

---

Diseño de una Estrategia para la Formalización de los Prestadores de Servicios Turísticos con  
Enfoque en calidad en el Municipio de san José del Guaviare

María Consuelo Ávila Amortegui

Lady Jhineth Córdoba Zoto

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Modalidad a Distancia y Virtualidad  
Villavicencio  
2019

---

Diseño de una Estrategia para la Formalización de los Prestadores de Servicios Turísticos con  
Enfoque en calidad en el Municipio de san José del Guaviare

María Consuelo Ávila Amortegui

Lady Jhineth Córdoba Zoto

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de  
Empresas

Director

Yolanda Patricia Cardona Arce

Magister en dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Modalidad a Distancia y Virtualidad  
Villavicencio

2019

**Nota de Aceptación**

4,45 (Cuatro cuarenta y  
cinco)

Alonda Cardona A.  
Director

[Signature]  
Evaluador 1

[Signature]  
Evaluador 2

Villavicencio, Meta, 21 de octubre del 2019

## Tabla de Contenido

Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
1. Título.....	12
2. Problema de Investigación.....	13
2.1 Planteamiento del Problema.....	13
2.2 Formulación del Problema.....	14
3. Justificación.....	14
4. Objetivos.....	16
4.1 Objetivo General.....	16
4.2 Objetivos Específicos.....	16
5. Marco de Referencia.....	17
5.1 Antecedentes.....	17
5.1.1 Formalización de las Empresas Prestadoras de Servicio Turístico a Nivel Mundial.....	17
5.1.2 Formalización de las Empresas Prestadoras de Servicio Turístico a Nivel Nacional.....	18
5.2 Marco Teórico.....	20
5.2.2 Formalización de las Empresas.....	20
5.2.3 Estrategias de Formalización de las Empresas.....	21
5.2.4 Servicios Turísticos.....	23
5.2.5 La calidad en el Turismo.....	25
5.3 Marco Conceptual.....	26
5.4 Marco Geográfico.....	28
5.5 Marco legal.....	29
6 Metodología.....	32
6.1 Diseño Metodológico.....	32
6.2 Enfoque de Investigación.....	32
6.3 Tipo de Investigación.....	32
6.4 Variables.....	33

---

6.5	Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información .....	33
6.5.2	Fuentes Primarias.....	33
6.5.3	Fuentes Secundaria. ....	33
6.6	Población.....	34
6.7	Muestra .....	34
6.8	Instrumentos de Recolección de Datos .....	34
6.9	Técnicas y análisis de resultados .....	35
6.9.1	Análisis de resultados.....	35
7	La Estrategia .....	56
	Cronograma.....	77
	Conclusiones .....	78
	Recomendaciones .....	81
	Referencias Bibliográficas .....	82
	Apéndice .....	84

### Lista de Figuras

Figura 1. Mapa geográfico del departamento del Guaviare.....	28
Figura 2. ¿En breves palabras describa cómo ofrece usted el servicio turístico en este sitio? .....	36
Figura 3. ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable? .....	37
Figura 4. ¿Su Cámara de Comercio y Rut corresponden a la prestación de servicios turísticos? .....	38
Figura 5. ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos? .....	39
Figura 6. ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región? .....	40
Figura 7. ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de San José del Guaviare? .....	41
Figura 8. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el registro Nacional de Turismo (RNT)? .....	42
Figura 9. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial? .....	42

---

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. Aspectos de la formalidad e informalidad. ....	47
Tabla 2. Beneficios sobre el pago de impuestos de renta, matrícula mercantil y aportes a parafiscales.....	50
Tabla 3. Cuadro comparativo beneficios y riesgos de la formalidad e informalidad. ....	54

---

### **Lista de Apéndices**

Apéndice B. Instrumento de recolección de datos.....	84
Apéndice C. Encuestas aplicadas.....	87
Apéndice D. Formularios de diligenciamiento más importantes a la hora de legalizar la empresa prestadora de servicios turísticos. ....	93
Apéndice E. Registro fotográfico .....	100



## Resumen

Este proyecto está fundamentado en la línea de investigación descriptiva desde el enfoque mixto de investigación, y se ha definido como instrumento de recolección y análisis de información la encuesta semiestructurada. A partir de los resultados obtenidos se establece la necesidad de concientizar a los prestadores de servicio turístico de la necesidad de formalizar sus empresas, dada la poca motivación y el desconocimiento, se plantea como objetivo: Diseñar una estrategia para la formalización de los prestadores de servicios turísticos con enfoque de calidad en el municipio de San José del Guaviare. Se describe la estrategia metodológica que permite involucrar al prestador de servicio turístico en un contexto real del sector a nivel nacional, de la legislación vigente, de los riesgos de no estar debidamente legalizado, las ventajas de llevar a cabo estos procesos, bajo el acompañamiento y asesoría de personal idóneo, en función de establecer bajo un enfoque de calidad un servicio pertinente a las exigencias de propios, nacionales y turistas extranjeros, que repercutirá en mejorar la calidad de vida de los pobladores del municipio de San José del Guaviare.

*Palabras clave:* enfoque de calidad, formalización, prestador de servicios turísticos

### **Abstract**

This project is based on the descriptive research line from the mixed research approach, and the semi-structured survey has been defined as an information collection and analysis tool. Based on the selected results, the need to make tourism service providers aware of the need to formalize their businesses is established, given the lack of motivation and ignorance, the objective is to: Design a strategy for the formalization of service providers tourist with quality approach in the municipality of San José del Guaviare. The methodological strategy that allows the tourism service provider to be involved in a real context of the sector at national level, of the current legislation, of the risks of not being legalized, the advantages of carrying out these processes, under the accompaniment and advice is described of suitable personnel, in order to establish under a quality approach a service relevant to the demands of their own, nationals and foreign tourists, which will have an impact on improving the quality of life of the inhabitants of the municipality of San José del Guaviare.

*Keywords:* quality approach, formalization, tourism service provider

## **Introducción**

La formalización empresarial en la actualidad es un inconveniente tanto para el sector comercial como para el sector tributario, puesto no se viene realizando de manera adecuada. En el municipio de San José del Guaviare es apenas reciente el esfuerzo de que todos los establecimientos comerciales que no cuentan con cámara de comercio, ni con el registro único tributario, y mucho menos con una contabilidad, se incluyan en los registros de la formalización, ya que esto beneficia enormemente a la región por cuanto permitirá tener el control sobre cuántas empresas en realidad existen en el municipio, a qué actividad económica se dedican, cuanto es el flujo monetario en el municipio principalmente en lo referente al sector turístico.

En este documento que ha sido el resultado de la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridas durante el proceso de formación profesional en Administración de Empresas, bajo la investigación del trabajo de grado por parte de las autoras, se sustrae información directa de los prestadores de servicios turísticos al aplicarse una entrevista semi estructurada para identificar necesidades expresadas en términos de capacitación y acompañamiento, dando como resultado una estrategia diseñada como un documento orientador en donde se enuncian los beneficios, los aspectos legales, económicos y sociales que influyen en la formalización empresarial en la prestación de servicios turísticos en la región.

Este proyecto busca fomentar otra visión frente a la formalización empresarial, tratando de cambiar esa percepción de que la formalidad es igual a gastos, y el lector, propietario, prestador de servicios turísticos e incluso el mismo turista, pueda iniciar a comprender que la formalidad empresarial representa crecimiento y estabilidad.

## **1. Título**

Uno de los ejes más importantes que mueven la economía regional, nacional y a nivel mundial, es el turismo, el grupo de trabajo para esta investigación con el mecanismo de la lluvia de ideas y en el acuerdo por este tema de estudio se resalta el proyecto: “Diseño de una estrategia para la formalización de los prestadores de servicios turísticos con enfoque en calidad en el municipio de San José del Guaviare.”

## 2. Problema de Investigación

A continuación se expone el abordaje de una necesidad sentida y fundamental en el seno de la naciente y creciente economía del Guaviare, desde el contexto del turismo.

### 2.1 Planteamiento del Problema

Revisando un poco lo documentado referente al tema del turismo, a nivel nacional se encuentran grandes avances que no es posible obviar para determinarlo como tema de investigación, hasta hace solo unos años, visitar Colombia era muy difícil tanto así, muchos turistas, sobre todo los extranjeros solo tenían referencias de la violencia y el conflicto armado. La situación está cambiando, gracias al mejoramiento del orden público, a las acciones en materia de relaciones internacionales, al fortalecimiento de la conectividad aérea, y al esfuerzo de los diferentes sectores del país para potencializar una buena imagen. Revista Semana. (2017).

Esto lo demuestra el aumento de visitantes extranjeros llegando al país en los últimos años. Como lo indica la revista semana; mientras en 2007 arribaron 2,5 millones de turistas, en el 2016 subió a 5,1 millones; Con casi la mitad de ellos llegando por vía aérea, cerca de 300.000 en cruceros y el resto por zona de frontera. Los países de procedencia están principalmente de Estados Unidos, con 500.000 visitantes en 2016, luego Venezuela, Brasil, Ecuador, México, Perú y Argentina. Revista Semana. (2017).

Se hace necesario aprovechar el potencial que tiene el sector turístico, ya que este renglón de la economía, mueve miles de millones de dólares a nivel mundial. Según la Organización mundial del turismo, OMT, el turismo responde por el 10 por ciento del PIB global y en Colombia es casi el 20%. Entorno Turístico. (2018).

“Colombia tiene una oportunidad de oro en el posconflicto”, lo afirma la ministra de Comercio Industria y Turismo, María Claudia Lacouture, al describir una estrategia propuesta desde el gobierno basada en tres ejes: reactivar y fortalecer los doce corredores turísticos,

generar unas políticas claras para formalizar el sector y desarrollar un enfoque de turismo sostenible en parques naturales. Revista Semana. (2017).

El tema turístico en Colombia apenas es naciente, por tanto, se hace necesario fortalecer el bilingüismo, mejorar la infraestructura en las zonas rurales y en los municipios, generar políticas en turismo rural y ecoturismo, parte importante para extender la legalidad de manera amigable institucionalmente, con el medioambiente y las comunidades.

Este tema de legalidad, requiere grandes esfuerzos, el mismo gobierno dice estar haciendo gestiones, al continuar superando las metas del año anterior que pasaron de 14.000 negocios a cerca de 25.000 empresas que giran en torno a la prestación del servicio turístico. Desde el Ministerio de Cultura Industria y Turismo (Mincit), se reforzaran las campañas de formalización para verificar que los establecimientos prestadores de este servicio estén en el Registro Nacional de Turismo. Mincit. (2018).

## **2.2 Formulación del Problema**

En el municipio de San José del Guaviare, entre otras dificultades al tratarse de una industria en proceso de consolidación, la situación de no legalidad es la más preocupante lo que presupone abordar esta necesidad desde la perspectiva de investigación para responder al siguiente cuestionamiento: ¿Qué estrategia permitirá la formalización de los prestadores de servicios turísticos con enfoque en calidad en el municipio de San José del Guaviare??

## **3. Justificación**

El desarrollo del turismo como un sector de alta calidad es una tarea exigente, se necesita grandes esfuerzos de todas las personas involucradas. No es suficiente tener los terrenos adecuados o lugares con una belleza en paisaje, si no se tienen servicios de buena calidad, que den mayor seguridad para la permanencia del turista.

El gobierno Nacional a través de sus dependencias como la Dian y la cámara de comercio en cada ciudad o municipio, ha puesto en funcionamiento acciones tendientes para lograr una mayor formalización de los prestadores del servicio de turismo, y su vinculación a corporaciones cuyo objeto social es el turismo, buscan reducir los trámites administrativos y de registro mercantil, esto abre las puertas a beneficios comunes como es el caso de los programas y la financiación de proyectos que ofrece el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), con el Registro Nacional de Turismo (RNT).

Una estrategia eficaz que permita la formalización de quienes son prestadores del servicio de turismo, sería, una alternativa de solución a la problemática actual, por ello este estudio investigativo de tipo descriptivo bajo el enfoque cualitativo, pretende indagar las razones por las cuales persiste la informalidad, de allí, diseñar un plan de orientación hacia esta población buscando que con el conocimiento acertado inicien su proceso de legalización ante los entes gubernamentales. Con este propósito, como administradores de empresas contamos con las herramientas conceptuales y las competencias para llegar al cumplimiento de esta meta.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General.**

Diseñar una estrategia para la formalización de los propietarios prestadores de servicios turísticos, con enfoque en calidad en el municipio de San José del Guaviare.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Diagnosticar los propietarios prestadores de servicio turístico que están bajo la informalidad en el municipio de San José del Guaviare.
- ✓ Describir el impacto de la formalización en los propietarios prestadores de servicios turísticos informales del municipio de Guaviare.
- ✓ Proponer las estrategias bajo el enfoque en calidad dirigida a los propietarios prestadores de servicio turístico en el municipio de San José del Guaviare.



## 5. Marco de Referencia

### 5.1 Antecedentes

#### 5.1.1 Formalización de las Empresas Prestadoras de Servicio Turístico a Nivel Mundial.

El gobierno de Chile en cabeza del director regional del Sernatur, Fernando Ortúzar A través de la implementación de estrategias para para apoyar la regularización y formalización de las y los prestadores de servicios turísticos, entrega en las municipalidades, asociaciones y empresarios turísticos, el Manual para la Formalización de Empresas Turísticas.

Ortúzar explica que el registro de prestadores de servicios turísticos no tiene costo y será obligatorio para los servicios de alojamiento y turismo de aventura a partir del 24 de junio de este año, por lo que “este manual es una herramienta muy didáctica para cumplir con la Ley de Turismo 20.423, que establece la inscripción de servicios o establecimientos turísticos, con su clasificación y determinación de categoría en el Registro Nacional de Clasificación, del Servicio Nacional de Turismo” (Ortúzar, 2013).

