naturaleza, dinamizador del desarrollo local del municipio de Florencia - Caquetá (tesis de maestría), Universidad de Manizales. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/4126>

Rodríguez, C. (2017). *Cadenas de valor*. Ciudad de México.

Silvia, G. V., Oliver, M. F. G. & Cruz, L. M. H. (2017). La importancia del clima organizacional, en la productividad de las empresas. *TEPEXI Boletín Científico De La Escuela Superior Tepeji Del Río*, 4(8).

Sobrino, L. J. (2004). *Competitividad y distribución territorial de las actividades económicas en Nicaragua: impacto del Plan Nacional de Desarrollo*. Fondo de Población de las Naciones Unidas Managua (Nicaragua).

Capítulo 4. Estudio de caso: emprendimientos en turismo de naturaleza y su contribución a los factores determinantes para el desarrollo competitivo regional Florencia Caquetá, Colombia.

Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá

Thompson, J. (2006). El concepto de cultura. En ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. Colombia

Valbuena, N. J. D., Guerra, M. L. & Montiel, A. U. (2018). ADN organizacional y productividad en las empresas familiares. *Desarrollo gerencial*, 10(1), 105-122.

Vargas, A, (1999). La dirección estratégica. Universidad Columbia del Paraguay.

Xu, J. & Yeh, A. (2005). Reposicionamiento de la Ciudad y Construcción de Competitividad en el Desarrollo Regional: Nuevas Estrategias de Desarrollo en Guangzhou, China. *Revista internacional de investigación urbana y regional*, 29(2), 283-308. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00585.x>

CAPÍTULO 5

REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE CONDICIONES AMBIENTALES Y SOCIOEDUCATIVAS PARA EL EMPREDIMIENTO DE TURISMO DE NATURALEZA EN CAQUETÁ, COLOMBIA



Autores:

DIANA ALÍ GARCÍA CAPDEVILLA, correo: dia.garcia@udla.edu.co

YELLY YAMPARLI PARDO ROZO, correo: y.pardo@udla.edu.co

Docentes de tiempo completo del programa Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Contables, Económicas Y Administrativas, Universidad de la Amazonia.

ALEXANDER VELÁSQUEZ VALENCIA, correo: a.velasquez@udla.edu.co

Docente de tiempo completo del programa de Biología, Facultad de Ciencias Básicas, Universidad de la Amazonia.

5.1. Resumen

Este capítulo tiene como objetivo identificar las Representaciones Sociales-RS de las condiciones ambientales y socioeducativas de los actores involucrados en el Turismo de Naturaleza-TN en la zona rural de Florencia Caquetá. El estudio se hizo centrado en el discurso de los sujetos de estudio, con un tipo de investigación cualitativa, con enfoque vivencialista y desde el método hermenéutico, para el análisis de tres ámbitos: a) social; b) ambiental y c) educativo; permitiendo obtener la concepción del discurso sobre la Educación Ambiental-EA, el cual está vinculado al turismo de naturaleza, y mostrando que a partir de esta investigación es posible estructurar procesos de formación para valorar el patrimonio de los destinos, lograr la sensibilización de los actores de la cadena de valor del sector de turismo de naturaleza y fomentar la participación en las actividades orientadas a la preservación del ambiente.

Palabras clave: Representaciones sociales, ambiental, social, educativo turismo de naturaleza, sustentabilidad, conservación del ambiente.

5.2. Introducción

El Turismo de Naturaleza - TN es aquella modalidad responsable con el ambiente que hace parte del sector de biocomercio y se diferencia del turismo tradicional o de masas porque permite apreciar, disfrutar y estudiar los atractivos naturales de dichos territorios y las manifestaciones culturales, además promueve la conservación, genera menores impactos ambientales, y propicia la participación de las poblaciones locales (Gómez, 2017; Landínez, 2019).

Es así como el turismo de naturaleza representa una alternativa sólida de desarrollo para promover el patrimonio natural y cultural de las regiones, garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y fortalecer la conservación del ambiente. En consecuencia, en este tipo de turismo intervienen un conjunto de actores que componen la cadena de valor, y es precisamente por eso que se hace necesaria la visión de los actores para comprender qué se requiere, desde los componentes ambiental y socioeducativo.

Ante esta realidad, los desafíos son numerosos y se requiere la articulación de cada uno de los actores que integran la cadena de valor del sector, con el propósito de realizar la planeación y gestión turística que permita la formulación, actualización y aplicación de las políticas públicas, el diseño de estrategias y la implementación de programas orientados al crecimiento responsable y a la sustentabilidad como el pilar principal en el turismo.

En esa perspectiva, Maya (1996) describe la complejidad frente al proceso de comprensión de la forma de actuar de los seres humanos en la naturaleza, razón por la cual el estudio de las condiciones ambientales y educativas debe abordarse desde la interdisciplinariedad para buscar la articulación entre los ecosistemas y el reconocimiento de los saberes populares de los actores sociales. En un escenario de crisis ecológica como el que vive el planeta actualmente, la comprensión del contexto natural es muy importante para la implementación de acciones comunitarias como el TN. En ese sentido, la visión de los actores que interactúan día a día es vital para lograr un mayor entendimiento acerca de las condiciones que se deben considerar para la sensibilización sobre la importancia del ambiente. Es por eso que en este

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

capítulo se identifican las Representaciones Sociales-RS sobre las condiciones ambientales y socioeducativas de los actores sociales en la zona rural de Florencia, mediante las cuales se puedan determinar las relaciones existentes entre los discursos del Estado sobre el TN, la Educación Ambiental- EA y las RS, para promover el desarrollo de TN sustentable enmarcado en procesos de EA.

En este sentido, desde las RS se busca un acercamiento e interpretación de la realidad, con el objetivo de explicar lo desconocido para que tenga sentido en la cotidianidad, y así, el pensamiento individual y social se configura desde las informaciones y conocimientos compartidos para comprender la realidad (Fernandes & Aparecida, 2018; Coelho & Ortiz, 2019). En el marco de lo postulado, es fundamental estudiar las RS en TN debido a que son la base para conocer las valoraciones, concepciones y acciones de los actores sociales sobre las condiciones definidas en el presente capítulo.

5.3. Metodología

La investigación posee un enfoque vivencialista interpretativista (Padrón, 2007, p. 15), de tipo cualitativo (Otzen & Manterola, 2017), con un alcance interpretativo y desde el método hermenéutico; se indagaron fuentes primarias, para el caso de esta investigación, estas unidades corresponden a los actores sociales, los cuales “son individuos, grupos u organizaciones que representan un rol en la vida cotidiana e inciden en procesos comunitarios” (Correa, 2020, p. 81). Estos actores se encuentran directamente relacionados con el fenómeno a estudiar, por tanto, están involucrados con el desarrollo de diversas actividades del TN.

Estas unidades estuvieron conformadas por: a) líderes de la comunidad donde se realizan iniciativas de TN: 1) Caraño, 2) Santo Domingo, 3) Orteguzaza, y 4) Venecia de Florencia Caquetá; b) profesores investigadores; c) empresarios de TN y d) instituciones presentes en el territorio (Hernández *et al.*, 2014). (ver tabla 5.1).

