



ANIVERSARIO

Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: Varón Triana, N., Galvis Gómez, A. L., Mosquera Rodas, J. J., y Buitrago Mejía, A. (2021). Impacto de la empleabilidad en hoteles y agencias de viajes en la ciudad de Ibagué. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(Especial 6), 487-502. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.30>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 26 No. Especial 6 2021, 487-502
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Impacto de la empleabilidad en hoteles y agencias de viajes en la ciudad de Ibagué

Varón Triana, Nubia*
Galvis Gómez, Alba Lucía**
Mosquera Rodas, Jhon Jairo***
Buitrago Mejía, Aracely****

Resumen

Este artículo tiene como objetivo explorar el impacto de la empleabilidad en el sector de servicios, específicamente en los subsectores de hotelería y agencias de viajes desde la competitividad; bajo la premisa que este elemento se convierte en un punto esencial para el desarrollo de la planeación estratégica de las empresas, puesto que es la capacidad para obtener una ventaja competitiva la cual se traduce en la generación de rentabilidad; y cómo de manera articulada el empleo apunta hacia este objetivo. La metodología empleada correspondió a una investigación descriptiva a través de la aplicación de un instrumento de caracterización, también se utilizó el análisis de varianza técnica estadística. Algunos de los resultados indican que la microempresa es la tendencia en la forma jurídica las cuales son administradas por personas de carácter natural, a su vez existe una tendencia las organizaciones estudiadas a contratar pasantes y practicantes. Se concluye que son necesarios planes de desarrollo en hoteles y agencias de viaje alineados con programas de las alcaldías y la gobernación del departamento para incrementar el impacto en la empleabilidad.

Palabras clave: Competitividad; empleabilidad; productividad; sector servicios.

Recibido: 15.05.21

Aceptado: 20.08.21

* Este artículo es resultado del proyecto denominado "Impacto de la asociatividad sobre la competitividad de las empresas latinoamericanas", código 2718, según convocatoria Conadi, desarrollado por la Universidad Cooperativa de Colombia, con participación de tres universidades internacionales y 10 sedes de la Universidad Cooperativa e Colombia.

** Contadora Pública. PhD. Ciencias económicas y administrativas. Investigadora Asociada de [Colciencias](#). [Consultora](#) empresarial. Adscrita al programa de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Correo nubia.varont@campusucc.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5069-1821>

*** Contadora Pública Especialista en Gestión Tributaria, Magister en Tributación. Profesora investigadora adscrita al programa de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Correo: alba.galvisg@campusucc.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9941-9722>

**** Licenciado en Español y Comunicación Audiovisual, Magister en Educación, Doctorante en Educación - Profesor investigador adscrito al programa de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia. Correo: Jhon.Mosquera@campusucc.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3455-8470>

***** Administradora de Empresas, Doctora en Ciencias Económicas y Administrativas. Investigadora Emérito de Colciencias. Adscrita al programa de Contaduría Pública de la Universidad Cooperativa de Colombia Correo: aracelly.buitrago@campusucc.edu.co ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6583-7827>

Impact of employability in hotels and travel agencies in the city of Ibagué

Abstract

This article aims to analyze the impact of employability in the service sector, specifically in the hotel and travel agency subsectors from competitiveness; under the premise that this element becomes an essential point for the development of the strategic planning of companies, since it is the ability to obtain a competitive advantage which translates into the generation of profitability; and how, in an articulated way, employment points towards this objective. The methodology used corresponded to a descriptive investigation through the application of a characterization instrument, the statistical technical analysis of variance was also used. Some of the results indicate that the microenterprise is the trend in the legal form which are managed by people of a natural nature, in turn there is a tendency for the organizations studied to hire interns and interns. It is concluded that development plans are necessary in hotels and travel agencies aligned with programs of the mayors and the department's government to increase the impact on employability.

Keywords: Competitiveness; employability; productivity; service sector.

1. Introducción

Este artículo presenta la comparación del impacto de la empleabilidad en el sector de servicios en relación con los hoteles y las agencias de viajes, aspecto que ha sido tratado por la Organización Internacional del Trabajo [OIT] en su Informe Mundial sobre la Protección Social 2017 y ha sido analizado en la ciudad de Ibagué, específicamente en el sector turístico. Dicho análisis obedece a una investigación multicampus, la cual tiene como propósito explorar el impacto de la asociatividad sobre la competitividad de las empresas en Latinoamérica para lo cual se aplicó un instrumento de caracterización donde se indagaron factores de las empresas como: composición del capital social, costo

de producción, capacidad instalada, vinculación del personal, información financiera, entre otros. De acuerdo con López (2009) la prestación de servicios terciarios es el que más ha repuntado en las últimas décadas en el mundo.