“Este registro reviste gran importancia para la industria turística, ya que permitirá ordenar de acuerdo a tipo y clase las prestaciones de servicios turísticos y otorgar estándares de seguridad, establecidos en la normativa vigente”, agregó el director regional del Sernatur, quien manifestó que Chile está pasando por un gran momento económico, los compatriotas están haciendo más turismo dentro del país y cada vez tenemos más visitantes de todo el mundo, por lo que la formalización es un aspecto indispensable para que esta industria crezca a estándares de primer nivel.

Entre los beneficios para los consumidores es clave la transparencia y formalización de la información turística y en lo concerniente a la industria, constituye una oportunidad para ordenar y formalizar las prestaciones de servicios y participar de las acciones de promoción y difusión que Sernatur realiza a través de las oficinas de informaciones, sitios web oficiales, folletería y

ferias. “Para contar con una oferta formal que integre el Registro Nacional de Prestadores de Servicios, es necesario contar con el compromiso y colaboración de los Municipios de nuestra Región, a través de sus diferentes departamentos, para aportar en forma óptima a desarrollar y profesionalizar el sector turístico” (Ortúzar, 2013).

En Uruguay, Las incubadoras da Vinci, Gepian e Idear, junto a NEXO – Centro de Desarrollo Emprendedor están impulsando el emprendedurismo a través de diferentes actividades, con el auspicio del Banco Santander y la Red de apoyo a Futuros Empresarios. Dentro de las actividades previstas, en cuanto a capacitación a emprendedores se desarrolla talleres denominados “Cómo formalizar a mi empresa de Turismo”, importante instancia para dotar a la nueva empresa de las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y para el funcionamiento en una actividad económica determinada.

La importancia de esta capacitación está dada porque se quiere acompañar a los futuros empresarios por el camino de la legalidad, la ética y la libre competencia, la responsabilidad social y la preservación del medio ambiente. Formalizar la empresa es importante para mejorar su sostenibilidad en el tiempo y la competitividad empresarial, creando un entorno apto y favorable para la inversión productiva, la dignificación de las condiciones laborales y la creación de la riqueza. Formalizar la empresa es también hacerla más transparente, es respetar el estado de derecho, operando dentro de un marco regulado y rindiendo cuentas de lo actuado. Se presenta además, el Servicio y el Registro Único de Proveedores, así como la información que se tiene a través de su página. Universidad Católica de Uruguay (2015).

### **5.1.2 Formalización de las Empresas Prestadoras de Servicio Turístico a Nivel Nacional.**

Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincit), esta cifra corresponde al 86% del total de prestadores (27.206) que se encontraban activos en el RNT a 31 de diciembre del 2017 en el país, de los cuales el 94,8% son pequeñas empresas, el 4,7%

medianas y el 0,4% grandes empresas, según el número de empleados. Cámara de comercio de Bogotá. (2018).

Para el Mincit, “La formalización es la mejor carta de presentación ante los viajeros. Por eso, un turismo competitivo se consolida con servicios con altos estándares de calidad y seguridad”. Por incumplir con este requisito, el Ministerio de Comercio, procedió con la suspensión automática de 4.384 prestadores y solicitó a las alcaldías distritales y municipales el cierre de los establecimientos involucrados. Según el Mincit, una vez el prestador de servicios turísticos reactive su inscripción en el RNT, previo pago de una sanción por cuantía de un salario mínimo legal mensual vigente al Fondo Nacional de Turismo (Artículo 33, Ley 1558 de 2012), se levantará la suspensión y el establecimiento podrá operar de nuevo.

Hay que decir que los 10 departamentos con el mayor número de prestadores de servicios turísticos inscritos en el RNT son: Cundinamarca -incluyendo a Bogotá- (17,5%), Antioquia (12,4%), Bolívar (8,3%), Magdalena (7,8%), Valle del Cauca (5,6%), (Santander (5,0%), San Andrés y Providencia (4,1%), Meta (3,5%), Risaralda (2,7%) y Atlántico (1,6%) (Camara de comercio de Bogotá, 2018).

La Iniciativa Clúster de Turismo de Negocios y Eventos de Bogotá -Región viene adelantando en su mesa de fortalecimiento empresarial una estrategia que permita a los empresarios del sector turismo de Bogotá - Región formalizarse para contribuir a la competitividad del sector. Para ello, se viene trabajando en la caracterización de una zona piloto de estudio, en el denominado "entorno de Corferias" que permitirá establecer el núcleo empresarial de la zona y su dinámica y/o comportamiento frente a las oportunidades de negocio derivadas de la actividad ferial y de congresos que lideran Corferias y Ágora como espacios de exposiciones y congresos respectivamente. Este esfuerzo de la Iniciativa Clúster está encaminado a identificar la oferta de servicios propios de la actividad turística (hospedaje, agencias de viajes, transporte turístico, entre otros) y empresas que ofertan productos y/o servicios conexos, que poco a poco se han venido generando gracias a la realización de ferias, exposiciones, congresos y eventos en la zona. Una vez finalizada esta etapa de identificación, se pretende conocer las

necesidades empresariales, así como los requerimientos de formación y fortalecimiento del talento humano en estos sectores productivos. Así mismo, Corferias y Ágora, como organizadores y operadores de congresos y eventos, pondrán en marcha la identificación de necesidades de talento humano al interior de sus empresas, lo que permitirá en mediano plazo, articularse con instituciones públicas y privadas para promover empleo de calidad en el sector turístico de la zona. Cámara de comercio de Bogotá. (2018).

## **5.2 Marco Teórico**

### **5.2.2 Formalización de las Empresas.**

Según la OIT (2017), la formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal.

Presenta diversas dimensiones:

- ✓ Registro y concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales;
- ✓ Acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados;
- ✓ Cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

La formalización es un proceso gradual. Un empresario podrá, por ejemplo, contar con una licencia municipal de funcionamiento para llevar a cabo sus actividades desde su ubicación sin haberse registrado en la agencia tributaria, la oficina de empleo y la seguridad social.

El objetivo último de las iniciativas de formalización empresarial es crear más y mejores empleos, reducir la pobreza y abordar la marginalización de quienes son especialmente vulnerables a los déficits más graves en materia de trabajo decente en la economía informal, incluyendo, aunque no únicamente, a las mujeres, los jóvenes, los migrantes, las personas mayores, los pueblos indígenas y tribales, las personas con discapacidad entre otras.

Para los gobiernos y la sociedad, la formalización de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas guarda una estrecha correlación con un entorno empresarial propicio, el crecimiento económico y la mejora de las condiciones de trabajo. También permite incrementar los ingresos fiscales que, a su vez, son necesarios para proporcionar bienes y servicios públicos. Las empresas formales se benefician de los procesos de formalización, porque con ellos se reduce la competencia desleal que representan las empresas informales. OIT. (2017). Las empresas formalizadas tienen acceso a financiación, servicios y tecnologías de desarrollo empresarial, y se exponen en menor medida a sanciones gubernamentales. También pueden participar en licitaciones públicas o actuar en calidad de proveedoras o minoristas de empresas más grandes.

### **5.2.3 Estrategias de Formalización de las Empresas.**

En un reporte de prensa de Javier Orellana, describe lo que para la OIT es de carácter fundamental en la para formalizar los negocios, según este reporte es importante que la empresas sean fiscalizadas por el Estado y sus trabajadores tengan prestaciones laborales, el país tiene que reducir los costos de los trámites, además, incrementar la capacidad de las micro y pequeñas empresas para que puedan realizar el proceso. Esto explicó el experto en economía laboral de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), (Orellana, 2017).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha venido realizando programas y acciones de acompañamiento a empresas de los diferentes sectores para que incrementen sus niveles de formalidad y productividad. Mincit. (2017).

A través de los diferentes programas se busca que las empresas puedan acceder a instrumentos del sistema financiero, y obtener líneas de crédito blando y recursos no reembolsables de fondos de cofinanciación, facilitar su ingreso a mercados nacionales e internacionales, participar en los procesos de selección de compras públicas, Recibir descuentos en la matrícula mercantil, en el impuesto a la renta, y los aportes parafiscales. Así como la participación en programas gubernamentales de desarrollo empresarial, entre otros.

### **Encadenamientos Productivos Formales.**

Programa mediante el cual se busca profundizar la cultura de la formalidad, elevando los niveles de productividad de las empresas intervenidas.

Un encadenamiento productivo formal se presenta cuando las empresas de los diferentes eslabones de una cadena, cumplen con la ley y con los requisitos necesarios para su operación e incentivan a que sus proveedoras se organicen dentro de este mismo marco de cumplimiento de requisitos de operación. En este sentido, el programa incluye capacitación y acompañamiento a cada Mipyme proveedora beneficiada para profundizar la cultura de la formalidad y crear competencias para que sus negocios sean sostenibles y se mejore la competitividad de la cadena. Cabe señalar que el Programa está basado en la metodología Lean Manufacturing.

Dentro de los principales resultados de este programa se destaca su avance en materia de formalización, la implementación de sistemas de contabilidad por parte de las Mipymes participantes, el incremento de su productividad, la disminución en tiempo de entrega de pedidos y el incremento en ventas promedio mensuales.

Este programa para próximas vigencias será desarrollado con el foco regional y de las cadenas de valor en los sectores priorizados por las regiones en el marco de la Política de Desarrollo Productivo del Gobierno Nacional.

### **Jornadas sobre los beneficios de la formalización.**

Las jornadas de Formalización Empresarial y de producto, se realizan con el propósito de sensibilizar a los empresarios y comerciantes informales de una zona o sector específico, sobre la importancia y los beneficios de formalizar las empresas. Algunos de estos talleres se han realizado con el apoyo de otras dependencias del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de entidades como: Bancóldex, Innpulsa, SENA, Artesanías de Colombia, Organizaciones Solidarias y SIC.

### **Ventanilla Única Empresarial.**

La Ventanilla Única Empresarial será una plataforma tecnológica que centralizará todos los trámites mercantiles, tributarios y de seguridad social relacionados con la creación de empresa (Inscripción de la empresa en el Registro Único Empresarial y Social RUES, Cajas de Compensación, en Administradoras de Riesgos Laborales, en Fondos de Pensiones y Cesantías, y en entidades de salud.) reduciendo a 5 el número de trámites necesarios para crear en empresa en Colombia (actualmente son 8) y a 5 días el tiempo para ello (hoy toma 11 días).

La VUE, facilitará la creación de empresa, la inversión extranjera y mejorará la calificación del país en el Doing Business en el indicador de apertura de empresa.

### **Comité Mixto de Formalización.**

El Ministerio de Comercio hace parte del Comité Mixto de Formalización, que tiene por objeto de estudiar las estrategias y acciones para promover la formalización empresarial y laboral en el país. Esta instancia es liderada por la Alta Consejería Presidencial para la Competitividad en el marco del Sistema Nacional de la Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Los objetivos específicos del Comité Mixto de Formalización: Realizar y evaluar propuestas y proyectos que promuevan la formalización. Garantizar la coordinación interinstitucional y de concertación con los sectores público y privado para promover la formalización en todos los sectores económicos. Identificar los principales obstáculos relacionado con la formalización y efectuar recomendaciones para superarlos. Llevar las recomendaciones al Gobierno Nacional, a través de la comisión Nacional de Competitividad. Mincit. (2018).

#### **5.2.4 Servicios Turísticos.**

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo

(la actividad que desarrolla un individuo cuando, con fines de ocio, descanso u otro, se traslada a un lugar distinto al que se encuentra habitualmente y pernocta allí) (Gardey, 2016).

Los servicios turísticos, de este modo, son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo. El concepto abarca diferentes cuestiones que están vinculadas a las actividades que desarrollan los turistas. El primer contacto que solemos tener con los servicios turísticos ocurre cuando nos dirigimos a una agencia de viajes. Estas empresas privadas sirven precisamente para conectar a sus clientes con una amplia gama de productos y servicios relacionados con el turismo.

Las agencias de viajes tienen contactos y arreglos con diferentes compañías, lo cual les permite crear diferentes promociones que vuelvan más amena la primera etapa de las vacaciones a sus clientes. Por ejemplo, es fácil decidirse a conocer Japón, pero todo se complica cuando nos vemos obligados a encontrar vuelos a buen precio, hoteles accesibles y seguros en un país extranjero cuyo idioma desconocemos, actividades para realizar durante nuestra estadía y servicios de transporte que nos aseguren no quedarnos a pasar la primera noche en el aeropuerto (Gardey, 2016).

Es entonces que la agencia de viajes puede cambiar completamente nuestra experiencia, ya que nos evita las arduas búsquedas que muchas veces nos traen más confusión que información. Esto no significa, claro está, que la comodidad no acarree un incremento en el precio de los productos y servicios; de hecho, no es raro que exista un margen mayor del que pagaríamos si consiguiéramos y contratáramos todo por separado, pero el tiempo y los dolores de cabeza que nos ahorramos lo justifican.

El transporte y el alojamiento son dos de los tipos fundamentales de servicios turísticos. Es habitual que los turistas deban adquirir pasajes de bus, tren o avión para trasladarse a su destino. Una vez que arriban al lugar elegido, tendrán que contratar un hotel, un hostel, un apartamento u otra clase de alojamiento para pasar la noche.



Las empresas de alojamiento también suelen ofrecer servicios complementarios, que son todos aquellos difíciles de reunir en una categoría definida, ya que amplían o mejoran un gran número de experiencias diversas. Por ejemplo, algunas de las actividades que pueden encasillarse en este grupo son los deportes, las excursiones, las visitas guiadas, el alquiler de vehículos, los casinos, y la atención sanitaria (Gardey, 2016).

Los restaurantes, los bares y las discotecas también pueden formar parte de los servicios turísticos contratados por un individuo. Los paquetes ofrecidos por las agencias de turismo pueden incluir almuerzo y/o cena, consumiciones o entradas para centro de esparcimiento.