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Tabla 5.1

Unidades de análisis y criterios de selección

Unidad de análisis	Criterio de selección	No.
Líderes de la comunidad de los corregimientos de Florencia Caquetá	<ul style="list-style-type: none"> - Personas mayores de edad. - Un representante de cada familia. - Propietarios de los predios, ubicados en esta zona de estudio. - Participación en procesos de TN. - Líderes ambientales de la zona. 	303
Profesores investigadores	Docentes vinculados a universidades e instituciones educativas de la zona, vinculados a procesos de investigación o formación en EA y TN.	6
Empresarios de TN, presentes en la zona	<ul style="list-style-type: none"> - Asociaciones de turismo. - Emprendimientos turísticos. - Operadores turísticos y agencias de viaje con registro nacional de turismo. - Atractivos turísticos con Registro Nacional de Turismo. 	12
Instituciones presentes en el territorio	<ul style="list-style-type: none"> - Líderes políticos de la zona. - Entidades presentes en la zona que tienen relación con la EA y el TN. 	16

Nota. Se trabajó con un total de 337 participantes involucrados en el TN en la zona rural de Florencia Caquetá, los cuales aportaron en el proceso de búsqueda de la información requerida para el desarrollo de la presente investigación. Fuente: elaboración propia.

Técnicas de investigación. En el marco de la metodología cualitativa, se aplicaron las siguientes técnicas:

-Entrevista a profundidad: Es una técnica que facilita el contacto personal y la obtención de las opiniones de los actores sociales frente a las temáticas definidas. Se escoge con la expectativa que los sujetos entrevistados comuniquen sus opiniones en una situación determinada. Se hace uso de una guía de entrevista, ajustada después de aplicar una prueba piloto (Flick, 2004).

-Grupo de discusión: Es una técnica que se realiza con un grupo de personas, donde se estimula el debate y la dinámica que se desarrolla para captar las representaciones, valores, ideologías, formaciones imaginarias, así como las afectivas que dominan en un individuo o en un determinado grupo. Se hace uso de un guion para garantizar la orientación del encuentro con los actores abordados (Vélez & Galeano, 2002).

La importancia de estas técnicas radicó en la comprensión de los procesos sociales desde los conocimientos y saberes, y el análisis de las palabras individuales de cada uno de los actores, las cuales buscan acoplarse para darle sentido social. La convocatoria se realizó mediante llamadas telefónicas y mensajes de correos electrónicos para el envío de los enlaces de las reuniones; en lo referente a la información, esta se recolectó por grupo a través de la aplicación Google Meet (Hernández *et al.*, 2014).

5.4. Resultados

En este apartado se describen los resultados de la investigación de acuerdo con el diseño metodológico definido para caracterizar los discursos de los sujetos de estudio en Florencia Caquetá Colombia, que están vinculados al TN y la EA. El estudio se hizo centrado en función de tres condiciones: a) ambientales y b) sociales (culturales, políticas, económicas) y c) educativas.

5.4.1. Turismo de naturaleza: condiciones ambientales.

En un escenario de crisis ecológica, las condiciones ambientales se centran en que el TN podría ser un instrumento para la conservación y la sensibilización sobre la importancia del ambiente. En esta perspectiva, la naturaleza es el elemento principal

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

en el diseño del producto turístico, dado que la conservación debe ser prioridad en el desarrollo de las actividades en los territorios donde se practica el TN. Ello implica el fortalecimiento de la relación sustentable entre el ambiente y los seres humanos (Hernández et al., 2017). En este sentido, el TN contribuye a la identificación, reconocimiento y valoración de los aspectos del territorio, así mismo, fortalece los procesos de participación de las comunidades en las diferentes actividades y ayuda a detectar de qué manera se puede aportar para la conservación del ambiente y el crecimiento del sector (Santiago, 2018). Además, la naturaleza juega un papel trascendental en la construcción del producto turístico, porque hace que la conservación sea una prioridad para los territorios donde se realiza TN, todo esto bajo una relación sustentable entre los seres humanos y la naturaleza (Hernández *et al.*, 2017; Landínez, 2019). Para los actores indagados en esta investigación, el TN se concibe como: “un factor determinante para la conservación de los bosques, el cual involucra la actividad turística que se desarrolla sin alterar el entorno ambiental y los ecosistemas existentes” (Grupo de Discusión-GD. Líderes comunitarios, 2021). De igual manera, los participantes revelan que los aspectos ambientales del TN son esenciales para la consolidación del turismo en sí mismo, pues los pobladores piensan que la contemplación es la principal actividad que motiva al turista a acercarse al entorno natural para ejercer el TN.

En la indagación de las RS de los actores, esa contemplación a la que se hace referencia en el párrafo anterior se muestra en el mapa de nube (figura 5.1) como “mirar”. El análisis discursivo de los actores permitió develar que el verbo “mirar” hace referencia a la contemplación que un visitante tiene sobre el entorno natural. Como se puede observar en este mapa, la frecuencia de palabras arrojó un conjunto de ítems relacionados: “sendero”, “actividad”, “entorno”, “experiencia”, “contemplación” que permiten deducir que para los actores el TN es una experiencia que el visitante quiere vivir para contemplar la naturaleza, para vivirla, para disfrutar y sobre todo para aportar a la conservación de la biodiversidad (GD. Profesores, 2021).

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Figura 5.1

Términos asociados al concepto de turismo de naturaleza



Nota. Se presentan los términos asociados al turismo de naturaleza buscando asociaciones de términos relevantes. Fuente: elaboración propia con base en Nvivo (2021).

Por lo anterior, la valoración de los actores en relación con el TN, se enmarca en lo propuesto por la Organización Mundial de Turismo-OMT (2002) que establece que esta actividad concentra un alto grado de interés para apreciar la naturaleza, conocer las culturas de las comunidades y conservar el ambiente; de igual modo, esta modalidad turística permite generar ingresos para los actores de la cadena de valor y aporta a la consecución del desarrollo sustentable (Chiu *et al.*, 2016; Arguello *et al.*, 2017; Hernández *et al.*, 2017; Sahebalzamani y Bertella, 2018), lo cual configura las condiciones ambientales y socioeducativas del territorio.

Cabe resaltar que las nuevas alternativas emergentes como el TN, son actividades que bien desarrolladas y fortalecidas ayudan en el cumplimiento de algunas de las 169 metas de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) presentado por la Naciones Unidas de forma directa o indirecta (Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos, 2018), y es una alternativa para los países en desarrollo el hecho de mejorar la calidad de vida de muchas personas y las condiciones sociales que consagran la dimensión económica de una comunidad, que relacionada con lo ambiental genera una sinergia importante en la mitigación de los

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

problemas ambientales del planeta y es en este punto donde se debe articular con la EA. De esta manera, el enfoque de TN que promueven los actores está orientado hacia la conservación del patrimonio, debido a que este es considerado como una modalidad de turismo valorizador y enriquecedor, y a la misma vez, es un factor de desarrollo sustentable para garantizar la protección de la biodiversidad sin comprometer los recursos naturales, de tal forma que exista un equilibrio entre el beneficio para visitantes y residentes y las responsabilidades inherentes al ambiente. Esto ha implicado que, en los últimos años, se incrementen los procesos participativos por parte de las personas anfitrionas en los territorios para así contribuir al desarrollo de las actividades turísticas y la conservación de los destinos (PNUMA y OMT, 2007).