Dentro de los elementos evaluados en la caracterización de las empresas tenemos la empleabilidad, la cual se convierte en un elemento clave, tanto a nivel empresarial como económico debido a que aporta al desarrollo de las regiones colombianas como es el caso del departamento del Tolima el cual hace parte del Eje Cafetero¹. Con respecto a la empleabilidad Suárez (2016) lo define como aspectos del empleo y desempleo.

Se establecen los criterios de relación complementaria teniendo en cuenta la tipología empresarial con relación a las agencias de viajes y

los hoteles, el número de empleados a término fijo, la forma jurídica de las empresas y los datos sobre la contratación de los aprendices o practicantes al interior de este tipo de organizaciones del sector servicios. También se asegura la objetividad de la información recurriendo a técnicas de recolección de información, como la observación directa, el análisis estadístico y las fuentes primarias y secundarias consultadas.

La metodología fue de carácter descriptivo; de acuerdo con Hernández (2014) consiste en la comparación del impacto de la empleabilidad en el sector de servicios en relación con los hoteles y las agencias de viajes, en la ciudad de Ibagué. En el ámbito estadístico se empleó un análisis de varianza técnica estadística, el cual permite una descripción de las formas jurídicas a las que pertenecen las organizaciones empresariales ubicadas en este sector de la economía; aportando al objetivo de la investigación en las diferentes figuras empresariales que emergen del contexto económico hotelero y su predominancia con relación a diferentes factores. Lo anterior será contrastado con los resultados de la revisión documental.

El tamaño del universo fue de 150 negocios repartidos en 57 hoteles turísticos y 93 agencias de viajes. La muestra correspondió a 123 establecimientos hoteleros de la ciudad; la información fue suministrada por la Cámara de Comercio de Ibagué en la cual se reportan las microempresas activas del año 2019. El tipo de muestreo

fue probabilístico aleatorio simple.

Se utilizó una encuesta de caracterización con treinta enunciados cuyo propósito fue identificar las particularidades del sector empresarial al que pertenecen. En nuestro caso al sector servicios subsectores de hotelería y agencias de viaje del territorio. Los ítems abordados en la encuesta de caracterización fueron: empleados vinculados, tipo de contratación, empleados por prestación de servicios, vinculación de aprendices; aplicándose en el segundo semestre del año 2019. Se ejecutó el análisis pertinente, empleando el software estadístico con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Dentro de los resultados se observó que ambos subsectores tanto el de agencias de viajes como el de hoteles guardan cierto nivel de interdependencia, esto, gracias al comportamiento del turista quien busca garantizar su estadía en el lugar de visita; siendo la microempresa la tendencia en esta forma empresarial; lo anteriormente mencionado se evidencia en la investigación realizada por Morales et al, (2016). Lo que ratifica este resultado es que las pequeñas y medianas empresas siguen siendo las protagonistas del desarrollo económico en las diferentes regiones de Colombia. Lominchar (2020) hace referencia a los efectos negativos en la economía y la fuerza laboral afectada por el Covid 19 situación que no se puede desconocer sobre para las Pymes y microempresas.

1 El Eje Cafetero, Patrimonio Cultural de la Humanidad, es el primer Corredor Turístico de Colombia y viene acompañado de una serie de inversiones en infraestructuras y mejoras viarias y de servicios públicos. (Fuentes, 2017). Obtenido de: <https://reunir.unir.net/handle/123456789/6085>.

2. Reflexiones teóricas sobre agencia de viajes, hoteles turísticos y empleabilidad

A continuación, se presenta los resultados de la revisión documental de las categorías fundamentales de esta investigación correspondientes a las agencias de viajes, hoteles turísticos y empleabilidad.

2.1. Agencias de viajes

El turismo ha estado presente en el desarrollo de la humanidad, lo que ha permitido la aparición de diferentes actividades y nuevos servicios, convirtiéndose de esta manera en un dinamizador de la economía; lo que nos lleva a indagar sobre sus definiciones desde los diferentes puntos vista como el económico, social, ambiental, cultural. De acuerdo con Santamaría y López (2019) el turismo es uno de los sectores que más genera divisas.

En términos económicos el turismo ha generado una participación importante no solo para las diferentes regiones de Colombia donde representa el 6% del Producto Interno Bruto, en adelante PIB; sino a nivel mundial porque equivale el 9% del PIB y para Colombia en general es el 3% del PIB, así lo indica el documento estrategia de turismo para Colombia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística Colombia (2011); podemos ver las diferentes estrategias impulsadas desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para

motivar tanto el turismo recreacional como el turismo de negocios.

La World Tourism Organization [UNWTO] (2019), nos da las siguientes definiciones de turismo con el propósito de dar un marco conceptual y así ampliar la percepción del escenario turístico y su interrelación con el entorno².