En algunos casos, los servicios turísticos contemplan la participación de un guía en los viajes. Se trata de profesionales que brindan información sobre el patrimonio histórico, cultural o natural del sitio que se está recorriendo. Las oficinas de información turística, que suelen ser administradas por el Estado, son otros espacios que un turista puede visitar para recibir datos útiles para sus paseos

### **5.2.5 La calidad en el Turismo.**

En el tiempo en el que vivimos, trabajar es una necesidad cada día creciente, y los nuevos paradigmas la ligan al emprendimiento, no obstante, y dado que no todos los emprendedores poseen la capacidad económica para montar una empresa de productos físicos, los servicios se convierten en una alternativa tentadora, si consideramos el aspecto inversión.

Por otro lado, nos encontramos con el concepto de calidad, sabiendo que éste es bastante subjetivo en cuanto a percepción del servicio recibido se refiere, dado que lo que es calidad para unos, para otros no lo es. Recordemos que calidad es igual a “expectativas vs servicio recibido”, y, antes de avanzar en el desarrollo de este escrito, tengamos en consideración que el turismo es netamente un servicio y existen varios indicadores para medir la calidad del mismo (Alcivar, 2019).

Dentro de la calidad existen dos aspectos importantes a considerar (expectativas y servicio recibido), las expectativas son una variable independiente, es decir que no la podemos controlar, dado que el cliente puede crearlas conforme a lo que ve y asume que va a recibir. Por otro lado, el servicio recibido; ésta variable es dependiente, como prestadores de servicios, debemos prever brindar un servicio de calidad o al menos como el cliente lo espera. En este sentido, y al ser una variable dependiente el servicio recibido, el prestador del servicio debe asegurarse de que los medios físicos utilizados para brindar los servicios, son los adecuados y responden a cierta imagen o confort, por ejemplo, en un restaurante el prestador del servicio puede controlar varios aspectos implícitos del lugar, como: mesas limpias, cubiertos adecuados, servicio higiénico presentable, temperatura del lugar, personal de servicio, entre otros, que son aspectos que se perciben a primera vista y que desde ya, permiten hacerse en muchas ocasiones una idea de la “calidad esperada” del servicio adquirido.

Sin embargo, de los factores implícitos antes mencionados, y, que inciden en la percepción de calidad, el capital humano es el que mayor importancia ejerce, dado que es el que mantiene contacto directo con el cliente, y aunque en ocasiones dicho capital humano es “variable”, por distintas razones, problemas en casa, diferencias entre compañeros, días buenos o malos, no obstante, una empresa vinculada al sector turístico, debe mantener el mismo sentido de calidad, inclusive si el trabajador es nuevo, viejo o ha pasado por el peor día de su vida (Alcivar, 2019).

Es por esto que, muchas empresas turísticas, destinos turísticos e incluso municipios o ciudades turísticas, ponen especial énfasis en la capacitación constante de sus trabajadores, de manera que se ofrezca la mejor experiencia al cliente (turista), al final de todo, lo único que realmente queda del producto turístico comprado es la experiencia y los recuerdos.

### **5.3 Marco Conceptual**

Se definen algunos conceptos acertados para el tratamiento del tema en el cual está centrada esta investigación:

**Administración turística:** se define como el proceso de diseñar y mantener un medio ambiente el equilibrio en el que interactúen y alcancen los objetivos propuestos enfocados en la acción del turismo.

**Agroturismo:** Actividad asociada a la prestación del servicio de hospedaje, alimentación, transporte, acompañamiento y guianza en actividades relacionadas con la actividad agropecuaria donde el turista pueda interactuar (Martinez, 2007).

**Biodiversidad:** En síntesis, es la variedad de especies vegetales y animales que interactúan o se relacionan su medio ambiente (Sena Virtual, 2014).

**Capacidad de carga:** Ruiz la define como la capacidad de un ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener al mismo tiempo su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación (Ruiz, 2012).

**Ecoturismo:** Se puede definir como “segmento turístico en el que se prioriza la preservación del espacio natural donde se realiza, por lo que su diseño contempla ante todo el medio natural y por ende su conservación, frente a cualquier otra actividad, (Ej.: observación de aves y flora.)” (Martinez, 2007).

**Demanda futura:** es la demanda proyectada o prevista; se calcula a partir de los datos estadísticos; es simplemente una proyección por mínimos cuadrados, exponenciales o por cualquier otro método (Cárdenas, 1991).

**Demanda local:** es la que se encuentra dentro del área de influencia del proyecto turístico; en ocasiones se denomina demanda complementaria (Cárdenas, 1991)

**Demanda potencial:** es la demanda que se puede captar por encima de la demanda futura. Se trata de turistas que nunca han visitado el lugar pero que, mediante de un plan de mercadotecnia, pueden convertirse en demanda real o histórica (Cárdenas, 1991).

**Estrategias:** con base en la cuantificación de los objetivos, se define la forma más eficiente de lograrlos; mediante el uso de los recursos disponibles financieros, físicos, humanos e institucionales. Es el arte de dirigir operaciones. Forma de actuar ante determinada situación (Douglas, 1998).

#### 5.4 Marco Geográfico



Figura 1. Mapa geográfico del departamento del Guaviare.

#### Ubicación y límites.

El municipio de San José del Guaviare tiene una posición Geografía:  $72^{\circ} 38' - 2^{\circ} 36'$   
Superficie: 16.178 Kms<sup>2</sup> Área: San José del Guaviare con una extensión aproximada de 1.660.000ha. Limitada al Norte con el Departamento del Meta, el Sur con los Municipios de Calamar y EL Retorno, por el Oriente con el Departamento del Guainía y Occidente con el Departamento del Caquetá.

### **Actividad económica**

La economía del municipio de San José del Guaviare se centra en el sector agropecuario, luego sus renglones importantes, los servicios, la explotación forestal, la pesca y en los últimos años, la ganadería y la agricultura, las que han tenido un gran impulso, por último y no menos importante la actividad turística.

### **Naturaleza, flora y fauna**

Bosques, sabanas inundables y zonas montañosas definen el conjunto paisajístico en esta zona suroriental colombiana. El territorio departamental, aledaño a la sierra de La Macarena, alberga formaciones espontáneas que se convierten, además, en refugio de vida silvestre. La flor del Guaviare, por ejemplo, en inmediaciones de la serranía La Lindosa, se cuenta entre las especies representativas de la región. Dicho ejemplar, cuyo nombre científico es *Paepalantus Moldenkeanus*, puede alcanzar una altura que oscila entre 90 cm y 1,40 m.

El acervo natural Guaviareense se encuentra representado, entre otras especies, por la drosera, el laurel, la ceiba, el cedro amargo, el balsa, el comino, el cacao silvestre, el cumare, la palma de moriche, y el cejen. La fauna local también es diversa y exótica. Por las selvas y áreas boscosas del Guaviare se aprecian tigrillos, micos, zorros, chigüiros, armadillos y reptiles. Además, se observan aves, como tucanes, loros y el gallito de roca. Los animales que despiertan más interés en los viajeros de otras regiones son los delfines de agua dulce o toninas. Vive Colombia. (2018).

### **5.5 Marco legal**

Según el objetivo de esta investigación el marco legal a tener en cuenta para la constitución de empresa de turismo rural tenemos las siguientes:

## **Constitución Política**

Según el artículo 333 indica: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación”.

## **Ley 300**

Es la ley general de turismo, ley 300 de 1996, expedida por el Congreso de la república regula las normas que debe cumplir la industria del turismo para ejercer la actividad cumpliendo todos los requisitos como proteger el patrimonio cultural y las clases de turismo existente y permitido; dentro de esta ley en el artículo 30 se establece que los planes sectoriales de desarrollo turístico deben estar coordinados con las corporaciones Autónomas Regionales y/o desarrollo Sostenible y siempre se deben favorecer los programas de conservación y protección.

## **Decreto 2485 del 1999.**

Donde se establece la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo a las personas prestadoras de servicios turísticos.

**Ley 679 del 2001.**

Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad.

**Resolución 0119 del 2002.**

Donde se fijan las directrices para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

**Resolución 0049 del 2002.**

Establecen las tarifas de inscripción y obtención del Registro Nacional De Turismo.

**Decreto 53 del 2002.**

Se regulan las disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y otras disposiciones.

**Ley 1101 del 2006**

Establece los impuestos y contribuciones que deben aportar las empresas que ejerzan las actividades turísticas, el recaudo de los mismos, los incentivos y la forma en que se conforma la administración del fondo de promoción turística.

## **6 Metodología**

### **6.1 Diseño Metodológico**

Para el desarrollo de este proceso investigativo se especifican los siguientes criterios de investigación que permitirán acceder a la información necesaria y determinar la confiabilidad del mismo.

### **6.2 Enfoque de Investigación**

Este trabajo investigativo se basa en el método cuantitativo de investigación, el cual procura integrar las potencialidades de los métodos, cuantitativas y cualitativas desde una óptica pragmática, pluralista o balanceada que facilita la comunicación entre los investigadores y el avance del conocimiento al responder con mayores aproximaciones al planteamiento del problema (Sampieri, 2010).

Establece el enfoque cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) quienes señalan que el enfoque cuantitativo, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y análisis estadístico, con el propósito de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. El proceso cuantitativo presenta las siguientes fases: idea, planteamiento y formulación del problema, revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico, visualización del alcance del estudio, definición de variables, desarrollo, diseño de investigación, definición y selección de la muestra, recolección y análisis de datos, reporte de resultados. Busca ser objetivo, describe, explica, comprueba y predice los fenómenos.

### **6.3 Tipo de Investigación**

Esta investigación es de tipo descriptiva, se trabaja sobre la realidad de los hechos con la característica fundamental de una interpretación correcta, sobre como una persona, grupos o cosas se conduce o funcionan en el presente (Sampieri, 2010).



## **6.4 Variables**

Al abordar el objetivo general planteado: Diseñar una estrategia de orientación que permita a los prestadores de servicios turísticos informales en el municipio de San José del Guaviare, formalizarse con el fin de mejorar la calidad del servicio, se definen las siguientes variables.

### **Variable independiente:**

La estrategia de orientación para prestadores de servicios turísticos.

### **Variable dependiente:**

Formalización legal del servicio de turismo.

## **6.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información**

La estrategia de orientación desarrollada con los prestadores de servicios turísticos informales del municipio de San José del Guaviare, los motivará para que puedan formalizar sus empresas, con el fin de mejorar la calidad del servicio.

### **6.5.2 Fuentes Primarias.**

Se diseñó, elaboró y aplicó una encuesta dirigida a los propietarios de los sitios turísticos del Municipio de San José del Guaviare.

### **6.5.3 Fuentes Secundaria.**

Se acudió a las entidades públicas, privadas y demás herramientas, como periódicos, folletos, internet y etc.

## 6.6 Población

La población objetivo de esta investigación cubija a todas aquellas personas propietarias de sitios donde se prestan servicios turísticos en el municipio de san José del Guaviare, que según los reportes de la Cámara de Comercio de San José del Guaviare, llegan a ser 41. (Cámara de Comercio San José del Guaviare (2018).

## 6.7 Muestra

Según el enfoque de investigación y de la contribución que se desea obtener con este estudio muestreo aleatorio simple (o al azar), la selección es al azar (aleatoria), es decir, que cada de las personas seleccionadas de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. Se utiliza la fórmula para hallar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Usando los siguientes números y reemplazando en la fórmula:

Z = Se aplica el 95%, que equivale al 1,96 según la tabla de distribución normal.

p = 0,5

q = 0,5

N = 41 según fuentes consultadas.

E = 10%

n= 15,379

Por lo tanto, la muestra seleccionada es de 15 prestadores de servicio turístico focalizados.

## 6.8 Instrumentos de Recolección de Datos

Uno de los instrumentos más utilizado para recolectar los datos es la encuesta semi estructurada, El investigador antes de la entrevista prepara un guión temático sobre lo que quiere que se hable con el informante. Las preguntas que se realizan son abiertas. El informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial pensado por

el investigador cuando se abren temas emergentes que es preciso explorar. El investigador debe mantener la atención suficiente como para introducir en las respuestas del informante los temas que son de interés para el estudio, enlazando la conversación de una forma natural. Durante el transcurso de la misma el investigador puede relacionar unas respuestas del informante sobre una categoría con otras que van fluyendo en la entrevista y construir nuevas preguntas enlazando temas y respuestas (Vargas, 2012). Con la meta de alcanzar los objetivos de esta investigación; recurrimos al cuestionario como principal instrumento (ver apéndice A).

## **6.9 Técnicas y análisis de resultados**

Para el tratamiento de la información recolectada se hace necesario realizar una tabulación bajo términos de medición cuantitativa porcentual y cualitativa descriptiva, con el uso de Microsoft Excel.

### **6.9.1 Análisis de resultados.**

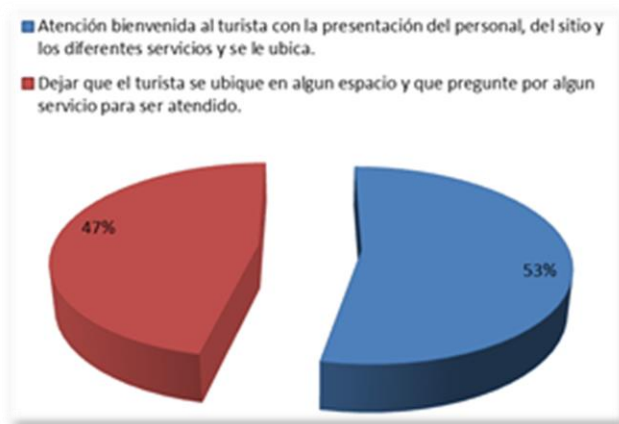
Para dar cumplimiento a los objetivos específicos planteados en esta investigación se diseñó y se aplicó la entrevista semi estructurada, la cual se aplicó en dos fases, la primera a través de comunicación vía telefónica, donde se informó el motivo de la selección como persona dentro del objeto de estudio de esta investigación y establecer cita para la entrevista, la otra fase con la visita in situ de los sitios turísticos seleccionados como muestra focalizada, con la respectiva presentación del apéndice A, a cada propietario de acuerdo a la disposición y disponibilidad de tiempo, posteriormente la autorización para el uso de esta información.