Desde esta óptica, la principal meta en el desarrollo de las actividades de TN es la sustentabilidad y el componente financiero se traslada a un segundo plano, debido a que se trata de alcanzar beneficios económicos recíprocos con base en los tres pilares fundamentales de la sustentabilidad: a) ambiental; b) social; c) económico (Mata, 2016). Al analizar este planteamiento, se considera importante resaltar que en esta investigación se asumieron los pilares Social y Ambiental, destacando que desde una mirada objetiva, el primero incluiría los componentes económicos, políticos y culturales con el propósito de entrelazar sus fines, mientras que el segundo es el pilar esencial para lograr la preservación de los ecosistemas en armonía con el mejoramiento de las condiciones ambientales y socioeducativas desde el proceso de EA; todo esto se refleja en la relación de complementariedad que surge entre los procesos de producción dentro de la cadena de valor en turismo y el respeto por el ambiente (Lalangui *et al.*, 2017).

De acuerdo con la figura 5.2, con base en la indagación a los actores, la representación social sobre las acciones necesarias para establecer una relación respetuosa con el ambiente y fomentar el TN en los corregimientos El Caraño, Santo Domingo, Venecia y Orteguzza se presenta en el esquema de núcleo central y elementos periféricos. Así las cosas, la dimensión informativa involucra tres cogniciones elementales: personas/naturaleza/turismo (GD. Empresarios, 2021).

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

turísticos, ONG e instituciones del Estado) (GD. Representantes de entidades gubernamentales, 2021), quienes son los responsables directos de ejecutar cada una de las actividades de la cadena de valor del sector turístico (Araújo-Santana *et al.*, 2013). Según Moscoso (2013) la gestión de este tipo de turismo debe estar enfocada a lograr la satisfacción de los intereses de tres actores fundamentales: la comunidad local, los prestadores o empresarios y los turistas.

En cuanto al referente “Naturaleza”, la noción alude hacia el antropocentrismo, el cual no permite la articulación en la EA, dado que los seres humanos visualizan la naturaleza como un instrumento para satisfacer sus necesidades y, por lo tanto, no existe una formación en el cuidado para la conservación de los ecosistemas y en alternativas sustentables para los territorios con opciones como el TN (Estrada *et al.*, 2018). Es así que, el término “Turismo” es una de las principales actividades económicas de la región porque origina la integración de factores sociales, ambientales, económicos y culturales para beneficio de las comunidades. Este argumento permite determinar que la noción de turismo está asociada con la búsqueda de mejoras económicas para una región mediante métodos responsables, sostenibles y de calidad; proporcionando innovación al mercado tanto nacional como internacional por medio de progresos que efectúan la calidad del país, favoreciendo directamente al sector turístico mediante el aprovechamiento de la biodiversidad y de las riquezas ambientales con las cuales cuenta la región (Gobernación del Caquetá, 2020). Es por ello, que desde el punto de vista de los actores, el turismo se ha categorizado como una de las principales fuentes económicas del país al promover el comercio formal y el desarrollo competitivo de un clúster socioeconómico y cultural, en busca del fomento de prácticas tradicionales y artesanales de una región con diversos atributos, los cuales permiten dar a conocer las particularidades de los destinos turísticos (GD. Líderes comunitarios, 2021).

En Colombia, el esquema normativo indica que el TN es uno de los principales tipos de turismo de más rápido crecimiento en el mundo, con tasas entre 25% y 30% (MinCIT, 2012a). De acuerdo con lo anterior, las expectativas de los turistas aumentan día tras día como consecuencia de las grandes variaciones en los gustos y

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

preferencias a la hora de practicar actividades con impactos positivos para el ambiente. Respecto al tema, se establecen cuatro puntos prioritarios para el buen desempeño en el desarrollo del producto turístico de naturaleza: a) gestión sostenible; b) maximización de beneficios sociales y económicos; c) crear conciencia cultural; d) protección del ambiente, como principal garante del éxito a largo plazo (OMT, 2012).

Por otro lado, el problema del turismo en los corregimientos objeto de estudio surge como consecuencia de la actitud dominante del ser humano frente al contexto ambiental caracterizada por el desarrollo de actividades de turismo convencional que generan la degradación del ambiente y el crecimiento elevado en los índices de deforestación a nivel local (Corpoamazonia, 2018). La problemática descrita ha sido estudiada por su impacto para el ambiente, puesto que origina una serie de efectos negativos como el crecimiento acelerado en el área urbana, la presión sobre recursos escasos, el uso desordenado del suelo, la contaminación, la destrucción de ecosistemas y el deterioro del paisaje y del entorno urbano (Wallace y Russell, 2004; Valle, 2017). De ahí que, la dinámica actual de la economía ofrece diversas oportunidades para el fortalecimiento del TN, el cual emerge como una estrategia clave en el proceso de implementación de prácticas sustentables con responsabilidad social en el marco del aprovechamiento de las riquezas naturales, culturales y turísticas, con el propósito de generar diversas posibilidades para el patrimonio nacional por medio de la promoción de lugares donde predominen los procesos ecológicos y a su vez se intensifique la regeneración de los mismos (Gómez, 2017; MinCIT, 2018a).

Otro aspecto importante para destacar en el análisis de los resultados de los grupos de discusión y las entrevistas está relacionado con la concepción acerca de la capacidad de carga del sitio turístico. Al respecto, esta corresponde al nivel máximo de turistas que una zona está en condiciones de soportar con un alto grado de satisfacción para los visitantes y un menor grado de impactos negativos para el ambiente (Gómez-Limón y García, 2014; Montero y Pincay, 2015).

5.4.2. Turismo de naturaleza: condiciones sociales y educativas.

De acuerdo con Chiu et al. (2016), las condiciones sociales se denotan en la interrelación entre los seres humanos (turistas y los residentes locales) y entre los seres humanos con la naturaleza (lo ecológico). En este escenario, se destaca la capacidad potencial de estas condiciones como generadoras del desarrollo sustentable de la sociedad para: a) estudiar el funcionamiento óptimo del individuo y la población; b) cambiar los patrones de comportamiento de los actores involucrados en el proceso; c) hacer uso de tecnologías para mejorar el bienestar y fomentar el crecimiento de la comunidad; d) disminuir las inequidades existentes en la comunidad (Gámez, 2014). Dentro de estas condiciones sociales se abordan las *condiciones culturales* que se pueden ver en los servicios de los ecosistemas culturales, la comprensión del TN como bienestar extremo y psicológico de los seres humanos, al abordar los significados de la cultura expresados en las formas de vivir en comunidad y el lenguaje con el que representan el mundo mediante las tradiciones, narrativas, expresiones artísticas, gastronomía y las vivencias cotidianas, lo cual puede contribuir de manera considerable al conocimiento de la ecología cultural y fomentar acciones pro-cambio colectivo (Willis, 2015).