Considerando el punto anterior se debe destacar que las organizaciones no operan de manera aislada, por tanto, se generan relaciones en los diferentes entornos, tal como lo menciona Milagros, (2017: 21) quien involucra el elemento económico el cual hace referencia a “elementos de orden financiero, monetario y cambiario, que desde el exterior impactan o pueden impactar la situación de las organizaciones”. Este es un elemento que influye tanto a nivel individual como gubernamental, el primero debido a que por no ser un gasto de primera necesidad el usuario se limitará para tomar este tipo de servicios y el segundo implica la estabilidad económica y fiscal del país, como por ejemplo las tasas de cambio.

En el entorno social se analizan “factores de relevancia para el funcionamiento y las relaciones entre las organizaciones turísticas, las preferencias de los turistas, las características socioculturales de la población receptora y el nivel de seguridad ciudadana” (Milagros, 2017: 22). Este tipo de análisis permite la realización de estrategias de cooperación entre quienes interactúan con los turistas o visitantes, para así ofrecer una gama de servicios que permitan su satisfacción

2 Siendo estos: turismo cultural, ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo de salud, turismo de bienestar, turismo médico, turismo de negocios, turismo gastronómico, turismo costero, marítimo y de aguas interiores, turismo gastronómico, turismo costero, marítimo y de aguas interiores, turismo urbano, turismo de montaña, turismo educativo y turismo deportivo

y preferencia de estancia.

Otro entorno mencionado por Milagros (2017: 27) en su estudio es el político, “Los tres tipos de política (económica, exterior y turística) inciden directa o indirectamente en la actividad turística, favoreciendo o limitando las actividades y relaciones de las empresas turísticas que funcionan en el destino”. Las políticas gubernamentales emitidas en torno al servicio de turismo, ejercen influencia en su desarrollo; por ejemplo, las políticas de seguridad del gobierno colombiano, donde se protege al ciudadano para que con tranquilidad pueda desplazarse a sus sitios de esparcimiento o vacacional, permitió un auge en el turismo a través de las vías terrestres, o los mismo incentivos tributarios para el sector que permiten trasladarlo a sus usuarios, por medio de la prestación de servicios de calidad y precios asequibles.

2.2. Hoteles turísticos

El servicio de hotelería está ligado al turismo, pues al considerarse un lugar atractivo para el visitante tanto interno como externo su siguiente opción es asegurar la pernoctación, para lo cual acude a las diferentes alternativas de hospedaje, las cuales van desde lujosas habitaciones hasta las que manejan conceptos ecológicos donde se privan de la tecnología, artefactos eléctricos, entre otros. Respecto a este punto Daza, Guzmán y De la Rosa (2020) consideran que el sector hotelero ha desarrollado estrategias para aumentar su productividad.

De acuerdo con el informe “Estudio sobre ocupaciones en el sector turismo, hostelería y restauración” del Servicio Público de Empleo (2016), considera dentro del servicio de alojamiento

aquellas que proporcionan hospedaje o residencia “dentro de alguna de las siguientes modalidades: hotel, apartamento turístico, alojamiento de turismo rural, albergue turístico, vivienda vacacional, campamento de turismo, núcleo, ciudad, club o villa de vacaciones” (Servicio Público de Empleo, 2016:17).

Según Álzate y Espinal (2018) en el año 2016 Colombia registró 3,3 millones de llegadas de turistas y para el año 2017 fueron 6.535.182 de turistas; reflejando de esta manera un crecimiento continuado del turismo. Las autoras elaboraron una matriz de origen-destino, donde hacen énfasis sobre los diferentes flujos o movimientos de turistas en Colombia, donde destacan el departamento del Tolima como unos de los principales destinos turísticos.

El sector de la hotelería se encuentra integrado a la cadena de valor del turismo, gracias a su infraestructura, aforo y calidad de servicio; lo cual permite que los diferentes lugares de destino sean reconocidos para desarrollar las temáticas de turismo; y aquí las pequeñas y medianas empresas participan de manera activa. Así lo evidencian Monsalve y Hernández (2015:63):

Por tanto, la gestión que se realiza para ofertar calidad en el servicio de los hoteles Pyme se convierte en uno de los elementos con mayor relevancia en el desarrollo del turismo, es decir que, al generarse calidad, sinónimo de satisfacción en los viajeros, se produce sostenibilidad de la ciudad, puesto que se da un incremento en el número de personas de origen nacional e internacional atraídas por el destino turístico.

De hecho, uno de los conceptos que predominan es el turismo sostenible, para lo cual se debe considerar la calidad como pieza clave que permita generar en los individuos la imagen de que el lugar

es atractivo, no solo por el entorno sino por la naturaleza del servicio recibido.

También es importante involucrar la Responsabilidad Social Empresarial [RSE], sobre todo cuando se habla del sector turismo pues al estar conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, la conciencia frente al tema se ve mermada. Así lo menciona Tellez (2017:118), donde indica que el 92% de los hoteles son micro y pequeñas empresas donde la visión sobre prácticas de RSE divergentes y poco estudiados.