La presentación de los resultados se divide en tres categorías: la primera queda soportada al objetivo específico “Diagnosticar los propietarios prestadores de servicios turísticos que están bajo la informalidad en el municipio de San José del Guaviare”. La segunda categoría que responde al objetivo específico; “Describir el impacto en los propietarios prestadores de servicios turísticos informales en el municipio de San José del Guaviare de manera cualitativa las razones por las cuales persiste la actividad turística informal, a través de una encuesta

semiestructurada” y la tercera fase debe responder al tercer objetivo “Proponer las estrategias bajo el enfoque en calidad dirigida a los propietarios prestadores de ser servicio turístico en el municipio de San José del Guaviare”.

### **Diagnóstico de los propietarios prestadores de servicio turístico que están bajo la informalidad en el municipio de San José del Guaviare.**

Teniendo en cuenta que para realizar el diagnóstico a los propietarios – prestadores de servicios turísticos, en respuesta al primer objetivo específico se aplicó el siguiente interrogante, que corresponde de manera casi directa a la pregunta tres, “¿Su cámara de comercio y Rut, corresponden a la prestación de servicios turísticos”? Esta pregunta nos permite conocer de primera mano cuantos propietarios prestadores de servicio se encuentran en la legalidad y cuantos no, obteniendo así el producto primario de esta investigación. Como esta es una pregunta, que de alguna manera incomoda al entrevistado, por que posiblemente en el caso de no contar con este requisito, se sienta señalado de informal, es así que es muy pertinente, establecer dos preguntas antes de esta que generen confianza y tranquilidad a la hora de responder, obteniendo así la siguiente información:

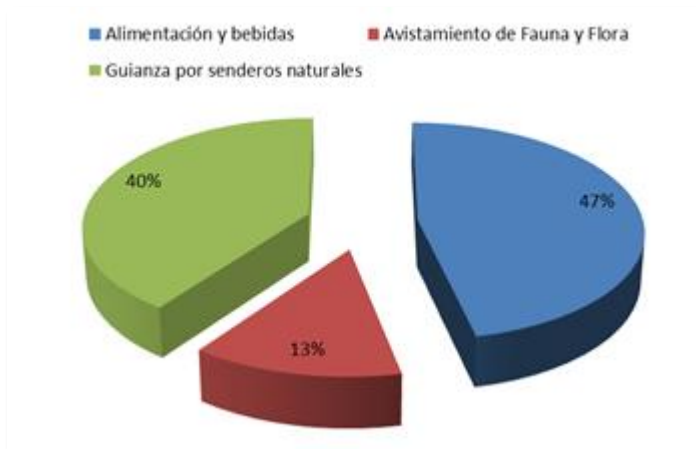


*Figura 2.* ¿En breves palabras describa cómo ofrece usted el servicio turístico en este sitio?

Fuente: (las autoras, 2019)

El 53% de los propietarios de los sitios turísticos encuestados afirma que cada vez que un turista o grupo de personas ingresa al sitio este o estos son inmediatamente atendidos por el dueño, administrador o empleado para darle un recibimiento acogedor con un discurso de bienvenida que contiene la presentación a nombre propio y del sitio turístico, donde también se les da a conocer las diferentes actividades y o servicios entre estos: zona de alimentación y bebidas, zona de campin, guianza por senderos naturales, avistamientos de fauna, flora y entre otros con los que cuenta el establecimiento; además de ofrecerles un acompañamiento y acomodación para su estadía de una manera cordial, fraterna y amistosa.

El restante 47% están a la espera de que el turista se acomode por cuenta propia y solicite algún servicio para atenderlo. Esto debido a que los propietarios afirman que la mayoría de los visitantes ya conocen el sitio porque siempre lo visitan por publicidades por medio de redes sociales y voz a voz. Por ello se hace necesario resaltar la necesidad e importancia que para lograr mayor calidad y eficiencia en el servicio prestado se debe brindar una atención al cliente de manera amable, clara y organizada.

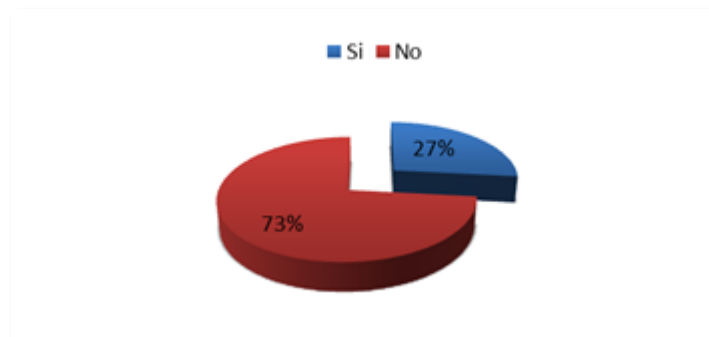


*Figura 3.* ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?

Fuente: (las autoras, 2019)

Las actividades del sector turístico en el municipio de San José del Guaviare se discriminan en tres grupos:

Un grupo denominado Guianza por senderos y sitios naturales; donde se especifican actividades como: senderismo, visitas a cascadas, recorrido por túneles naturales, los pozos y los puentes naturales, diferentes cascadas, pinturas rupestres, formaciones rocosas entre otros; este tipo de actividades generan una mayor rentabilidad al 40% de los propietarios encuestados, al igual que lo representa el 47% al expendio de alimentos y bebidas en otros sitios turísticos, lo que repercute notablemente en que aún falta mucho por aprovechar en el potencial de estos últimos sitios en su zona natural, por tal razón no han buscado la legitimización hacia el sector turístico, el 13% restante enfatiza sus utilidades por avistamiento de fauna y flora, mayormente en aves y las toninas, aunque solo pocos lugares tienen este tipo de atracción turística este representa una maravilla en el Guaviare y su rentabilidad alta.



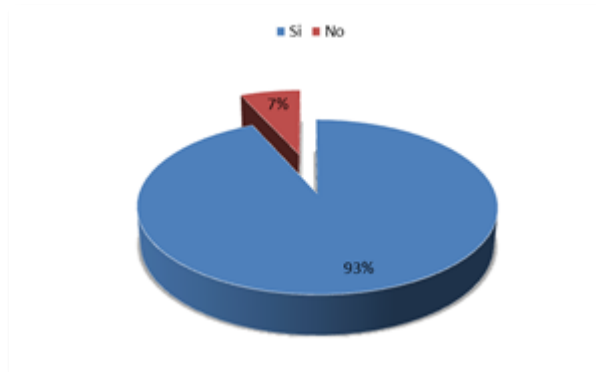
*Figura 4.* ¿Su Cámara de Comercio y Rut corresponden a la prestación de servicios turísticos?

Fuente: (las autoras, 2019)

El 73% de los 15 encuestados manifiesta que no está legalmente constituido como prestador de servicio turístico, debido a la falta de tiempo para realizar estas diligencias, otros no han visto la necesidad de tener esta documentación ya que cuenta con la cámara de comercio con la razón social de servicios de alimentación y expendio de bebidas, la distancia al casco urbano y el acceso es un poco difícil, también argumentan desconocimiento del proceso de legalización,

dos de ellos están en trámite ante la cámara de comercio, y el restante 27% poseen el registro mercantil, con la razón social 7912 actividades de operadores turísticos.

Por otro lado; para dar cumplimiento al objetivo específico dos, se adecuaron las siguientes preguntas y consolidar la información obtenida.



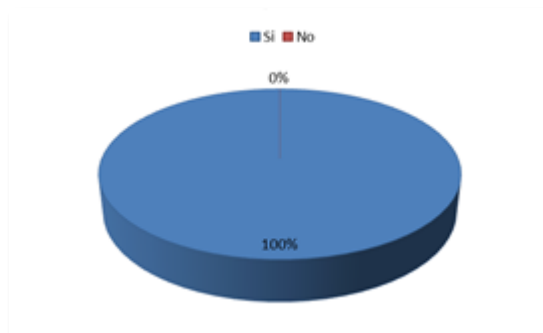
*Figura 5.* ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos?

Fuente: (las autoras, 2019)

Una campaña promocional eficaz provoca una acción positiva o la respuesta de su mercado objetivo. El público debe sentirse obligado a buscar información sobre las actividades, el alojamiento y los viajes a la zona o de la comunidad que se promociona. Más deseable, la campaña es lo suficientemente eficaz como para generar ventas reales y sostener una industria turística exitosa.

En este enfoque el 93% de los propietarios trabaja arduamente para darle publicidad a su empresa. Es así que participan en ferias y ruedas de negocios en las diferentes convocatorias regionales y nacionales a través de Anato y Fontour, también se usa en cierta medida el marketing digital desde las redes sociales, los otros medios de publicidad se basan en voz a voz y las vallas publicitarias ubicadas en los sitios.

El restante 7% argumenta no financiar ejercer publicidad debido a que están realizando adecuaciones al sitio.



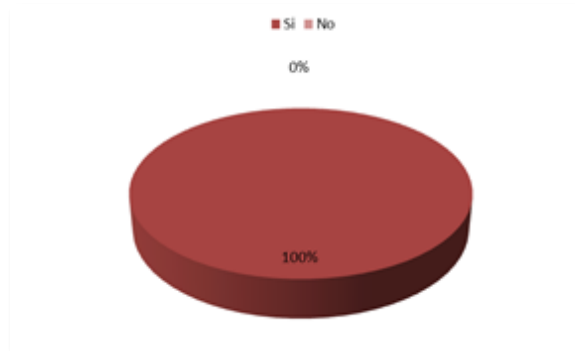
*Figura 6.* ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región?

Fuente: (las autoras, 2019)

Por unanimidad existe una conciencia plena del progreso en la región y entre los encuestados hay un gran sentir de que el turismo es uno de los sectores más importantes para reactivar y potencializar la economía regional y nacional. El sustento de este argumento se evidencia en cada una de las respuestas dadas por este 100% de la muestra según las siguientes características:

- Se obtiene un mayor porte para impuestos.
- Se generan nuevos empleos.
- Se contribuye con ingresos para el departamento de parte de los turistas nacionales y extranjeros.
- Gana credibilidad y reconocimiento cada uno de los sitios turísticos.
- Se obtienen beneficios y vínculos con grandes organizaciones o gremios que impulsan el turismo.



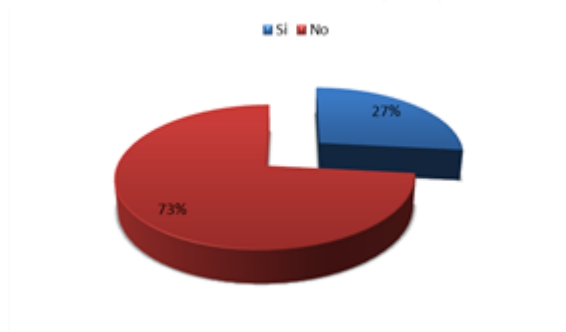


*Figura 7.* ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de San José del Guaviare?

Fuente: (las autoras, 2019)

El turismo como cualquier otro sector de la economía se puede ver fácilmente afectado por diferentes factores externos e internos. Desde las encuestas se plantea que el turismo en el Departamento del Guaviare y específicamente en el municipio de San José del Guaviare se puede ver afectado principalmente por:

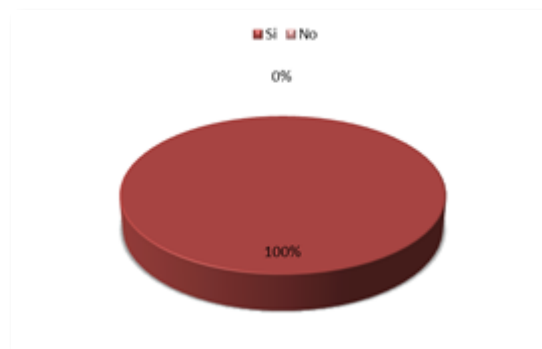
- Falta de una cultura de cuidado y conservación por parte del turista local.
- Estigmatización del municipio y el departamento por su historial de violencia.
- Falta de interés en materia de inversión por parte de los entes gubernamentales.
- Subsistencia de grupos al margen de la ley.
- Vías inexistentes o en deplorable estado.
- Desinformación y desactualización en temas de turismo.
- Deficiencia en la capacidad hotelera.
- Acompañamiento ineficaz en la orientación de la legislación, normas, reglamentos y cuidado de los sitios turísticos.
- Falta de establecimiento de rutas aéreas con mayor frecuencia.



*Figura 8.* ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el registro Nacional de Turismo (RNT)?

Fuente: (las autoras, 2019)

Este tema por ser el objeto de interés de esta investigación se convierte en la variable de decisión en la búsqueda de la mejor estrategia para que los prestadores de servicios turísticos se sientan motivados a formalizar sus empresas, como lo es en el caso del 73% de los encuestados quienes describen la falta de capacitación y formación, falta de tiempo para la realización de las diferentes gestiones ente los entes institucionales para la consecución de los registros y sobre todo la falta de un acompañamiento total en la tramitología existente. El 27% de los encuestados ya tienen el registro pero afirman lo complejo y perdidos que se encontraron al realizar esta gestión.



*Figura 9.* ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial?

Fuente: (las autoras, 2019)

El 100% cree que es absolutamente importante que se tenga capacitación y formación permanente, en el sentido que todo lo que permita el aprendizaje y conocimiento para brindar así un servicio óptimo, que es necesario para todo el personal que labora en el sitio turístico, lo que potencializara hacia una imagen de altura y de calidad en el sector turístico del departamento y finalmente para no evadir impuestos.

Para darle fundamento tanto teórico como práctico al diseño de la estrategia, se debe anticipar el impacto de la formalización en los propietarios prestadores de servicios turísticos informales del municipio de San José del Guaviare; a continuación se relacionan tres ejes fundamentales en el cumplimiento de este objetivo específico, que en el contenido de la cartilla se postulan como los capítulos dos, cinco y seis: el primero es una breve conceptualización sobre economía formal del turismo, el segundo es un interrogante que todo empresario debe formularse como lo es ¿Es conveniente formalizar mi empresa? Y por último tenemos la informalidad VS la formalidad.