Del mismo modo, las condiciones sociales abarcan las *condiciones políticas* dada su trascendencia al involucrar diversos actores en los procesos de diseño de las políticas públicas: a) el Estado como la figura principal por su papel dentro del ordenamiento jurídico establecido para tal fin; b) la sociedad civil que participa activamente en la formulación e implementación de las políticas, atendiendo el llamado de las autoridades locales o buscando satisfacer una necesidad en cuanto a la solución de alguna problemática, y c) los particulares identificados a partir de la promoción de las políticas nuevas adoptadas, quienes se vinculan en función de disposiciones legales o por voluntad de los gobernantes (Velásquez, 2009).

Adicionalmente, se incorporan también las *condiciones económicas*, como componente esencial dentro de la caracterización de las RS de los actores de la zona, debido a que integra los factores del modelo económico predominante en el desarrollo de las diferentes actividades de la comunidad (Quintero y Cardona, 2015).

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Por último, se distinguen las condiciones educativas, las cuales abarcan todo lo relacionado con el proceso formativo para alcanzar los diferentes niveles educativos en la sociedad y se convierten en el punto de partida para la EA. Al respecto, Lara (2014) afirma que la educación desde una aproximación interdisciplinar y global fomenta el turismo formal y no formal, por lo que se califica como educación para la acción y facilita un mejor conocimiento de los diversos procesos sociales, económicos, culturales y ecológicos en una comunidad.

Condiciones culturales

Los actores relacionan la representación social sobre las acciones que se pueden realizar por medio del TN para el fortalecimiento del proceso de paz con la importancia de la memoria histórica como parte del proceso del turismo (GD. Profesores, 2021), esto dado que en las zonas con potencial turístico es fundamental la construcción de la memoria del conflicto, teniendo en cuenta que los acontecimientos pasados hacen parte de la historia de los territorios y, por lo tanto, hacen parte de todo lo que se quiere conocer mediante las prácticas de las actividades turísticas (Naef y Guiland, 2019). De esta manera, el turismo cultural es una forma de contar la historia desde la visión de los actores que participaron directamente en el conflicto. Ahora bien, la implementación de los acuerdos de paz entre el Gobierno colombiano y los grupos al margen de la ley implica reflexiones sobre los modelos de desarrollo del país y permite la construcción de nuevas formas de relación con el ambiente hacia una paz estable y duradera; en este contexto surge la consolidación de alternativas económicas como el TN para las pobladores víctimas del conflicto armado, evitando así la participación en las economías ilegales (tala, minería u otros cultivos ilegales) (Sánchez, 2019).

Como se puede observar en la figura 5.3, el término **departamento** sobresale en la representación social de los actores cuando se indaga acerca de los aspectos del territorio que se deben promocionar para el fomento del TN, esto como consecuencia de la visión de los participantes quienes consideran que el Caquetá es una región con gran biodiversidad para la práctica de esta clase de actividades de forma sustentable (GD. Representantes de entidades gubernamentales, 2021).

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Figura 5.3

Términos asociados a los aspectos del territorio que se deben promocionar para el fomento del turismo de naturaleza



Nota. Se observa el término **naturaleza** precisamente por la percepción de los actores sobre la gran biodiversidad natural, tanto en fuentes hídricas, flora y fauna del municipio de Florencia capital del departamento de Caquetá. Fuente: elaboración propia con base en Nvivo (2021).

Se observa la percepción de los actores sobre la gran biodiversidad natural, tanto en fuentes hídricas, flora y fauna del municipio de Florencia capital del departamento de Caquetá, los cuales se convierten en el principal factor de atracción para los turistas nacionales y en particular para los extranjeros destacados como un segmento de mercado caracterizado por un alto nivel de interés en el conocimiento y visita de riquezas naturales presentes en estos territorios (Cuéllar, 2020a; Cuéllar *et al.*, 2020b).

En concordancia con el Plan de Desarrollo Turístico para el departamento de Caquetá, en este territorio existen potencialidades culturales y naturales para fomentar la oferta de productos de TN (MinCIT, 2012), por lo tanto, la ejecución de

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

actividades para impulsar esta clase de turismo es una oportunidad importante y viable en el desarrollo socioeconómico de la región (Rivera, 2019).

En cuanto a la representación social relacionada con los aspectos del territorio que se deben resaltar para fortalecer el TN se identifica el término **identidad**, teniendo en cuenta que la conformación de la identidad es el punto de partida para recuperar y afianzar la cultura de las comunidades, fortalecer la valoración del territorio y proyectar la región como un destino turístico sustentable (Carrillo y Donayre, 2021). De acuerdo con Cepeda (2018) el término identidad “se encuentra ligado al desarrollo de un lugar y se va originando gracias a su evolución. Toda comunidad genera costumbres, tradiciones, leyes, etc., para crecer y avanzar a lo largo del tiempo, que componen y forman su cultura” (p. 254).

Así, para que una persona sea capaz de valorar y diferenciar su identidad cultural y la de otros lugares, es necesario diseñar un plan para promover la conservación y difusión del patrimonio, en busca de un legado que los pobladores locales y los turistas puedan entender, y luego crear un nuevo turista con mayores niveles de conocimiento (Chávez *et al.*, 2019a). De esta forma, se podrá analizar cómo un turista puede tener conciencia de su identidad cultural gracias a las manifestaciones propias del territorio.

Condiciones políticas

Desde esta perspectiva se hallaron cogniciones clave en las RS de los actores, las cuales correspondieron a “educación” y “proyectos”. Se encontró, que los actores consideran que el Estado debe promover diversas acciones para fomentar el TN (GD. Líderes comunitarios, 2021). Se identificaron cogniciones como: “personas”, “desarrollo”, “procesos” y “naturaleza” (figura 5.4). Este hallazgo refleja la deficiente presencia estatal con responsabilidad en el TN de los entes gubernamentales en los procesos relacionados con la promoción de este tipo de turismo, debido a las siguientes causas: a) baja articulación de la Gobernación y la Alcaldía con Corpoamazonia, las universidades de la región y otras instituciones del área; b) falta

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

implementan este tipo de estrategias y la búsqueda de la reactivación económica como propósito principal para la región (Aragón *et al.*, 2019; Basto *et al.*, 2019; García *et al.*, 2020; García *et al.*, 2021). También debe preverse que, les otorga valor agregado a los servicios prestados por los empresarios del TN ubicados en los corregimientos El Caraño, Venecia, Ortegaza y Santo Domingo de Florencia Caquetá. Ello implica el trabajo continuo por parte de los directivos de las empresas, quienes desempeñan el rol principal para generar vínculos más fuertes con la sociedad que tiene comportamientos de compras regidos por las percepciones positivas hacia el ambiente y la digitalización.