La RSE a pesar de ser un concepto incipiente en el sector hotelero, se encuentra en una etapa donde el gobierno nacional y las diferentes asociaciones y agremiaciones de turismo están haciendo énfasis para establecer este modelo dentro de sus principios éticos, lo cual se verá reflejado no solo en el aspecto económico; sino social y ambiental.

El concepto de cultura es definido por Duis (2018: 217) como “un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, y como tal es dinámica, se transforma de manera permanente”. Partiendo de este concepto el conocimiento por otras expresiones culturales, ha motivado el desarrollo del turismo cultural, haciendo énfasis en el aprendizaje histórico, el patrimonio cultural y las expresiones culturales como por ejemplo la variedad de carnavales que se celebran en las diferentes regiones de Colombia, su música, gastronomía, entre otros.

Esta oferta se da gracias a la demanda; aunque se hace necesario que desde las mismas organizaciones y empresas se continúe impulsando este tipo de turismo enfocado a los saberes tradicionales. Duis (2018:143) concluye que “se debe trabajar en el emprendimiento cultural, el mejoramiento

continuo, la formación del sector cultural, la sensibilización del sector turístico y educativo, la generación de una base de datos de la oferta cultural y artística y el fortalecimiento de las agendas culturales”.

Según Zambrano et al, (2017: 21) la Organización Mundial de Turismo, establece que el sistema turístico está conformado por cuatro elementos: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores turísticos; los cuales contribuyen a los modelos de gestión que permiten los diferentes desarrollos turísticos.

Cuando se habla de modelos de gestión, se puede asociar a un modelo de sostenibilidad para el turismo cultural; esto permite el fortalecimiento y enriquecimiento del patrimonio cultural. En este sentido se deben conocer sus componentes, y estos nos los menciona Díaz (2018: 239) Destinos turísticos, se compone de: proceso de producción, proceso de consumo, recursos, factores técnicos; los espacios están integrados por: valor turístico, valor recreativo; los productos incluyen el conjunto de bienes y servicios para el consumo; la planificación incorpora el **núcleo del producto**, el producto tangible y el valor añadido; finalmente las relaciones se establecen entre: turistas, agentes, espacios y la movilidad.

2.3. Empleabilidad

El mercado laboral colombiano se rige por la regulación laboral emitida por el gobierno nacional para el trabajo formal, pues el trabajo informal al encontrarse por fuera de este ámbito no es cobijado por estas normas. Esto ha sido motivo de múltiples investigaciones y propuestas con el fin de generar un trabajo digno para las personas; y es

aquí donde el sector turismo cobra gran importancia. Según Contreras (2019) la característica del trabajo informal es que corresponde a actividades fuera de los registros fiscales.

Zuñiga-Collazos & Castillo-Palacio (2012:228) señalan que, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, el turismo es uno de los sectores con mayor dinamismo. La anterior afirmación nos lleva a revisar la empleabilidad en este sector, pues como se ha mencionado su desarrollo se engrana con diferentes subsectores como son el hotelaría, la gastronomía, el transporte, las agencias turísticas, entre otros; por ende, es uno de los sectores que genera mayor empleo no solo en Colombia sino a nivel mundial.

En la medida en que el turismo se torna protagónico, lo son también las competencias laborales, habilidades y destrezas que deben desarrollar quienes se vinculan a este sector; pues unos cuantos contarán con una vinculación formal pero otra gran mayoría no, por tanto, harán parte de ese empleo informal que se da a la sombra del crecimiento del sector.

Todas las actividades conexas se convierten en generadoras de empleo que buscan satisfacer las necesidades del turista, destacándose entre ellas los subsectores de alojamiento y transporte representadas mayormente por medianas, pequeñas y microempresas; según Leguizamón (2015: 181) estos dos últimos tipos de empresas “permiten los emprendimientos y brindan oportunidades laborales para las economías locales”.

La calidad del empleo se contextualiza bajo la premisa del nivel de ingresos laborales, acceso a los aportes sociales y parafiscales, a las prestaciones sociales, jornada laboral

y a la certeza de la estabilidad laboral; lo que nos lleva a cuestionar si quienes están vinculados al sector de turismo y los diferentes subsectores cuentan con este tipo de beneficios otorgados por la ley, especialmente las pequeñas y microempresas.

A modo de ejemplo se puede tomar el estudio realizado por Posso (2010: 209) donde evidencia que quienes trabajan en micro empresas tienden a generar salarios inferiores, mientras que las que cuentan con más de once trabajadores presenta una mejor remuneración laboral. Es importante destacar dentro del estudio, que la ciudad de Ibagué se destaca como una de las ciudades con mejores empleos.

Para el caso del sector turístico, se requiere mano de obra calificada, ya que su efecto se verá reflejado en la competitividad del sector. Según Castillo-Palacio, M., & Zuñiga-Collazos (2015), esta fue una arista a considerar en el Foro Económico Mundial (WEF, 2013) “El nivel educativo enfocado en turismo, es un factor preponderante, y puede tener un efecto directo sobre la competitividad turística de los países”.