La descripción detallada de cada uno de estos ejes quedo plasmado en el documento como producto de esta investigación de la siguiente manera:

## **Capítulo 2: breve conceptualización sobre economía formal del turismo**

Existe un amplio debate en torno al sector informal y su repercusión en la microeconomía, no obstante pretender abarcar en esta investigación toda la literatura que del tema existe sería un tanto utópico. La existencia del sector informal quizá se remota a los inicios del sistema de producción capitalista, la primera vez que aparece el término formal-informal en la literatura académica es a principios de los setenta, como resultado de un estudio llevado a cabo en Ghana por Keith Hart- aunque pueden encontrarse algunos antecedentes teóricos en las teorías marginalista y dualista del desarrollo económico-. Para Hart el sector informal básicamente sería un exportador de toda clase de productos, principalmente servicios, dada su cercanía con los consumidores finales, por lo que podría ser entendido como el subempleo que afecta a aquellos que no consiguen ingresar en el sector moderno de la economía.

Pues bien está claro que una definición más contemporánea no se podría dar ya que si bien el sector informal no cumple o está fuera de las normas legales como lo ve Hart es un subempleo de lo que debería ser un desarrollo comercial formal. Según este enfoque, uno de los principales problemas de la informalidad consiste en que al ser fijo gran parte del capital que se utiliza (activos ilíquidos que no se pueden separar fácilmente del recurso trabajo), no permite la libre transferencia entre los sectores formal e informal, por lo que el objetivo del trabajador informal quedaría reducido a maximizar su ingreso total en lugar de optimizar su tasa de utilidad como sucede en el caso del capitalismo formal. Esta condición haría que el individuo apenas supliera sus necesidades básicas de subsistencia sin muchas posibilidades de acumulación de capital.

Por ende, muchos microempresarios que se encuentra informales en Colombia temen que el proceso de formalización es un acto negativo para su futuro empresarial, ya que los condena a pagar impuestos y prestaciones sociales de por vida, restando aún más, los bajos niveles de rentabilidad de su negocio. Entonces se genera una interrogante ¿No será que la formalización lo que ofrece en realidad es una oportunidad para conquistar nuevos mercados, mejorar sus niveles de rentabilidad y mantener su permanencia competitiva a través del tiempo?

En un reciente estudio realizado de la Universidad Externado de Colombia ‘La informalidad empresarial en Colombia - caracterización’, se definió que los beneficios de pertenecer a la economía formal se traducen en un mayor volumen de ventas, al hacer a la empresa más visible ante el mercado local (incluyendo licitaciones con el Gobierno), y ante el mercado extranjero, donde sin duda debemos incluir al reciente Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos, nuestro principal socio comercial (38,3 por ciento de nuestras exportaciones).

La Organización Mundial del Turismo (Sancho, 1998, p. 44) define el turismo como el sector que “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. La definición destaca los conceptos de desplazamiento,

permanencia transitoria, origen y destino, cuyo ejercicio proporciona las condiciones de producción que satisfaga las necesidades que por esta actividad se generan.

Medlik y Middleton (1973) citados por Jiménez, (Jiménez, 1986, p.142) describen “el producto turístico como una experiencia completa desde que el turista deja su casa hasta que regresa a ella”. Sessa quien plantea que el turismo “Es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que, a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas”.

- ❖ Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".
- ❖ Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".
- ❖ Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios"

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, se puede apreciar que la definición de empresa revela los siguientes elementos que componen la estructura básica de lo que es una empresa:

- Entidad
- Elementos humanos

- Aspiraciones
- Bienes materiales
- Capacidad técnica
- Capacidad financiera
- Producción, transformación y/o prestación de servicios
- Satisfacción de necesidades y deseos

### **Formalización**

Ser Formal en la actividad comercial significa que cualquier establecimiento comercial organizado en un sitio determinado, desarrolla su actividad cumpliendo unos requisitos mínimos para así poder disfrutar de los beneficios que el ser formal le otorgan tales como el reconocimiento, tranquilidad, seguridad, estabilidad y la oportunidad de tener acceso a cualquier oferta institucional.

Se considera formal a las empresas que:

1. Están inscritas en el Registro Mercantil
2. Están inscritas en el Registro Único Tributario – RUT y los Registros de impuestos locales.
3. Los Empleados están inscritos en una Administradora de Riesgos Laborales – ARL (antes ARP).
4. Los Empleados están afiliados al Sistema de Seguridad Social (Salud y Pensión) y a una Caja de Compensación Familiar.
5. Llevan la contabilidad según los lineamientos normativos de acuerdo al régimen sobre las ventas al que pertenezca (Simplificado o Común).
6. Pagan impuestos
7. Cumplen con los requerimientos relacionados con la apertura y funcionamiento de comercio definidas en la Ley 232 del año 1995.

Uno de los principales problemas que tenemos en la formalización es la informalidad, la cual origina que muchos empresarios personas natural trabajen al margen de la ley. Sin embargo, en conversaciones coloquiales, personas empresarias o no, se quejan de tener que pagar los impuestos, o que les cayó la DIAN, o que todo su esfuerzo se lo lleva la DIAN. Por eso a continuación se detalla lo aspecto de la formalidad y de la informalidad.

Tabla 1.

*Aspectos de la formalidad e informalidad.*

	<b>Estructura formal</b>	<b>Estructura informal</b>
<b>Tamaño de la Unidad</b>	Departamentos (Grandes Unidades)	Grupos pequeños
<b>Duración Temporal</b>	Relativamente ilimitada (No depende de los sujetos)	Relativamente limitada (Depende de los sujetos)
<b>Centrada en:</b>	Puesto	Persona
<b>Patrón de actuación</b>	Uniforme, previsible	Irregular, imprevisible
<b>Grado de estandarización</b>	Alto	Bajo
<b>Tipo de diferenciación funcional:</b>	Estructura burocrática	Grupo profesional
<b>Normas</b>	Prescripciones fijas, normatividad formal	Acuerdos personales, prácticas habituales, normatividad informal
<b>Legalidad de expectativas</b>	Conforme a la ley, oficial	En parte legal y en parte sin determinar
<b>Procesos generales</b>	Planificación racional	Interacción espontánea
<b>Bases de comunicación</b>	Pertenencia de departamento	Proximidad

<b>Tipo de poder</b>	Legítimo, de recompensa y colectivo	De referencia y experto
<b>Origen del poder</b>	Delegado por gerencia	Delegado por grupo
<b>Adhesión personal</b>	Racional y según reglas	Personal, sentimental y espontánea
<b>Motivación personal</b>	Objetivo, resolución, problemas	Satisface necesidades, cohesión

Fuente: (adaptado de: tesis de grado. formalización empresarial del sector turístico en la ciudad de Cartagena. castaño wgency y otros. 2019)

Tan importante ha llegado a ser este sector en el comercio mundial que ocupa actualmente el cuarto lugar en los sectores de mayor importancia después de los combustibles, productos químicos y productos alimenticios. No solamente es importante para los países desarrollados, sino que, por el contrario, el turismo representa en los países en desarrollo una de las principales fuentes de ingreso y economía, según el “Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012”.

Sin embargo, las ventajas de formalización empresarial están determinadas por aquellos elementos incorporados que añaden valor al destino turístico, como la educación y formación que se cuenta para cada actividad turística a desarrollar, las mejoras en cuanto a los canales y medios de información del destino, entre otros, que se establecen como lineamientos básicos para crear una dinámica de mejora continua.

Otros autores como Ritchie Crouch definen ventaja competitiva turística como “la capacidad de un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a mediano y largo plazo. Así, un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos y, sin embargo, no ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, pero que los emplee de forma más eficiente”, esta definición permite establecer el horizonte hacia donde deben enfocarse los actores del sector.



## **Capítulo cinco: ¿es conveniente formalizar mi empresa?**

Uno de los beneficios que usualmente se mencionan es el acceso al crédito en condiciones más favorables. De acuerdo a Cárdenas y Rozo (2009) los informales solicitan menos crédito, básicamente porque no lo necesitan y porque enfrentan tasas de interés más altas.

Complementando lo anterior, la evidencia confirma que los informales acuden en mayor proporción al crédito informal y que la proporción de los que obtienen el crédito solicitado es mucho más baja, 89% de los formales lo obtienen contra el 69% de los informales.

Un elemento importante que hay en formalizarse es que impacta favorablemente solo a aquellas empresas que llevan una dinámica de crecimiento, y que encuentran en el incumplimiento de los requisitos regulatorios un obstáculo para hacer la expansión del negocio que desean. En este sentido, las políticas de estímulo a la formalización tenderán a favorecer a las empresas que están listas para dar el salto, con lo cual se espera un impacto positivo a nivel agregado pues se mejoran las perspectivas para las empresas más productivas dentro del grupo de las informales.

Debido a la visita realizada a la Cámara de Comercio, vienen trabajando en distintas iniciativas de formalización empresarial y laboral, con la certeza de que la formalización es un mecanismo eficaz para: mejorar la gestión en las empresas; reafirmar el compromiso gremial con el trabajo decente; hacer una sociedad más justa, e insertar un creciente número de empresas, actividades económicas y personas en la economía formal del país como pilar fundamental de la Política Nacional de Competitividad Colombia 2032.

Además de su papel como administradores del Registro Público Mercantil, las Cámaras de Comercio vienen implementando programas de apoyo a la formalización empresarial, que ofrecen herramientas para la constitución, operación y funcionamiento de las empresas. Los puntos de encuentro de las acciones implementadas por las Cámaras se dan en los siguientes temas:

- ✓ Identificación y segmentación de las unidades productivas informales.

- ✓ Campañas orientación y sensibilización hacia la formalización, enfocadas en los beneficios y los servicios empresariales a los cuales la empresa puede acceder una vez se formalice.
- ✓ Ruedas de servicios de formalización empresarial y laboral, con participación de instituciones públicas y privadas (municipios, DIAN, Cajas de Compensación, SENA, ICBF, entre otras) que tienen competencia en la orientación, información y realización de trámites y requisitos de formalización empresarial y laboral.

En cuanto a la Ley 1429 de Formalización y Generación de Empleo que busca adoptar medidas que conduzcan a la formalización y generación del empleo, a través de incentivos a la formalización y creación de empresas, ésta se ha constituido en una intención clara del gobierno actual por generar un ambiente que facilite la formalización y creación de pequeñas empresas a la vez que sienta las bases para la fiscalización de las que pretenden permanecer en la informalidad. Las nuevas empresas que empiecen a operar formalmente y aquellas que venían operando informalmente y se formalicen, obtendrán beneficios sobre el pago de impuesto de renta, matrícula mercantil y aportes parafiscales, así:

Tabla 2.

*Beneficios sobre el pago de impuestos de renta, matrícula mercantil y aportes a parafiscales*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6+
<b>Impuesto de renta y aportes parafiscales *</b>	0%	0%	25%	50%	75%	100%
<b>Matrícula mercantil</b>	0%	50%	75%	100%		

Fuente: (adaptado de: tesis de grado. formalización empresarial del sector turístico en la ciudad de Cartagena. castaño wgency y otros. 2019)

### **Causa de la informalidad**

- Altos costos de la formalidad

- Carencia de información.
- El desempleo
- Nivel de educación
- Edad
- Sexo

### **Contribución parafiscal para la promoción del turismo**

La Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo, es un gravamen de carácter obligatorio, creado con el fin de fortalecer la promoción y la competitividad del turismo. La Contribución únicamente afecta al sector económico vinculado con la actividad turística, expresamente señalado en los recursos obtenidos de dicha contribución, se invierten exclusivamente en beneficio del mismo sector.

Los recursos recaudados se destinan a la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### **Evasión tributaria**

Es una actividad ilícita y habitualmente está contemplada como delito o como infracción administrativa en la mayoría de los ordenamientos, que consiste en ocultar bienes o ingresos con el fin de pagar menos impuestos.

#### **Sanciones Por evasión tributaria:**

La reforma tributaria penaliza con cárcel a los evasores de impuestos. Quienes realicen maniobras para reducir su impuesto a cargo afrontarán penas de entre 4 y 9 años de prisión, además de cuantiosas multas y la cancelación de su registro mercantil.

## **Capítulo 6. La formalidad vs la informalidad.**

A continuación se enumeran alguna de las ventajas de pasarse al lado de la formalidad:

- ❖ Mayores posibilidades de posicionarse en el mercado, pues no tendrás problemas legales.
- ❖ Puedes asociarte con otras personas o con otras empresas para lograr mayor competitividad.
- ❖ Mayor credibilidad y confianza por parte de los clientes, si eres informal no les brindas seguridad, por lo tanto, tendrás una menor clientela.
- ❖ Tendrás mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia plazas internacionales por medio de la exportación.
- ❖ Puedes acceder a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras tanto estatales como privadas. Puedes comprar con factura y acceder al crédito fiscal.
- ❖ Podrías participar en licitaciones públicas y hacer del Estado tu gran cliente. Asimismo, ser parte de la lista de proveedores de las grandes empresas, pues contarás con los requisitos formales.
- ❖ Contribuirás con el Sector ya que impulsarás el desarrollo social y económico con el pago de impuestos. Es necesario que sepas que las Pymes cuentan con beneficios tributarios.

### **Ventajas de Formar una Empresa Individual como Persona Natural:**

- ❖ La constitución de una empresa Unipersonal es sencilla, rápida, sin muchos trámites y poca inversión.
- ❖ Si tu negocio no te brinda los resultados que esperabas, puedes replantear sin ningún inconveniente giro del negocio.
- ❖ En relación al pago de tributos, las empresas unipersonales pueden acogerse al régimen único simplificado (rus), en el cual sólo harás un pago único mensual de acuerdo a los ingresos.
- ❖ En aspectos laborales, podrá acreditarse como microempresa y acogerse a los beneficios del Régimen Laboral Especial.