Finalmente, el concepto “Economía” se asocia dado que la cadena de valor involucrada en la gestión de los servicios del turismo sufre impactos fuertes positivos en la economía de la población local (Rivera y Gutiérrez, 2018; Baggio, 2019; Rivera y Echeverry, 2020). Es así, como el turismo es una oportunidad para potenciar el desarrollo cultural, económico y social en estos corregimientos, al ser considerado como una industria que forma parte de la cadena de valor de la economía del país, debido a la cantidad de bienes y servicios necesarios para la ejecución de las iniciativas turísticas.

Condiciones educativas

En lo referente al ámbito socioeducativo, las RS sobre los procesos de formación para quienes estén interesados en realizar acciones de TN en su propiedad o territorio se evidencian que los actores destacan la importancia de la capacitación en aspectos normativos del TN y cada uno de sus subproductos (GD. Empresarios, 2021), los cuales tienen gran potencial en el departamento de Caquetá (Rivera, 2019) y requieren la formación de los integrantes de la cadena de valor del sector para la prestación de los servicios, con el objetivo de garantizar el buen desarrollo de todos los proyectos, brindar seguridad a los turistas y velar por la conservación del entorno. Acorde con lo presentado, se resalta que en la primera fase de esta investigación los actores de la zona y líderes de los emprendimientos de TN en la zona objeto de estudio manifestaron haber recibido formación en temas de turismo, más no en aspectos normativos para ofrecer un TN sustentable en la región.

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Este resultado se asocia directamente con los planteamientos del Gobierno en el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, en donde se propone la construcción de una agenda de trabajo con la participación de las entidades públicas y el sector privado, en busca de identificar y medir las brechas de capital humano y de este modo, realizar la evaluación de las competencias que tienen los miembros de las empresas del turismo y definir los contenidos formativos acordes con los requerimientos del sector turístico (MinCIT, 2018a). Ahora bien, el Estado en el ejercicio de sus funciones debe velar por el cumplimiento de los estándares exigidos para la prestación de los servicios turísticos, sin embargo, el primer paso dentro de ese proceso es destinar los recursos necesarios para la formación en la normatividad del TN, teniendo en cuenta que estos aspectos son el eje transversal en el desarrollo de estas actividades y de su comprensión por parte de los operadores depende el diseño de los productos turísticos sustentables en el marco de la correcta implementación de los lineamientos establecidos (Cortés, 2019).

Por otra parte, según lo expuesto en la figura 5.6, las RS de los actores sobre los procesos de formación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) que se pueden ofrecer a los empresarios para fortalecer el TN están asociadas principalmente al uso de las herramientas más representativas de las nuevas tecnologías: a) ordenador; b) internet; c) redes; d) WhatsApp; e) plataformas (GD. Empresarios, 2021). De ahí que, estos elementos hagan parte de la planificación turística con el fin de facilitar la adquisición, el conocimiento y la generación de información para los clientes potenciales, y mejorar la competitividad en los mercados globales mediante la transformación en las esferas políticas, sociales y económicas.

Figura 5.6

Términos asociados a los procesos de formación en TIC que se pueden ofrecer a los empresarios para fortalecer el turismo de naturaleza

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.



Nota. Términos asociados a la tecnología y su uso en el desarrollo del turismo y el territorio.
Fuente: elaboración propia con base en Nvivo (2021).

Para hacer una breve reseña histórica, se observa que la década de 1980 representó la incursión de las TIC en las operaciones turísticas, favoreciendo grandes cambios en el sector, con la transición de las centrales de reserva (CRS) a los sistemas globales de distribución (GDS) en las empresas de la cadena de valor (aerolíneas, agencias de viaje, hoteles, entre otras); para finales de los años noventa surge el internet (Buhalis y Law, 2008), y ahí se identifica la información con el alma del turismo y las TIC con la columna vertebral de las actividades turísticas (Sheldon, 1997). De acuerdo con lo anterior, Ivars *et al.* (2016) consideran que la evolución tecnológica es un factor de cambio que modifica el comportamiento de los consumidores y promueve el diseño de estrategias para garantizar la adaptación de los destinos turísticos y las empresas. En este mismo sentido, según Amador (2018), la revolución digital en las últimas décadas y los avances de las TIC han transformado la economía a nivel mundial generando un paradigma nuevo de oferta y demanda con modificaciones drásticas en las actividades de la cadena de valor, en particular, en el sector del turismo, teniendo en cuenta que se desarrollan innovaciones en los canales de distribución y surgen nuevas oportunidades en el contexto de los modelos de negocio.

En el escenario local, las empresas ubicadas en los corregimientos del Caraño, Venecia, Orteguzza y Santo Domingo (que corresponden a la zona de estudio de esta investigación) aún no han empezado a implementar las TIC en los procesos de planificación y gestión del TN, y de acuerdo con la percepción de los actores, el grado

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

de interés es alto debido a que el uso de nuevas herramientas contribuye a una mayor interacción con los consumidores y permite la adopción de diversas tendencias mundiales: a) internet; b) tecnología móvil; c) mercado online; c) uso de Big Data; d) hiperpersonalización de los servicios turísticos; e) realidad virtual (Amador, 2018).

Desde la visión de los actores sobre el término EA, emergen tres concepciones principales: a) comunidad; b) turismo y c) personas. Seguidamente se distinguen las palabras “producto”, “empoderamiento” y “fomento” (GD. Líderes comunitarios, 2021). En la figura 5.7 se presentan estas concepciones.

Figura 5.7

Términos asociados a la educación ambiental



Nota. A partir de esa mirada, la EA es un proceso formativo, sistémico, integrado y comunitario para adquirir habilidades, conocimientos, actitudes, valores y comportamientos, que permitan generar conciencia ambiental y mejorar la relación de los seres humanos con la naturaleza (Covas, 2004; Lezcano *et al.*, 2018). Fuente: elaboración propia con base en Nvivo (2021).

La población comienza un proceso de comprender los problemas ambientales, y ser conscientes del papel que el individuo desempeña en el contexto de esa problemática y producir cambios alrededor de sus prácticas con el objetivo de revertir los daños y

los riesgos ambientales ocasionados por la forma desmesurada en la distribución de los recursos naturales (Caride y Meira, 2001; Meira, 2005).

5.5. Conclusiones

Como punto de partida se establece que las principales categorías de las RS corresponden a la planeación de procesos de formación que permitan la mejora en los protocolos de atención a los turistas, el reconocimiento del entorno, el cuidado de los ecosistemas, la vinculación de la comunidad, el fortalecimiento de la guianza turística, la señalización de los destinos, el manejo de los residuos, la preservación del agua, la construcción de la memoria histórica, la organización de los aspectos legales, la realización de estudios de capacidad de carga y sobre todo, promover el amor por el territorio. A esto se añade la relevancia de la ejecución de diferentes acciones del Estado para fortalecer el TN, dentro de las cuales se destacan la construcción de la infraestructura, la creación de un producto para ofertar este tipo de turismo, la capacitación a través de las diversas entidades gubernamentales, la vinculación de las víctimas del conflicto armado, la transformación productiva, la seguridad en las vías, el apoyo a las nuevas iniciativas de los empresarios del sector y la asignación de recursos para financiar los proyectos turísticos.