3. Resultados del subsector de hoteles turísticos

Con la finalidad de hacer una comparación del impacto de la empleabilidad en el sector servicios con relación a hoteles y agencias de viajes, en la ciudad de Ibagué en el año 2019, es importante tener en cuenta los siguientes factores a modo de caracterización del sector.

Las formas jurídicas a las que pertenecen las organizaciones empresariales ubicadas en este sector

de la economía predomina en un 69,8% aquellas que proceden de la figura de la persona natural, mientras que en el extremo se encuentran con un 4,7% respectivamente las limitadas y las cooperativas, esto muestra que la tendencia de este tipo de empresas se

inclina hacia el capital privado como mayor fuente de financiación y a la venta de los servicios que ofrecen en relación al costo-benéfico por encima de cualquier otro criterio, ideológico o comercial. Ver Tabla 1.

Tabla 1
Forma jurídica a la que pertenece la empresa

Forma jurídica	Porcentaje (%)
Persona natural	69,8
Sociedades por acciones simplificadas	20,9
Limitada	4,7
Cooperativas	4,7
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Morán y Suárez (2019)

Con respecto al número de empleados a término indefinido en este tipo de empresas, es importante referir que con un 16.3 % la categoría de 10 empleados en adelante, es el porcentaje más representativo en este tipo de organizaciones, aspecto que permite deducir que este tipo de empresas ofrecen estabilidad a sus empleados en buena proporción; sin embargo el 20% asignado a la categoría ninguno, evidencia que se deben fortalecer los procesos de contratación en este subsector para lograr un mayor aporte a la empleabilidad en la ciudad, permitiendo generar nuevas formas de contratación que conduzcan en el menor tiempo posible a contratos de tiempo indefinido. Según la Organización Mundial de Turismo citada por Álzate y Espinal (2018) el turismo es responsable de 1 de cada 11 puestos laborales a nivel mundial lo que motiva el crecimiento económico de los países, ver Tabla 2.

Tabla 2
Empleados a término indefinido en las empresas

Categoría	Porcentaje
De 1 a 3	4,7
De 4 a 6	44,2
De 7 a 9	14
De 10 en adelante	16,3
Ninguno	20,9
Total	100

Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos de Morán y Suárez (2019)

La temática del manejo de aprendices, practicantes o pasantes, es una categoría donde se refleja la posibilidad que tienen las organizaciones de este subsector de emplear mano de obra en proceso de calificación o formación; de 1 a 3 con un 34,9% es el número de empleados promedio que se contratan para prestar estos servicios

complementarios al interior de la organización. Siendo más que dicente la categoría ninguna la cual arroja un

porcentaje del 46,5% con respecto al no uso de esta posibilidad laboral al interior de este tipo de organizaciones.

Tabla 3
Manejo de aprendices, practicantes o pasantes

Categoría	Porcentaje
De 1 a 3	34,9
De 4 a 6	14,0
De 7 a 9	4,7
Ninguno	46,5
Total	100,0

Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos de Morán y Suárez (2019)

Una vez caracterizado las organizaciones empresariales ubicadas en el sector hoteles turísticos proveemos datos respecto al subsector de agencias de viajes como se plantea a continuación.

4. Resultados del subsector de agencias de viajes

Con respecto a este subsector es importante tener en cuenta los siguientes datos con respecto a su caracterización general como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4
Tipología empresarial en relación a las agencias de viaje en el departamento del Tolima

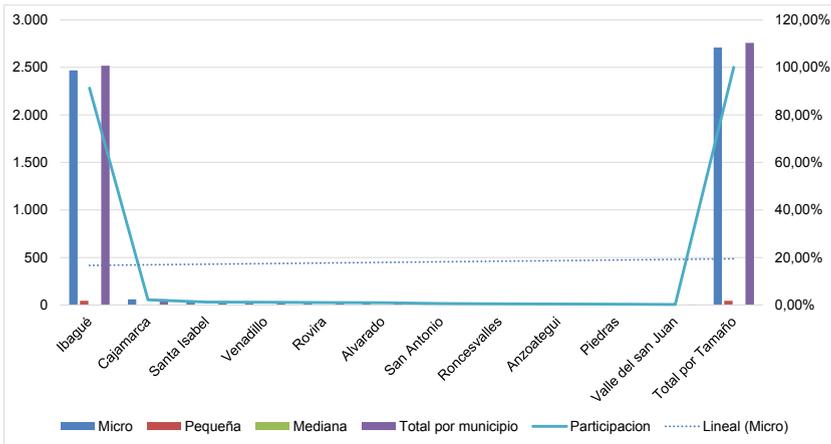
MUNICIPIO	TIPO DE EMPRESA			TOTAL POR MUNICIPIO	PARTICIPACIÓN
	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA		
IBAGUÉ	2.468	45	4	2.517	91,26%
CAJAMARCA	60	-	-	60	2,18%
SANTA ISABEL	34	-	-	34	1,23%
VENADILLO	33	-	-	33	1,20%
ROVIRA	28	-	-	28	1,02%
ALVARADO	27	-	-	7	0,98%
SAN ANTONIO	18	-	-	18	0,65%
RONCESVALLES	14	-	-	14	0,51%
ANZOATEGUI	11	-	-	11	0,40%
PIEDRAS	10	-	-	10	0,36%
VALLE DEL SAN JUAN	6	-	-	6	0,22%
TOTAL POR TAMAÑO	2.709	45	4	2.758	100,00%