### **Ventajas de Formar una Empresa Individual como Persona Jurídica:**

- ❖ En ocasionales problemas ante terceros la empresa responde sólo por el monto de capital aportado.
- ❖ Accede sin mayores restricciones a los concursos públicos y adjudicaciones directas como proveedor de bienes y servicios.
- ❖ Puedes acceder a préstamo y/o servicios financieros de desarrollo empresarial del sistema formal.
- ❖ El propietario y socios trabajadores de la empresa acceden a beneficios sociales y seguro.
- ❖ Los propietarios conocen del rendimiento de sus inversiones a través de la evaluación de los resultados económicos contables, tales como: Balance General, Estado de Ganancias y Pérdidas y Flujo de Efectivo.
- ❖ Puedes ampliar el capital social, incluir nuevos socios estratégicos o abrir nuevas filiales.

El sistema turístico (Amparo Sancho, julio del 2008) se define como el resultado complejo de la interrelación de múltiples factores que deben ser vistos bajo una mirada sistémica, es decir, un conjunto de elementos que, enlazados entre sí, se encuentran para conformar una dinámica de evolución constante, que permita un crecimiento colectivo y sincronización de cada uno de ellos. Estos factores son:

- ❖ La demanda: formada por el conjunto de consumidores o potenciales consumidores de bienes y servicios turísticos.
- ❖ La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.
- ❖ El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se le haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
- ❖ Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

**Para tener en cuenta**

Tabla 3.

*Cuadro comparativo beneficios y riesgos de la formalidad e informalidad.*

Beneficios de la formalidad	Riesgos de la informalidad
Recibir acompañamiento de la Cámara de Comercio en su proceso de formalización con un amplio portafolio de oportunidades para seguir fortaleciendo su empresa.	No poder presentarse a procesos de contratación pública.
Tener la posibilidad de convertirse en contratista del Estado.	Prácticas inadecuadas de préstamo de nombre o NIT, con las cuales pierde dinero y puede perder el cliente.
Recibir asesoría en los pasos claves para ser un proveedor exitoso y lograr ser proveedor de empresas más grandes.	Dificultades para presentarse ante nuevos clientes como un proveedor confiable por no cumplir con los requisitos mínimos que exige de ley.
Acceder a mejores oportunidades de financiación para la empresa.	Sanciones por parte de las entidades de inspección, vigilancia y control en el momento de una visita a su negocio.
Puede ser beneficiario o presentarse a los programas de fortalecimiento empresarial que tiene INN pulsa.	Si es informal, los costos por gastos médicos son muy superiores que cuando se tiene la afiliación al día en el Sistema de Seguridad Social y la cobertura de servicios es menor.

<p>Hacer parte del programa Compre Colombiano y acceder a otros servicios que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Pro-país tienen para los micros y pequeños empresarios formales. Al formalizar su trabajo, su seguridad social mejora. Conozca los beneficios que concede el Sistema General de Seguridad Social a sus afiliados.</p>	<p>Otra empresa puede usar el nombre de su empresa. El nombre legal, será el que primero se registró en la Cámara de Comercio.</p>
<p>El IVA que su empresa factura, puede ser descontado.</p>	<p>No puede acceder a los beneficios que el gobierno genera para los empresarios.</p>

Fuente: (adaptado de: tesis de grado. formalización empresarial del sector turístico en la ciudad de Cartagena. castaño wgendy y otros. 2019)

Finalmente, La octava y última pregunta también se planteó, de tal manera que la información obtenida clarificara en el marco de esta investigación cual debe ser la estrategia viable para que los prestadores de servicio turístico del municipio de San José del Guaviare, se formalicen debidamente, lo cual responde al cumplimiento del tercer objetivo específico planteado “Proponer estrategias que conlleve a la formalización de los propietarios prestadores de servicio turístico en el municipio de San José del Guaviare” se propone con claridad la estrategia:

## 7 La Estrategia

De acuerdo a los resultados obtenidos por la aplicación del instrumento de recolección de datos, el posterior análisis planteado en el apartado anterior, y además de un insumo importante que fue conocer de primera mano de los actores principales de la ejecución del turismo en el municipio de San José del Guaviare y sus acertadas recomendaciones se establece:

La estrategia diseñada para la formalización de los propietarios prestadores de servicio turístico basado en un marco de enfoque de calidad en el municipio de San José del Guaviare es entrega de una cartilla de orientación y formación en temas exclusivos a la formalidad y la importancia de potencializar el turismo sujeto a las normas legales y enmarcado en una administración de visión y crecimiento económico.

Este documento será la base de capacitación, que debe ir de la mano con el acompañamiento físico en cada una de las dependencias y en la tramitología existente para la formalización de las empresas con actividades en la prestación de servicios turísticos.

Naturalmente la estrategia definida como un documento al cual llamamos cartilla, conduce a un cambio de denominación en las empresas; informalidad a formalidad, por ende, es necesario enfatizar en el soporte legal o jurídico, de tal manera que el propietario asuma de manera consciente este paso, como se plantea en el capítulo cuatro del mencionado documento.

### **Capítulo 4. Normatividad que rige la formalidad empresarial turística en Colombia.**

Colombia es un país solidario por lo tanto es de libre decisión realizar la actividad económica y la empresa privada siempre y cuando los beneficios, sea para el bien común, y por ende la libre competencia se debe realizar con responsabilidad para garantizar la sostenibilidad de la economía en general.



La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones donde el estado actúa como fortalecedor de las organizaciones, e interviene como ente regulador por medio de leyes que cuyo fin es busca evitar acciones que perjudiquen al ambiente, al patrimonio cultural y a la sociedad.

El estado estipula dentro de sus leyes que para formalizar negocios nuevo o ya existente una serie cumplir obligaciones específicas que los certifica y les permite realizar sus actividades de manera legal lo que significa para ellos beneficios que los hace competentes en el mercado en cual interactúan.

En el municipio de San José del Guaviare, existen los entes encargados de regular las actividades mercantiles como son la Cámara de comercio, la Notaria, la DIAN Departamento de impuestos y Aduanas y la Secretaria de Hacienda a aquellos comerciantes que deciden formalizar sus negocios y ser reconocidos.

Estas entidades están habilitadas para Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos mediante programas de promoción y apoyo a la formalización de la empresa que incluye procesos de orientación, capacitación ,formación, consultoría y preparación para acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas institucionales público y privados.

Para que una empresa o actividad empresarial sea formal, debe cumplir con los requerimientos establecido, regidos por las siguientes normas:

### **Constitución Política de Colombia:**

Art. 33, título XII del régimen económico y de hacienda Publica: La cual establece la libertad económica y toma la empresa como base para el desarrollo

**Ley 1429 del 29 de diciembre de 2010:**

- ✓ Título I, Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

**Decreto 410 de 1971:**

- ✓ Artículo 1. “aplicabilidad de la ley comercial”. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.
- ✓ Artículo 10. comerciantes - concepto - calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.
- ✓ Artículo 11. “aplicación de las normas comerciales a operaciones mercantiles de no comerciantes”. Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.
- ✓ Artículo 12. “personas habilitadas e inhabilitadas para ejercer el comercio”. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.
- ✓ Artículo 13. “presunción de estar ejerciendo el Comercio”. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:
  1. Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
  2. Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
  3. Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.
- ✓ Artículo 16. <delitos que implican prohibición del ejercicio del comercio como pena accesoria>. Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fe

pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derecho sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años.

### **Decreto 2438 de 2010, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.**

✓ Art. 1: Regla de las agencias de viajes en la prestación de Servicios:

1. Extender a los usuarios un comprobante que especifique los servicios contratados.
2. Suministrar en forma completa la información sobre los servicios solicitados por los usuarios, indicando al viajero con precisión la hora estimada de llegada y de salida del destino y la duración de ~ la estadía.
3. Informar al usuario la facultad del organizador del viaje de efectuar modificaciones al plan o servicio turístico contratado en eventos de fuerza mayor o caso fortuito, sin que se requiera aceptación del usuario.
4. Llevar un archivo con todos los soportes, eventualidades y circunstancias en las que se desarrolló el plan o servicio turístico. Cuando las agencias requieran la intermediación de otros prestadores de servicios turísticos, deberán celebrar convenios escritos o contar con ofertas o cotizaciones escritas en los que conste o compruebe tal calidad y los servicios que dicha intermediación comprende, los derechos y obligaciones de las partes, las condiciones de su operación y su responsabilidad frente al viajero.

✓ Artículo 2º: Toda publicidad o información escrita sobre los planes o servicios turísticos ofrecidos por las Agencias de Viajes, deberá contener como mínimo lo siguiente: clase de alojamiento; categoría del establecimiento si se encontrare categorizado; tarifas; duración del plan turístico; medios de transporte; servicios complementarios; nombre y dirección del prestador y el correspondiente número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo. Así mismo, deberá especificar claramente los servicios que no incluye.

- ✓ Artículo 8º: Cualquier persona natural o jurídica que organice, promocióne y comercialice servicios, planes o paquetes turísticos, deberá cumplir las disposiciones del presente Decreto previo el cumplimiento de los requisitos establecidos para operar legalmente.

#### **Decreto 545 de 2011: Registro Nacional de Turismo:**

Este se hace ante el ministerio de industria comercio y turismo-cámara de comercio. Antes de realizar la solicitud de inscripción en el registro Nacional de turismo, cerciórese que:

- ✓ La empresa esté debidamente registrada ante la cámara de comercio.
- ✓ Que tenga inscrito ante la cámara de comercio de su localidad o municipio, el establecimiento de comercio por medio del cual se prestará el servicio turístico.
- ✓ Que la actividad comercial y/o el objetivo social, corresponda o contemple actividades y/o
- ✓ funciones del prestador de servicios turísticos que se pretende inscribir.
- ✓ Verificar en la página web del ministerio de comercio. Industria y turismo, [www.mincomercio.gov.co-registro](http://www.mincomercio.gov.co-registro) Nacional de turismo- prestadores de servicios turísticos, que no se encuentre ya registrado un establecimiento de comercio con el mismo nombre (homonimia) al que se va registrar.

#### **Decreto 2074 de 2003: Formalización Ante la Cámara de Comercio**

- ✓ Para Personas Naturales:
  - Registro de Matricula Mercantil
  
- ✓ Para Personas Jurídicas:
  - Certificado de existencia y representación Legal
  - Registro de los Libros contables.
  
- ✓ Formalización Ante la DIAN ( Tributaria)

- Registro Único Tributario (RUT).
- Obtención del NIT (No de identificación tributaria)
  
- ✓ Formalización Legal ante secretaría de Hacienda De la Alcaldía
  
- Registro de Industria y Comercio
- Registro de Uso de suelo, condiciones sanitarias y de seguridad
  
- ✓ Formalización de seguridad Laboral
  
- Afiliación a Régimen de Salud
- Afiliación a Riesgos Profesionales
- Afiliación a Pensión
- Afiliación a Caja de Compensación.
  
- ✓ Requisitos para la Inscripción a la cámara de comercio:
  - Original del documento de identidad.
  - Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
  - Formularios de inscripción
  - Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017

**Cartilla fundamentos para ser un prestador de servicios turístico debidamente formalizado**

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE CECAR-  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

[Volumen 1, número 1]



**FUNDAMENTOS  
PARA SER UN  
PRESTADOR DE  
SERVICIOS  
TURISTICO  
DEBIDAMENTE  
FORMALIZADO**

## INTRODUCCIÓN

La formalización empresarial en la actualidad no se viene efectuando de manera adecuada, ya que existen muchos establecimientos comerciales no cuentan con cámara de comercio, ni con el registro único tributario, y mucho menos con una contabilidad, lo que resulta difícil casi que imposible tener un control sobre cuántas empresas en realidad existen en el municipio de San José del Guaviare, a qué actividad económica se dedican, cuanto es el flujo monetario en el municipio en el sector turístico.

En este documento que ha sido el resultado de la aplicación de los conocimiento y habilidades adquiridas durante el proceso de formación profesional en Administración de empresas bajo la investigación del trabajo de grado por parte de las autoras, enuncian los beneficios, los aspectos legales, económicos y sociales que influyen en la formalización empresarial en la prestación de servicios turísticos en la región.

Este proyecto busca fomentar otra visión frente a la formalización empresarial, tratando de cambiar esa percepción de que la formalidad es igual a gastos, y el lector, propietario, prestador de servicios turísticos e incluso el mismo turista, pueda iniciar a comprender que la formalidad empresarial representa crecimiento y estabilidad.

### Contenido

Introducción	1
Diagnóstico	2
Conceptualización sobre economía formal del turismo	5
Formalización	6
Guaviare, alto potencial como destino turístico	8
Normatividad que rige la formalidad empresarial en Colombia.	10
¿Es conveniente formalizar mi empresa?	12
La formalidad VS informalidad	13
Recomendaciones	15



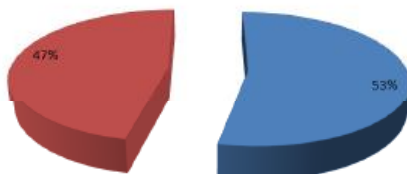
## CAPITULO 1. DIAGNÓSTICO



En el desarrollo del trabajo de grado, al aplicar el instrumento de recolección de datos en una muestra representativa de 15 prestadores de servicios turísticos se establece la siguiente discusión:

### 1. ¿En breves palabras describa como ofrece usted el servicio turístico en este sitio?

- Atención bienvenida al turista con la presentación del personal del sitio y los diferentes servicios y se le ubica.
- Dejar que el turista se ubique en algún espacio y que pregunte por algún servicio para ser atendido.