Así mismo, en las RS de los actores se observa la pertinencia del fomento del TN, en donde se hace énfasis en la promoción y publicidad de los destinos turísticos, la integración de la comunidad y los actores de la cadena de valor, la articulación de la academia y la formación permanente para garantizar una alta demanda en la región. También se destaca el desarrollo de actividades culturales y la identificación de la gastronomía propia de la zona. Además, se resalta la posibilidad de mejorar los ingresos de las familias mediante el TN, puesto que se realizan procesos de venta de servicios de alimentación para las comunidades locales y se fortalece la producción de frutos amazónicos, souvenirs y artesanías, y muchos otros servicios asociados a la prestación de servicios turísticos. En ese orden de ideas, es conveniente hablar de la necesidad de la formación en TIC para impulsar esta modalidad de turismo en busca de fomentar el uso adecuado de los dispositivos electrónicos, el manejo de las redes sociales de las empresas y la comprensión de los diferentes programas

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

informáticos disponibles en el mercado. De otro lado, se resalta el rol del TN en el fortalecimiento del proceso de paz para otorgar a los reinsertados la oportunidad de vincularse a estas actividades, el reconocimiento de la importancia del posconflicto y la creación de las condiciones necesarias para alcanzar la paz en el territorio.

De manera semejante, los actores resaltan la importancia de las acciones para el cuidado de los ecosistemas e identifican la pedagogía como un factor esencial para respetar la naturaleza y evitar realizar actividades tales como la explotación petrolera y la tala de bosques. Igualmente, se detecta la necesidad de suscribir alianzas entre las diversas instituciones en busca de garantizar el desarrollo de procesos en áreas trascendentales para el TN.

Sobre otras RS identificadas con la aplicación de las técnicas seleccionadas, es importante destacar que los grupos de actores resaltan la necesidad de involucrar los procesos de investigación en la gestión del TN, dada su trascendencia en la realización de diferentes actividades dentro de las que se pueden enumerar la construcción y el estudio de la memoria histórica de los destinos, y el inventario de atractivos turísticos apropiado y pertinente para consolidar la información que más adelante se convierte en el insumo principal dentro del diseño de productos de TN sustentable con altas demandas de clientes y amplios segmentos de mercados. En relación con las RS identificadas, también es pertinente describir la trascendencia de los aspectos del territorio, iniciando con la construcción de la identidad, el conocimiento de la historia y el reconocimiento de la flora y la fauna de la región.

En conclusión, los resultados de esta investigación constituyen un elemento valioso en el ámbito académico ante el vacío investigativo y la necesidad de resolver los problemas evidenciados en la zona de estudio, debido a que los hallazgos demuestran la identificación de las RS de los actores sociales sobre las condiciones ambientales y socioeducativas de los actores involucrados en el TN en la zona rural de Florencia Caquetá. De esta manera, se destaca la importancia del discurso de los participantes como aspecto clave en el camino hacia la propuesta de lineamientos para un TN sustentable en un proceso de EA.

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Lo anterior se sustenta en la configuración de las RS que tienen los pobladores, las cuales permiten determinar que a partir de esta investigación es posible estructurar procesos de formación para valorar el patrimonio de los destinos, lograr la sensibilización de los actores de la cadena de valor del sector de TN y fomentar la participación en las actividades orientadas a la preservación del ambiente. En estos procesos es imprescindible la presencia del Estado con el objetivo de garantizar la intervención y la socialización de la normatividad existente en materia turística.

5.6. Referencias Bibliográficas

- Amador, A. (2018). Las TIC y el turismo costarricense. Programa Sociedad de la Información y el Conocimiento.
- Aragón, J. A., Corredor, V. A. & García, D. A. (2019). Estrategia de negocio en las MiPymes turísticas, Caquetá Colombia. Revista FACCEA, 9(2), 133-141. <https://www.uniamazonia.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/133-141/2431>
- Araújo-Santana, M. R., Parra-Vázquez, M. R., Salvatierra-Izaba, E. B., Arce-Ibarra, A. M. & Montagnini, F. (2013). Economía, Sociedad y Territorio, 13(43), 641-674.
- Arguello, C., Fiallos, L., Chinchuela, M., Díaz, P., Verdugo, C., Jara, C. & Quesada, M. (2017). Rentabilidad y sostenibilidad económica, ambiental y social en áreas protegidas aseguradas a través del modelo de gestión. Estudio de caso: Refugios Carrel YWhymper Reserva Chimborazo. European Journal of Scientific Research, 13(3), 77-99.
- Basto, N. A., García, D. A. & Vargas, H. F. (2019). Estrategia de marketing digital mediante la realidad virtual para potencializar el ecoturismo en la vereda El Manantial Municipio de Florencia-Caquetá Colombia. Revista Entorno Geográfico, (18), 128-147. <https://doi.org/10.25100/eg.v0i18.8743>
- Baggio, R. (2019). Measuring tourism: methods, indicators, and needs. In The Future of Tourism. 255-269. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-89941-1_13
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research. Tourism Management, 29, 609-623.