Fuente: Datos tomados de Sarmiento, Cañas y Cortes (2019). Camara de comercio de ibague, perfil empresarial del sector turismo.

Con respecto a la línea de tendencia ésta muestra el comportamiento de la categoría más importante, microempresa con un 97% de participación con respecto al total de la participación empresarial con relación a todos los municipios, manteniéndose estable en el

tiempo y a través de las organizaciones que se encuentran en el departamento del Tolima. De acuerdo con Güidi (2016) es impensable el desarrollo territorial sin la participación local de la zona o área. Ver Gráfico 1.

Gráfico 1
Tipología empresarial en relación a las agencias de viaje en el departamento del Tolima



Fuente: Datos tomados de Sarmiento et al, (2019). Camara de comercio de ibague, perfil empresarial del sector turismo.

De acuerdo con Mendoza y Lengerke (2018), el turismo en Colombia representa una dinámica interesante en la generación de empleos directos e indirectos.

La comparación de la variación de los porcentajes en el tiempo, muestra que la tendencia de contratación se inclina en un porcentaje de 64,5% por emplear de 1 a 3 personas al interior de las organizaciones bajo esta modalidad de contratación. Mientras que al 23.7% le corresponde a la categoría Ninguno. Según Caldas (2019) el turismo

contribuye a la generación de empleo de quienes interactúan en este sector de la economía.

La tendencia de contratación se inclina en un porcentaje de 64,5% por emplear de 1 a 3 personas al interior de las organizaciones bajo esta modalidad de contratación. Mientras que al 23.7% le corresponde a la categoría Ninguno. Según Caldas (2019) el turismo contribuye a la generación de empleo de quienes interactúan en este sector de la economía, ver Tabla 5.

Tabla 5
Número de empleados a término fijo

Categoría	Porcentaje
De 1 a 3	64,5
De 4 a 6	11,8
Ninguno	23,7
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos tomados de Sarmiento, Cañas y Cortes (2019)

La temática del manejo de aprendices, practicantes o pasantes es una categoría que refleja la posibilidad que tienen las organizaciones de este subsector de emplear mano de obra en proceso de formación; de 1 a 3 con un 43.4 % es el número de empleados promedio que se contratan para prestar estos servicios complementarios al interior de la organización. Siendo más que diciente que la categoría ninguno cuenta con un 47,4% con respecto al no uso de esta posibilidad laboral al interior de este tipo de organizaciones, Tabla 6.

Tabla 6
Manejo de aprendices, practicantes o pasantes

Categoría	Porcentaje
De 1 a 3	43,4
De 4 a 6	9,2
Ninguno	47,4
Total	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos tomados de Sarmiento, Cañas y Cortes (2019)

Con respecto a los empleados a término fijo en los hoteles y las agencias de turismo, la tendencia en los primeros es la de contratar de 4 a 6 empleados (44,2%), mientras que en las agencias de viaje el ejercicio de la contratación tiene que ver con la categoría de 1 a 3, correspondiente al 89,5% de los empleados de este tipo de empresas, Tabla 7.

Tabla 7
Comparación de resultados subsector agencias de viajes- subsector hotelería. Empleados a término fijo

Variables Categorías	Porcentaje Hoteles	Porcentaje Agencias
De 1 A 3	4,7	89,5
De 4 A 6	44,2	6,6
De 7 A 9	14	1,3
Ninguno	20,9	2,6

Fuente: elaboración propia

En este sentido es fundamental mayores esfuerzos para organizar ambos subsectores con relación a proyectos comunes que vayan más allá de la simple contratación de servicios que beneficien a ambos subsectores, el reforzar este aspecto con procesos, procedimientos y planes estratégicos permiten un incremento en la contratación y asegura mayor beneficio para la población que vive de forma directa o indirecta del turismo.

Con respecto al manejo de aprendices, practicantes o pasantes al interior de este tipo de organizaciones, es de destacar el esfuerzo de ambos tipos de organizaciones por contratar

bajo esta modalidad; aunque en las agencias de viaje ocurre un mayor índice de contratación con un 43,4%, aspecto que le permite destacar por encima del sector hotelero, siendo que la tendencia porcentual es similar, se debería incentivar a mayor escala este tipo de contratación para permitir la renovación generacional y un incremento significativo en el sector, además al contar con mano de obra calificada o en proceso de calificación mejorarán los índices de competitividad; esta propuesta debería ir de la mano con las políticas de los planes de desarrollo y con los programas que posean las alcaldías y la gobernación del departamento.