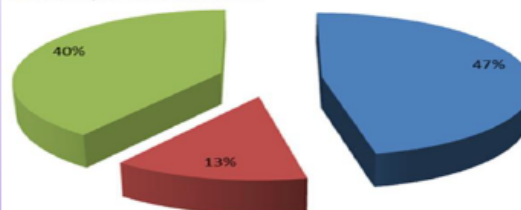
El 53% de los propietarios de los sitios turísticos encuestados afirma que cada vez que un turista o grupo de personas ingresa al sitio este o estos son inmediatamente atendidos por el dueño, administrador o empleado para darle un recibimiento acogedor con un discurso de bienvenida que contiene la presentación a nombre propio y del sitio turístico, donde también se les da a conocer las diferentes actividades y o servicios entre estos: zona de alimentación y bebidas, zona de campin, guianza por senderos naturales, avistamientos de fauna, flora y entre otros con los que cuenta el establecimiento; además de ofrecerles un acompañamiento y acomodación para su estadía de una manera cordial, fraterna y amistosa.

El restante 47% están a la espera de que el turista se acomode por cuenta propia y solicite algún servicio para atenderlo. Esto debido a que los propietarios afirman que la mayoría de los visitantes ya conocen el sitio porque siempre lo visitan por publicidades por medio de redes sociales y voz a voz. Por ello se hace necesario resaltar la necesidad e importancia que para lograr mayor calidad y eficiencia en el servicio prestado se debe brindar una atención al cliente de manera amable, clara y organizada.

Las actividades del sector turístico en el municipio de San José del Guaviare se discriminan en tres grupos: Un grupo denominado Guianza por senderos y sitios naturales; donde se especifican actividades como: senderismo, visitas a cascadas, recorrido por túneles naturales, los pozos y los puentes naturales, diferentes cascadas, pinturas rupestres, formaciones rocosas entre otros; este tipo de actividades generan una mayor rentabilidad al 40% de los propietarios encuestados,

### 2. ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?

- Alimentación y bebidas
- Avistamiento de Fauna y Flora
- Guianza por senderos naturales



3

 COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

al igual que lo representa el 47% al expendio de alimentos y bebidas en otros sitios turísticos, lo que repercute notablemente en que aún falta mucho por aprovechar en el potencial de estos últimos sitios en su zona natural, por tal razón no han buscado la legitimización hacia el sector turístico. El 13% restante enfatiza sus utilidades por avistamiento de fauna y flora, mayormente en aves y las toninas, aunque solo pocos lugares tienen este tipo de atracción turística este representa una maravilla en el Guaviare y su rentabilidad alta.

### 3. ¿Su cámara de comercio y Rut corresponde a la prestación de servicios turísticos?

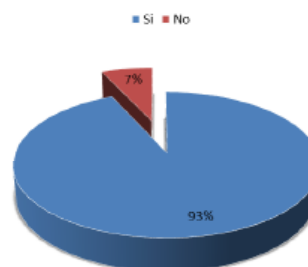


El 73% de los 15 encuestados manifiesta que no está legalmente constituido como prestador de servicio turístico, debido a la falta de tiempo para realizar estas diligencias, otros no han visto la necesidad de tener esta documentación ya que cuenta con la cámara de comercio con la razón social de servicios de alimentación y expendio de bebidas, la distancia al casco urbano y el acceso es un poco difícil, también argumentan desconocimiento del proceso de legalización, dos de ellos están en trámite ante la cámara de comercio, y el restante 27% poseen el registro mercantil, con la razón social 7912 actividades de operadores turísticos.

Una campaña promocional eficaz provoca una acción positiva o la respuesta de su mercado objetivo. El público debe sentirse obligado a buscar información sobre las actividades, el alojamiento y los viajes a la zona o de la comunidad que se promociona. Más deseable, la campaña es lo suficientemente eficaz como para generar ventas reales y sostener una industria turística exitosa.

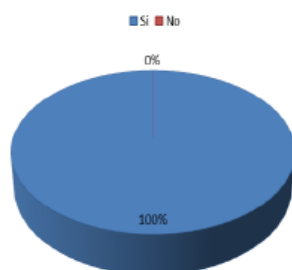
En este enfoque el 93% de los propietarios trabaja arduamente para darle publicidad a su empresa. Es así que participan en ferias y ruedas de negocios en las diferentes convocatorias regionales y nacionales a través de Anato y Fontour, también se usa en cierta medida el marketing digital desde las redes sociales, los otros medios de

### 4. ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos?



publicidad se basan en voz a voz y las vallas publicitarias ubicadas en los sitios. El restante 7% argumenta no financiar ejercer publicidad debido a que están realizando adecuaciones al sitio.

### 5. ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región?



Por unanimidad existe una conciencia plena del progreso en la región y entre los encuestados hay un gran sentir de que el turismo es uno de los sectores más importantes para reactivar y potencializar la economía regional y nacional. El sustento de este argumento se evidencia en cada una de las respuestas dadas por este 100% de la muestra según las siguientes características:

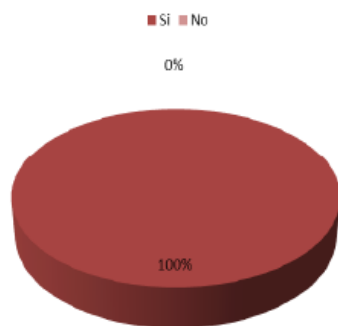
- Se obtiene un mayor porte para impuestos.
- Se generan nuevos empleos.
- Se contribuye con ingresos para el departamento de parte de los turistas nacionales y extranjeros.
- Gana credibilidad y reconocimiento cada uno de los sitios turísticos.
- Se obtienen beneficios y vínculos con grandes organizaciones o gremios que impulsan el turismo.



COOPERACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

4

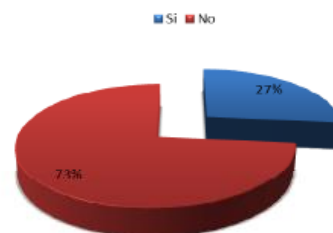
### 6. ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de san José del Guaviare?



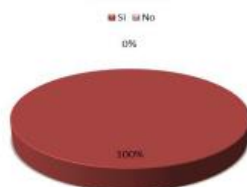
- Falta de una cultura de cuidado y conservación por parte del turista local.
- Estigmatización del municipio y el departamento por su historial de violencia.
- Falta de interés en materia de inversión por parte de los entes gubernamentales.
- Subsistencia de grupos al margen de la ley.
- Vías inexistentes o en deplorable estado.
- Desinformación y desactualización en temas de turismo.
- Deficiencia en la capacidad hotelera.
- Acompañamiento ineficaz en la orientación de la legislación, normas, reglamentos y cuidado de los sitios turísticos.
- Falta de establecimiento de rutas aéreas con mayor frecuencia.

Este tema por ser el objeto de interés de esta investigación se convierte en la variable de decisión en la búsqueda de la mejor estrategia para que los prestadores de servicios turísticos se sientan motivados a formalizar sus empresas, como lo es en el caso del 73% de los encuestados quienes describen la falta de capacitación y formación, falta de tiempo para la realización de las diferentes gestiones ante los entes institucionales para la consecución de los registros y sobre todo la falta de un acompañamiento total en la tramitología existente. El 27% de los encuestados ya tienen el registro pero afirman lo complejo y perdido que se encontraron al realizar esta gestión.

### 7. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT)?



### 8. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial?



El 100% cree que es absolutamente importante que se tenga capacitación y formación permanente, en el sentido que todo lo que permita el aprendizaje y conocimiento para brindar así un servicio óptimo, que es necesario para todo el personal que labora en el sitio turístico, lo que potencializara hacia una imagen de altura y de calidad en el sector turístico del departamento y finalmente para no evadir impuestos.



COOPERACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019



## CAPITULO 2. BREVE CONCEPTUALIZACIÓN SOBRE ECONOMIA FORMAL DEL TURISMO

Existe un amplio debate en torno al sector informal y su repercusión en la microeconomía, no obstante pretender abarcar en esta investigación toda la literatura que del tema existe sería un tanto utópico. La existencia del sector informal quizá se remota a los inicios del sistema de producción capitalista, la primera vez que aparece el término formal-informal en la literatura académica es a principios de los setenta, como resultado de un estudio llevado a cabo en Ghana por Keith Hart- aunque pueden encontrarse algunos antecedentes teóricos en las teorías marginalista y dualista del desarrollo económico-. Para Hart el sector informal básicamente sería un exportador de toda clase de productos, principalmente servicios, dada su cercanía con los consumidores finales, por lo que podría ser entendido como el subempleo que afecta a aquellos que no consiguen ingresar en el sector moderno de la economía.

Pues bien está claro que una definición más contemporánea no se podría dar ya que si bien el sector informal no cumple o está fuera de las normas legales como lo ve Hart es un subempleo de lo que debería ser un desarrollo comercial formal. Según este enfoque, uno de los principales problemas de la informalidad consiste en que al ser fijo gran parte del capital que se utiliza (activos ilíquidos que no se pueden separar fácilmente del recurso trabajo), no permite la libre transferencia entre los sectores formal e informal, por lo que el objetivo del trabajador informal quedaría reducido a maximizar su ingreso total en lugar de optimizar su tasa de utilidad como sucede en el caso del capitalismo formal. Esta condición haría que el individuo apenas supliera sus necesidades básicas de subsistencia sin muchas posibilidades de acumulación de capital.

5



Por ende, muchos microempresarios que se encuentra informales en Colombia temen que el proceso de formalización es un acto negativo para su futuro empresarial, ya que los condena a pagar impuestos y prestaciones sociales de por vida, restando aún más, los bajos niveles de rentabilidad de su negocio. Entonces se genera una interrogante ¿No será que la formalización lo que ofrece en realidad es una oportunidad para conquistar nuevos mercados, mejorar sus niveles de rentabilidad y mantener su permanencia competitiva a través del tiempo?

En un reciente estudio realizado de la Universidad Externado de Colombia 'La informalidad empresarial en Colombia - caracterización', se definió que los beneficios de pertenecer a la economía formal se traducen en un mayor volumen de ventas, al hacer a la empresa más visible ante el mercado local, y ante el mercado extranjero, donde sin duda debemos incluir al reciente Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos, nuestro principal socio comercial (38,3 por ciento de nuestras exportaciones).



6



Tomando en cuenta las definiciones, se puede apreciar que la definición de empresa revela los siguientes elementos que componen la estructura básica de lo que es una empresa:

- ✓ Entidad
- ✓ Elementos humanos
- ✓ Aspiraciones
- ✓ Bienes materiales
- ✓ Capacidad técnica
- ✓ Capacidad financiera
- ✓ Producción, transformación y/o prestación de servicios
- ✓ Satisfacción de necesidades y deseos

## FORMALIZACIÓN

Ser Formal en la actividad comercial significa que cualquier establecimiento comercial organizado en un sitio determinado, desarrolla su actividad cumpliendo unos requisitos mínimos para así poder disfrutar de los beneficios que el ser formal le otorgan tales como el reconocimiento, tranquilidad, seguridad, estabilidad y la oportunidad de tener acceso a cualquier oferta institucional.

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

La Organización Mundial del Turismo (Sancho, 1998 p. 44) define el turismo como el sector que "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". La definición destaca los conceptos de desplazamiento, permanencia transitoria, origen y destino, cuyo ejercicio proporciona las condiciones de producción que satisfaga las necesidades que por esta actividad se generan.

Medlik y Middleton (1973) citados por Jiménez, (1986 p. 142) describen "el producto turístico como una experiencia completa desde que el turista deja su casa hasta que regresa a ella". Jiménez et al p.117 retoma a Sessa quien plantea que el turismo "Es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que, a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas".

☒ Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

☒ Julio García y Cristobal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".

☒ Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios"



Se considera formal a las empresas que:

1. Están inscritas en el Registro Mercantil
2. Están inscritas en el Registro Único Tributario – RUT y los Registros de impuestos locales.
3. Los Empleados están inscritos en una Administradora de Riesgos Laborales – ARL (antes ARP).
4. Los Empleados están afiliados al Sistema de Seguridad Social (Salud y Pensión) y a una Caja de Compensación Familiar.
5. Llevan la contabilidad según los lineamientos normativos de acuerdo al régimen sobre las ventas al que pertenezca (Simplificado o Común).
6. Pagan impuestos
7. Cumplen con los requerimientos relacionados con la apertura y funcionamiento de comercio definidas en la Ley 232 del año 1995.

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

Uno de los principales problemas que tenemos en la formalización es la informalidad, la cual origina que muchos empresarios personas natural trabajen al margen de la ley. Sin embargo, en conversaciones coloquiales, personas empresarias o no, se quejan de tener que pagar los impuestos, o que les cayó la DIAN, o que todo su esfuerzo se lo lleva la DIAN. Por eso a continuación se detalla lo aspecto de la formalidad y de la informalidad.

	ESTRUCTURA FORMAL	ESTRUCTURA INFORMAL
<b>Tamaño de la Unidad</b>	Departamentos (Grandes Unidades)	Grupos pequeños
<b>Duración Temporal</b>	Relativamente ilimitada (No depende de los sujetos)	Relativamente limitada (Depende de los sujetos)
<b>Centrada en:</b>	Puesto	Persona
<b>Patrón de actuación</b>	Uniforme, previsible	Irregular, imprevisible
<b>Grado de estandarización</b>	Alto	Bajo
<b>Tipo de diferenciación funcional:</b>	Estructura burocrática	Grupo profesional
<b>Normas</b>	Prescripciones fijas, normatividad formal	Acuerdos personales, prácticas habituales, normatividad informal
<b>Legalidad de expectativas</b>	Conforme a la ley, oficial	En parte legal y en parte sin determinar
<b>Procesos generales</b>	Planificación racional	Interacción espontánea
<b>Bases de comunicación</b>	Pertenencia de departamento	Proximidad
<b>Tipo de poder</b>	Legítimo, de recompensa y colectivo	De referencia y experto
<b>Origen del poder</b>	Delegado por gerencia	Delegado por grupo
<b>Adhesión personal</b>	Racional y según reglas	Personal, sentimental y espontánea
<b>Motivación personal</b>	Objetivo, resolución, problemas	Satisface necesidades, cohesión

Tan importante ha llegado a ser este sector en el comercio mundial que ocupa actualmente el cuarto lugar en los sectores de mayor importancia después de los combustibles, productos químicos y productos alimenticios. No solamente es importante para los países desarrollados, sino que, por el contrario, el turismo representa en los países en desarrollo una de las principales fuentes de ingreso y economía, según el "Panorama OMT del turismo internacional, edición 2012".