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Caride, J. A. & Meira, P. A. (2001). Educación ambiental y desarrollo humano. Editorial Ariel S.A.
- Carrillo, S. J. & Donayre, A. S. (2021). Turismo experiencial integrado al turismo de naturaleza realizado en las áreas naturales protegidas [tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656852>
- Cepeda, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque*, 31, 244-262. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>
- Coelho, I. F. & Ortiz, P. D. E. B. de S. C. (2019). A educação ambiental nas representações sociais de professores e a importância do Projeto Sala Verde. *Eccos Revista Científica*, (48), 201-218. <https://doi.org/10.5585/EccoS.n48.7285>
- Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonia-Corpoamazonia. (2018). Actualización Plan de Ordenación y Manejo de la Cuenca Hidrográfica POMCA del Río Hacha Informe final fase de diagnóstico Capítulo 4. Caracterización de las condiciones sociales, culturales y económicas. http://www.corpoamazonia.gov.co/images/2018/consultas/hacha/CAP_4.pdf
- Correa, L. (2020). Representaciones sociales sobre condiciones culturales - educativas para renaturalización hídrica. Política pública ambiental y actores sociales [tesis de doctorado, Universidad de la Amazonia]. Repositorio Institucional. <https://www.uniamazonia.edu.co/documentos/docs/Programas%20Academicos/Doctorado%20en%20Educacion%20y%20Cultura%20Ambiental/Publicaciones/Tesis%20Doctoral.%20Lucelly%20Correa%20Cruz.pdf>
- Cortés, N. (2019). Turismo de Naturaleza en Colombia: barreras encontradas para la certificación de esta actividad [tesis de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28966/2020neiyirethcortes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Covas-Álvarez, O. (2004). Educación ambiental a partir de tres enfoques: comunitario, sistémico e interdisciplinario. *Revista Iberoamericana de Educación*, 35(1), 1-7. <https://doi.org/10.35362/rie3512941>
- Cuéllar, R. (2020a). Inventario y caracterización de asuntos y determinantes ambientales del municipio de Florencia Caquetá [tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD]. Repositorio Institucional. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/33497?locale-attribute=pt>
- Cuéllar, Y., Fajardo, M. Y. & Beltrán, J. J. (2020b). Caracterización del turismo rural sustentable como alternativa para el desarrollo local. *I+D Revista de Investigaciones*, 15(2), 84–97. <http://dx.doi.org/10.33304/revinv.v15n2-2020008>
- Chávez, L. (2019). Precedentes de Motivación, Uso y Gratificación, como determinantes participativos en entornos turísticos 2.0 y su efecto en el comportamiento interactivo [tesis de doctorado, Universidad de Valencia]. Repositorio Institucional. https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/72558/Tesis_Doctoral_Luciana_Chavez_Santana_RODERIC.pdf?sequence=1
- Chiu, H., Chan, C. & Marafa, L. (2016). Local perception and preferences in nature tourism in Hong Kong. *Tourism Management Perspectives*, 20, 87–97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.07.007>
- Estrada-Cely, G. E., Sánchez-Castillo, V. & Gómez-Cano, C. A. (2018). Bioética y desarrollo sostenible: entre el biocentrismo y el antropocentrismo y su sesgo economicista. *Clío América*, 12(24), 219–231.
- Fernandes, F. & Aparecida, G. (2018). Representações Sociais: da teoria às possibilidades de aplicação na Educação Ambiental. *Cadernos da Fucamp*, 17(30), 146-153.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Gámez, F. (2014). La dimensión social: un proceso sinérgico en la interacción universidad-comunidad a través de la función de extensión. *Investigación y posgrado*, 30(1), 103-123.
- García, A. K., Serrano, R. C., Osorio, M. & López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. *Caso San Pedro*

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Tultepec, México. Turismo y Sociedad, 16, 43-65.
<https://doi.org/10.18601/01207555.n16.04>
- García-Capdevilla, D. A., Vargas-Lozada, H. F. & Restrepo-Lizcano, J. J. (2020). El turismo de naturaleza: educación ambiental y beneficios tributarios para el desarrollo de Caquetá. *Aglala*, 11(1), 107-132.
<https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1568>
- García-Capdevilla, D. A., López de Parra, L. & Millán-Rojas, E. E. (2021). Contexto y condiciones del eco marketing para promocionar el turismo de naturaleza. *Revista EIA*, 18(35), 1-20. <https://doi.org/10.24050/reia.v18i35.1419>
- Gobernación del Caquetá. (2020). Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023: Pacto Social por el Desarrollo de Nuestra Región. <http://www.caqueta.gov.co/noticias/p-lan-de-desarrollo-departamental-2020--2023>
- Gómez-Limón, J., & García, D. (2014). Capacidad de acogida de uso público en los espacios naturales protegidos. Organismo Autónomo Parques Nacionales (OAPN).
- Gómez, J. F. (2017). El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la región San Martín [tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2655/gomez_rj?sequence=1&isAllowed=y
- Grupo de Discusión-GD. Empresarios (2021). Técnica de recolección de datos denominada Grupo de discusión con empresarios.
- Grupo de Discusión-GD. Líderes comunitarios (2021). Técnica de recolección de datos denominada Grupo de discusión con líderes comunitarios.
- Grupo de Discusión-GD. Profesores (2021). Técnica de recolección de datos denominada Grupo de discusión con profesores.
- Grupo de Discusión-GD. Representantes de entidades gubernamentales (2021). Técnica de recolección de datos denominada Grupo de discusión con representantes de entidades gubernamentales.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. McGrawHill.

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Hernández, M., Farhad, S. & Gual, M. (2017). Vender lo propio: Naturaleza, turismo y arroz en Isla Mayor (Sevilla). *Gazeta de Antropología*, 33(1), 1-17.
- Ivars, J. A., Solsona, F. G. & Sánchez, D. G. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346.
- Lalangui, J., Espinoza, C. R. & Pérez, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>
- Landínez, M. R. (2019). Turismo y nueva ruralidad. Análisis para municipios en el área de influencia de Bogotá. *Revista de Investigaciones Turísticas*, (19), 124-141.
- Lara, A. (2014). Torrejón. Una biografía autorizada de la comunicación turística argentina. PROIA Comunicaciones Integradas.
- Lezcano, A. M., Suero, L. & Garbizo, N. (2018). Proceso de Gestión de la Educación Ambiental Comunitaria. Apuntes Para un Debate. <http://rc.upr.edu.cu/jspui/bitstream/DICT/3077/1/PROCESO%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20EDUCACI%C3%93N%20AMBIENTAL%20COMUNITARIA.APUNTES%20PARA%20UN%20DEBATE.pdf>
- Mata, E. (2016). Turismo de naturaleza y sustentabilidad ¿Un desafío para la práctica turística?. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Maya, A. A. (1996). El reto de la vida. Ecosistema y cultura, una introducción al estudio del medio ambiente. Ecofondo.
- Meira, P. A. (2005). Educación ambiental en tiempos de catástrofe: la respuesta educativa al naufragio del Prestige. *Educação e Pesquisa*, 31(2), 265-283.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT (2012a). Política de Turismo de Naturaleza de Colombia. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT. (2012b). Plan de Desarrollo Turístico Departamento de Caquetá. [archivo

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

PDF]http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/164.Plan_de_de_sarrollo_turistico_de_Caqueta.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT. (2018). Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Turismo: El propósito que nos une. Colombia. <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MinCIT. (2020). Política de turismo sostenible. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Montero, J. & Pincay, L. M. (2015). Análisis de la cadena de valor del sector turístico del Valle del Cauca [tesis de grado, Universidad ICESI]. Repositorio Institucional. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84492/1/TG01849.pdf

Moscoso, F. V. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. Instituto de Investigaciones en Turismo - Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de La Plata.

Muñoz, A. (2017). Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco. *Investigaciones Geográficas*, (93), 1-16. <https://doi.org/10.14350/rig.47805>

Naef, P. J. & Guiland, M. L. (2019). Los retos del turismo en la construcción de la paz en Colombia. *Via Tourism Review*, 15, 1-17.