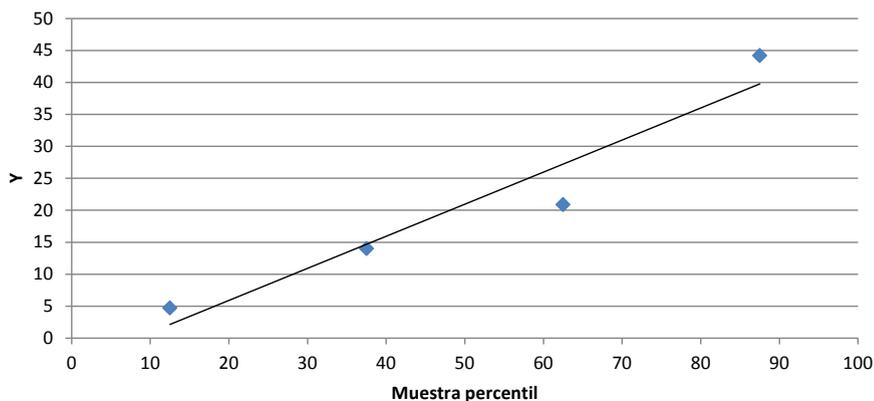
Tabla 8
Análisis de correlación

<i>Estadísticas de la regresión</i>					
Coeficiente de correlación múltiple	0,60147668				
Coeficiente de determinación R ²	0,361774197				
R ² ajustado	0,042661295				
Error típico	1,497907966				
Observaciones	4				
ANÁLISIS DE VARIANZA					
	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	308,5680655	308,5680655	1,13368715	0,39852332
Residuos	2	544,3619345	272,1809672		
Total	3	852,93			

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10

Relación entre la empleabilidad en hoteles y la empleabilidad en las agencias de viajes



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos.

El gráfico de probabilidad normal (ver Tabla 8) muestra que la relación es positiva entre la variable empleabilidad en hoteles y la variable empleabilidad en las agencias de viajes, que siguen un patrón de distribución normal. La fuerza de la relación entre las variables sigue siendo positiva, por tanto, se acepta la hipótesis.

h1= existe una correspondencia constante entre los hoteles turísticos y las agencias de viaje, en relación al aporte de ambas para mejorar empleabilidad.

Ambos subsectores, de agencias de viaje y hoteles guardan cierto nivel de interdependencia y relación constante con el hecho de que el turista cuenta con los recursos económicos para solicitar los servicios de las agencias de viajes y asegurar su llegada al sitio turístico, como el que deba hospedarse en un hotel, hostel, apartamento, entre otros. Estos aspectos pueden apreciarse en

la tabla 1 que corresponde al análisis general de la muestra y la tabla 3 sobre forma jurídica la cual determina el tipo jurídico a la que pertenece la empresa, donde la microempresa es la tendencia en esta forma de organización las cuales son administradas por personas de carácter natural. Este resultado permite referir que son organizaciones en desarrollo que requieren de un trabajo de coordinación a partir de estrategias de asociatividad centradas en proyectos comunes que fortalezcan el sector de servicios en esta área.

5. Conclusiones

La investigación permitió explorar el impacto de la empleabilidad en el sector de servicios, específicamente en los subsectores de hotelería y agencias de viajes desde la competitividad. Se pudo evidenciar que, a pesar de

pertenecer a la categoría de micro y pequeñas empresas, son dinamizadoras de las economías de los municipios donde prestan sus servicios, lo que se ve reflejado en el progreso de la ciudad y su infraestructura.

Con respecto a la empleabilidad, los subsectores de hotelería y agencias de viaje fueron identificadas como fuentes generadoras de empleos, tanto directos como indirectos. Cuando se habla de este tipo de empleos, hace referencia a los trabajadores que son vinculados a través de los diferentes contratos laborales dispuestos por la legislación colombiana, lo que se traduce en un bienestar para el trabajador y su entorno familiar; y para la empresa en seguridad y beneficios tributarios.

La competitividad es el elemento clave para el desarrollo de la planeación estratégica de las empresas, se convierte en la capacidad para obtener la ventaja competitiva frente a empresas del mismo sector, la cual se traduce en la generación de rentabilidad y posicionamiento en el mercado; por tanto, hace parte del eje estructural de las empresas, lo cual conlleva a su crecimiento.

Referencias bibliográficas

Alzate, M., & Espinal, N. (2018). Estudio de las características del turismo doméstico en Colombia a partir de la matriz Origen-Destino. *Ensayos de Economía* 28(52), 151-164. <https://doi.org/10.15446/ede.v28n52.72512>

Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de negocios*, 6(13), 66-73. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000117>

Caldas Moreno, J. A. (2019). Análisis de la competitividad de Colombia en el

sector turístico en el periodo 2011-2018. [Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América].

Castillo-Palacio, M., & Zuñiga-Collazos, A. (2015). Perspectivas de la formación profesional en Colombia enfocada en el sector turístico. *Revista De Investigaciones Universidad Del Quindío*, 27(1), 98-108. <https://doi.org/10.33975/riuq.vol27n1.45>

Contreras, T. (2019). Empleo informal. Evolución teórica y criterios para su estimación derivados de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). *Lebret*, (11), 11-35. doi:<https://doi.org/10.15332/rl.v0i11.2410>

Aguilar, A., Muñoz, A. P., & Ortiz, J. S. A. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural. *Noésis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47), 19-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5101979>

Daza, A., g, Guzmán, A., & De la Rosa, E. (2020). Creación de Valor Compartido en el sector hotelero de Santa Marta, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(4), 247-261. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35189/37227>

Díaz, D. (2018). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible: una apuesta para Manizales, Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, (4-2), 237-248. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640380>

Duis, U. (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. *Turismo y Sociedad*, XXII, 125-149. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.07>

- Fuentes, V. (2017). Alojamiento turístico en el Eje Cafetero de Colombia. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/6085>
- Güdi, G. (2016). Desarrollo local y turismo: Ejes de articulación entre ambos conceptos. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 3(6), 6-21. <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/10/RSOC017-001-G%C3%BCidi-G.-2016.-Desarrollo-local-y-turismo.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Leguizamón, M. (2015). Empleo formal e informal en el sector turístico en Colombia. *Turismo y Sociedad*, XVIII, 179-189. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2837874
- Lominchar, J. (2020). Visión del cambio Covid-19: impacto en la fuerza de trabajo y profesionales autónomos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(4), 12-31. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/35213/37275>
- López, A. (2009). Sistema integrado de gestión para empresas turísticas. *Estudios Gerenciales*, 25(112), 131-150. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v25n112/v25n112a07.pdf>
- Mendoza, J. M., & Lengerke, O. (2018). Posibilidades competitivas para la industria del turismo en Colombia: Un estudio exploratorio. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 114-121.
- Milagros, M. (2017). Entorno y relaciones entre empresas turísticas del municipio de Carirubana, Península de Paraguaná. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, (38), 17-32. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78253678002.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Fondo de Promoción Turística Colombia (2011). Estrategia de turismo para Colombia. https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO ESTRATEGIA TURISMO PARTE_A.PDF
- Monsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*, (78), 160-173. <https://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602015000100011&script=sciarttext&lng=en>
- Moran, K., & Suárez, D. (2019). Impacto del subsector hotelero en el sector turístico de la ciudad de Ibagué. Repositorio de la Universidad Cooperativa de Colombia. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/16182>
- Morales-Rubiano, M. E., Ortiz-Riaga, C., Duque-Orozco, Y. V., & Plata-Pacheco, P. A. (2017). Fuentes de conocimiento e imágenes de la innovación en micro y pequeñas empresas de turismo: agencias de viajes y hoteles en Bogotá y Pereira. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 7(2), 217-230. <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v7n2/2389-9417-ridi-7-02-217.pdf>
- Posso, C. M. (2010). Calidad del empleo y segmentación laboral: un análisis para el mercado laboral colombiano 2001-2006. *Desarrollo y Sociedad Primer Semestre*, 191-234. <http://www.scielo.org.co/pdf/dys/n65/n65a07.pdf>
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista*

- Venezolana de Gerencia, 24(86), 17-434. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23771/24232>
- Sarmiento, D., Yuly , C., & Cortés, C. (2019). *El papel de las agencias de viajes en Ibagué y su importancia para el turismo*. Ibagué: Repositorio de la Universidad Coeoprativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/16139>
- Servicio Público de Empleo. (2016). *Estudio sobre ocupaciones en el sector turismo, hostelería y restauración en el Principado de Asturias*. Asturias. <https://bit.ly/3nIFWDh>
- Suárez, B. (2016). Empleabilidad: análisis del concepto. *Revista de Investigación en Educación*, 14(1), 67-84. <https://bit.ly/3bnpDG4>
- Tellez, C. (2017). Responsabilidad social empresarial turística en la micro, pequeña y mediana empresa de Colombia. El caso del Hotel La Mansión. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 117-128. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n1/0718-235X-riat-13-01-00117.pdf>
- World Tourism Organization- UNWTO (2019). UNWTO Tourism Definitions. Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Zambrano, C., García , L., Rodríguez, C., Lombana, O., & Menchero, M. (2017). *Cinco Miradas al Turismo Cultural*. Ediciones EAN. <https://bit.ly/3bkqbwz>
- Zúñiga Collazos, A. y Castillo Palacio, M. (2012). Caracterización de la formación en turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 13, 227–249. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3400>