Organización Mundial del Turismo-OMT (2002). Cumbre mundial del Ecoturismo: informe final. Educación Para El Desarrollo Sostenible. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284405657>

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Organización Mundial del Turismo-OMT (2012). Compendium of Best Practices and Recommendations for Ecotourism in Asia and the Pacific. España.
- Organización Mundial del Turismo-OMT; Organización de los Estados Americanos-OEA (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232.
- Padrón, J. (2007). Tendencias epistemológicas de la investigación científica en el Siglo XXI. *Cinta Moebio*, 28, 1-39. <https://cutt.ly/SyVSPai>
- Parrales, Y. E. (2020). El context marketing como estrategia de captación de clientes para el sector hotelero en el Cantón Puerto López [tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2468/1/TESIS%20FINAL%20CONTEXT%20MARKETING-convertido%20%281%29.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA; Organización Mundial del Turismo – OMT (2007). Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos. https://www.academia.edu/6283957/Por_un_turismo_mas_sostenible_Guia_para_responsables_politicos_OMT.
- Quintero, O. J. & Cardona, N. E. (2015). Relación entre representaciones sociales de medio ambiente y prácticas pedagógicas en educación ambiental en una comunidad educativa rural [tesis de maestría, Universidad de Antioquia]. http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/6583/1/OrlandoQuintero_2015_educacionambiental.pdf
- Rivera, J. P. R. & Gutiérrez, E. L. M. (2018). A framework toward sustainable ecotourism value chain in the Philippines. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(2), 123-142. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1492495>
- Rivera, Y. L. (2019). Turismo de Naturaleza, dinamizador del desarrollo local del municipio de Florencia - Caquetá [tesis de maestría, Universidad de Manizales]. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/4126>

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

- Rivera, Y. L. & Echeverry, A. (2020). Turismo y Paz: una estrategia de desarrollo local sostenible en el Municipio de Florencia, Caquetá. *NOVUM, Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 1(10), 42-60. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/79790/73813>
- Rojas, V. (2020). Percepciones de la población residente sobre los impactos turísticos en el desarrollo local. Estudio de caso; departamento de Maldonado, Uruguay [tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes]. Repositorio Institucional. https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2234/TM_2020_rojasrodriguez_008.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sahebalzamani, S. & Bertella, G. (2018). Business models and sustainability in nature tourism: A systematic review of the literature. *Sustainability*, 10(9), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su10093226>
- Sánchez, L. F. (2019). Ecoturismo en la construcción de paz en Colombia: acuerdo de paz, conflictividad y justicia ambiental. *Via Tourism Review*, 15, 1-20. <https://doi.org/10.4000/viatourism.3649>
- Santiago, D. M. (2018). Turismo sostenible y desarrollo: análisis del desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local [tesis de doctorado, Universitat de Girona]. Repositorio Institucional. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/667297/tdmse_20190307.pdf
- Sheldon, P. J. (1997). *Tourism Information Technology*. CABI.
- Valle, S. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(2), 164-183. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n2/0718-235X-riat-13-02-00164.pdf>
- Velásquez, R. (2009). Hacia una nueva definición de "política pública". *Desafíos*, 149-187. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/download/433/377tipo>
- Vélez, O. L. & Galeano, M. E. (2002). *Investigación cualitativa: estado del arte*. Universidad de Antioquia.

Capítulo 5. Representaciones sociales sobre condiciones ambientales y socioeducativas para el emprendimiento de turismo de naturaleza en Caquetá, Colombia. Libro. El Emprendimiento mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para fortalecer la competitividad regional en Florencia-Caquetá.

Wallace, G. & Russell, A. (2004). Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions. *Tourist Studies*, 4(3), 235–254.

Willis, C. (2015). The contribution of cultural ecosystem services to understanding the tourism-nature-wellbeing nexus. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 10, 38–43. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2015.06.002>



EDWIN EDUARDO MILLÁN ROJAS
 Doctor en Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Profesor Titular programa de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de la Amazonia. Docente Investigador del Grupo de Investigación GITUA de la Universidad de la Amazonia.
e.millan@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-4258-4601>



DENIS LORENA ÁLVAREZ GUAYARA
 Candidata a Doctora en Educación y Cultura Ambiental de la Universidad de la Amazonia, Profesora Asistente de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la Amazonia, Investigadora del Grupo de Investigación GITUA.
d.alvarez@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-8939-8139>



ORLANDO CELEITA MURCIA.
 Candidato a Doctor en Administración, Universidad del Valle. Profesor Asistente del programa Administración Financiera de la Universidad de la Amazonia. Líder del grupo de investigación Colectivo de Investigación Financiera en la Región Amazónica -CIFRA. o.celeita@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0003-0104-6222>



DIANA ALI GARCÍA CAPDEVILLA.
 Doctora en Educación y Cultura Ambiental, Contadora Pública. Docente Asociada de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, y Integrante del Grupo de Investigación INMER y GIMAE- Centro de investigación de la biodiversidad andino Amazonia INBIANAM,, Universidad de la Amazonia, dia.garcia@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-8060-0281>



YELLY YAMPARLI PARDO ROZO
 Doctora en Ciencias Naturales y Desarrollo Sustentable, Universidad de la Amazonia. Administradora de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Es Profesora Titular en la Universidad de la Amazonia. Investigadora junior en Minciencias y pertenece al Grupo GEMA, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Uniamazonia. Correo: y.pardo@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-8060-0281>



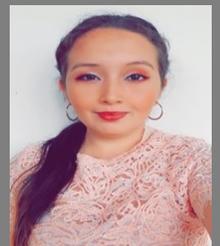
ALEXANDER VALENCIA VELÁSQUEZ
 Doctor en ciencias biología, Profesor Asociado facultad de ciencias Básicas. Docente del programa de biología, Director del centro de investigación de la biodiversidad andino Amazonia INBIANAM, de la universidad de la Amazonia, director del grupo de fauna silvestre.
a.velasquez@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-3314-097X>



HERIBERTO FERNANDO VARGAS LOSADA.
 Doctor en Educación y cultura Ambiental de la Universidad de la Amazonia. Profesor Asociado, Programa Ingeniería de Sistemas de la Facultad de Ingenierías de la Universidad de la Amazonia, Investigador Junior Minciencias, Líder del Grupo de Investigación – GIECOM
heri.vargas@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-8561-0793>



JHON JAIRO BELTRÁN CHICA
 Doctorando en Economía y Gestión Empresarial, candidato a Doctor en Gestión, Docente tiempo completo Asociado del programa Administración Financiera, Contador Público, Especialista en Gerencia Tributaria, Magister en Tributación y Política Fiscal, investigador adscrito al grupo de investigación CIFRA j.beltran@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-7382-6266>



YAMILE LIZETH PERDOMO PARRA
 Estudiante de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de la Amazonia en Florencia Caquetá, integrante del semillero “Grupo de Investigación en Informática, Innovación y Tecnología de la Universidad de la Amazonia – GITUA”.
ya.campos@udla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0001-7542-9758>



JUAN MANUEL MEJÍA RODRÍGUEZ
 Administrador de Empresas, Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia, y estudiante de Especialización de Gerencia del Talento Humano de la Universitaria Asturias.
juanm.mejia@udla.edu.co
<https://orcid.org/0009-0008-8877-8912>



ÁLVARO ANDRÉS CASTAÑO LÓPEZ
 Estudiante del Programa de Administración de Empresas; Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad de la Amazonia
al.castano@udla.edu.co
<https://orcid.org/0009-0009-2940-4846>