Sin embargo, las ventajas de formalización empresarial están determinadas por aquellos elementos incorporados que añaden valor al destino turístico, como la educación y formación que se cuenta para cada actividad turística a desarrollar, las mejoras en cuanto a los canales y medios de información del destino, entre otros, que se establecen como lineamientos básicos para crear una dinámica de mejora continua.

Otros autores como Ritchie Crouch definen ventaja competitiva turística como "la capacidad de un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a mediano y largo plazo. Así, un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos y, sin embargo, no ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, pero que los emplee de forma más eficiente", esta definición permite establecer el horizonte hacia donde deben enfocarse los actores del sector.



Por ende, muchos microempresarios que se encuentra informales en Colombia temen que el proceso de formalización es un acto negativo para su futuro empresarial, ya que los condena a pagar impuestos y prestaciones sociales de por vida, restando aún más, los bajos niveles de rentabilidad de su negocio. Entonces se genera una interrogante ¿No será que la formalización lo que ofrece en realidad es una oportunidad para conquistar nuevos mercados, mejorar sus niveles de rentabilidad y mantener su permanencia competitiva a través del tiempo?

En un reciente estudio realizado de la Universidad Externado de Colombia 'La informalidad empresarial en Colombia - caracterización', se definió que los beneficios de pertenecer a la economía formal se traducen en un mayor volumen de ventas, al hacer a la empresa más visible ante el mercado local, y ante el mercado extranjero, donde sin duda debemos incluir al reciente Tratado de Libre Comercio firmado con Estados



8



Para nadie es un secreto que hace tan solo algunos años, Colombia era un territorio paralizado para el turismo debido principalmente a la situación de orden público que sufría el país.

En poco más de 10 años las cosas han cambiado y ahora Colombia es un lugar mucho más seguro, por el que se puede viajar y sobre todo son considerados como sello colombiano; Caño Cristales, Capurganá, Vichada y Guaviare Vaupés, EL Calvario y san Juanito son solo algunos de esa amplia lista.

Al sur, donde termina la región de la Orinoquía y comienza la Amazonía se ubica el departamento del Guaviare, un lugar de un inmenso atractivo natural y hasta cierto punto muy particular por sus condiciones geológicas. Allí se encuentran formaciones muy importantes como la Serranía de La Lindosa y la de Chiribiquete, esta última generada a partir del Escudo Guyanés, una de las rocas más antiguas del planeta.

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

### CAPITULO 3. GUAVIARE, ALTO POTENCIAL COMO DESTINO TURISTICO

#### La puerta de Orión



A solo 9 Km vía a Villavicencio, se encuentra uno de los monumentos naturales más impactantes de este destino, La Puerta de Orión. Esta es una formación de roca que tiene aproximadamente nos 15 metros de altura y unos 20 de ancho. Para llegar hasta ella se debe realizar una caminata tranquila de unos 20 minutos aproximadamente.

#### Cerro Azul o Cerro Pinturas Rupestres



Un poco más retirado de San José, a 47 Km se encuentra Cerro Azul, una llamativa montaña que sobresale entre la selva. La visita a este atractivo significa una caminata de más o menos 40 minutos, el nivel de exigencia es medio con algunos tramos complejos.

Ahora bien, estamos absolutamente seguros de que el esfuerzo tiene recompensa. En este cerro se encuentran una serie de pinturas rupestres que conforman unos murales hermosos donde el pigmento rojizo se vuelve hipnótico entre el verde que rodea el lugar.

El primer mural es quizás el más impresionante de todos, desafortunadamente hay algunos que han venido deteriorándose por efectos del clima y en algunos casos del hombre.



COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

#### Laguna de Nare – Avistamiento de Toninas

Centro agro turístico donde se puede disfrutar de la flora y fauna, allí se puede realizar el avistamiento de Toninas, o delfín de agua dulce, la laguna de Nare es el lugar preferido por esta especie animal, pues reúne las condiciones ambientales para su estadía y alimentación y principalmente para su reproducción así que los 12 meses del año nos brindan un 100 % probabilidades de avistamiento de estos ejemplares.

#### Caño sabana – Tranquilandia

Con las mismas características que su vecino caño cristales, Caño Sabana un riachuelo de colores, ubicado a pocos kilómetros de San José del Guaviare las plantas *Macarenia clavigera*, le ofrece una paleta de colores fucsias, que lo hacen un lugar de obligatoria visita cuando se viaja a San José del Guaviare, Este atractivo natural solo es posible visitarlo en temporada de lluvias.

#### Las formaciones rocosas de la Serranía de la Lindosa

Muy cerca de San José en la Serranía de La Lindosa, se encuentran una serie de afloramientos de roca con formas muy particulares que en algunos casos desafían hasta las leyes físicas. En este lugar se puede hacer un recorrido de unos 45 minutos disfrutando de los caprichos de la naturaleza y jugando a encontrarles formas reconocibles a las rocas. Estando allí se puede también disfrutar de los Túneles Naturales.

#### Pozos Naturales

A tan solo 8 Km de San José están los Pozos Naturales, este es un particular río que corre en medio de un paisaje que más bien parece un set de una película de ciencia ficción. En el trazo de su caudal el agua socavó algunas zonas de la roca creando hoyos que pueden tener hasta 8 metros de profundidad (aun cuando el mito es que no tienen fondo) generando así una secuencia de pozos conectados por el río. Sin duda este es uno más en la lista de lugares para conocer en Colombia.

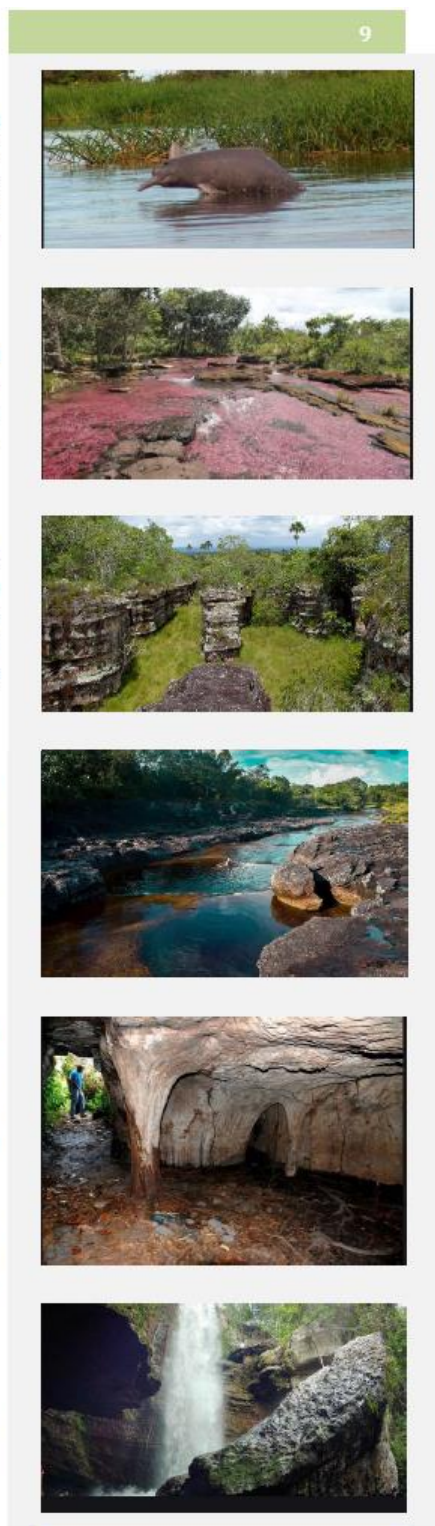
#### Túneles Naturales

También situado por la vía Nuevo Tolima en el kilómetro 11 desde San José del Guaviare se encuentra uno de los lugares más acogedores del Guaviare, afloramientos rocosos de extraordinarias formas, cuevas naturales, laberintos, arte rupestre, exuberante flora y fauna, acompañada de dos balnearios naturales con aguas de pureza sin igual; es el lugar apropiado para hacer interpretación ambiental, caminata, espeleología y mucha investigación.

Los recorridos se hacen por medio de la roca que ha hecho una especie de caminos o túneles por el cual hacemos el recorrido, en el podemos observar el laberinto y también algunas especies de árboles que tratan de sobrepasar las alturas de las rocas y sobrevivir.

#### Cascada Las Delicias

Una caída de agua de 27 m de altura, es un lugar que escogen los aficionados a los deportes de aventura cerca de San José del Guaviare. En la cascada, ubicada a 17 km del municipio, en la vía a Villavicencio, es posible practicar rappel. En los alrededores habitan dantas, micos y tigrillos, entre otros animales.



10



Colombia es un país solidario por lo tanto es de libre decisión realizar la actividad económica y la empresa privada siempre y cuando los beneficios, sea para el bien común, y por ende la libre competencia se debe realizar con responsabilidad para garantizar la sostenibilidad de la economía en general.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones donde el estado actúa como fortalecedor de las organizaciones, e interviene como ente regulador por medio de leyes que cuyo fin es busca evitar acciones que perjudiquen al ambiente, al patrimonio cultural y a la sociedad.

El estado estipula dentro de sus leyes que para formalizar negocios nuevo o ya existente una serie cumplir obligaciones específicas que los certifica y les permite realizar sus actividades de manera legal lo que significa para ellos beneficios que los hacen competentes en el mercado en cual interactúan.

En el municipio de San José del Guaviare, existen los entes

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

## CAPITULO 4. NORMATIVIDAD QUE RIGE LA FORMALIDAD EMPRESARIAL TURISTICA EN COLOMBIA.

encargados de regular las actividades mercantiles como son la Cámara de comercio, la Notaria, la DIAN Departamento de impuestos y Aduanas y la Secretaria de Hacienda a aquellos comerciantes que deciden formalizar sus negocios y ser reconocidos.

Estas entidades están habilitadas para Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos mediante programas de promoción y apoyo a la formalización de la empresa que incluye procesos de orientación, capacitación ,formación, consultoría y preparación para acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas institucionales público y privados.

Para que una empresa o actividad empresarial sea formal, debe cumplir con los requerimientos

establecido, regidos por las siguientes normas:

- ❖ Constitución Política de Colombia Art. 33, titulo XII del régimen económico y de hacienda Publica: La cual establece la libertad económica y toma la empresa como base para el desarrollo
- ❖ Ley 1429 del 29 de diciembre de 2010:
  - ✓ Título I, Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.
- ❖ Decreto 410 de 197:
  - ✓ Artículo 1. "aplicabilidad de la ley comercial". Los comerciantes y los asuntos mercantiles se registrarán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas
  - ✓ Artículo 10. comerciantes - concepto - calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles
  - ✓ Artículo 11. "aplicación de las normas comerciales a operaciones mercantiles de no comerciantes". Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.
  - ✓ Artículo 12. "personas habilitadas e inhabilitadas para ejercer el comercio". Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.
  - ✓ Artículo 13. "presunción de estar ejerciendo el Comercio". Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:



COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

1. Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
2. Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
3. Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

- ✓ Artículo 16. delitos que implican prohibición del ejercicio del comercio como pena accesoria. Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fe pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derecho sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años.
- ❖ Decreto 2438 de 2010, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
  - ✓ Art. 1: Regla de las agencias de viajes en la prestación de Servicios:
    1. Extender a los usuarios un comprobante que especifique los servicios contratados.
    2. Suministrar en forma completa la información sobre los servicios solicitados por los usuarios, indicando al viajero con precisión la hora estimada de llegada y de salida del destino y la duración de ~ la estadía.
    3. Informar al usuario la facultad del organizador del viaje de efectuar modificaciones al plan o servicio turístico contratado en eventos de fuerza mayor o caso fortuito, sin que se requiera aceptación del usuario.
    4. Llevar un archivo con todos los soportes, eventualidades y circunstancias en las que se desarrolló el plan o servicio turístico. Cuando las agencias requieran la intermediación de otros prestadores de servicios turísticos, deberán celebrar convenios escritos o contar con ofertas o cotizaciones escritas en los que conste o compruebe tal calidad y los servicios que dicha intermediación comprende, los derechos y obligaciones de las partes, las condiciones de su operación y su responsabilidad frente al viajero.
  - ✓ Artículo 2º: Toda publicidad o información escrita sobre los planes o servicios turísticos ofrecidos por las Agencias de Viajes, deberá contener como mínimo lo siguiente: clase de alojamiento; categoría del establecimiento si se encontrare categorizado; tarifas; duración del plan turístico; medios de transporte; servicios complementarios; nombre y dirección del prestador y el correspondiente número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
  - ✓ Artículo 8º: Cualquier persona natural o jurídica que organice, promocióne y comercialice servicios, planes o paquetes turísticos, deberá cumplir las disposiciones del presente Decreto previo el cumplimiento de los requisitos establecidos para operar legalmente.
  - ✓ Decreto 545 de 2011: Registro Nacional DE Turismo: Este se hace ante el ministerio de industria comercio y turismo-cámara de comercio. Antes de realizar la solicitud de inscripción en el registro Nacional de turismo, cerciórese que:
    - La empresa esté debidamente registrada ante la cámara de comercio
    - Que tenga inscrito ante la cámara de comercio de su localidad o municipio, el establecimiento de comercio por medio del cual se prestará el servicio turístico.
    - Que la actividad comercial y/o el objetivo social, corresponda o contemple actividades y/o funciones del prestador de servicios turísticos que se pretende inscribir.
    - Verificar en la página web del ministerio de comercio. Industria y turismo, [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)-registro Nacional de turismo, prestadores de servicios turísticos, que no se encuentre ya registrado un establecimiento de comercio con el mismo nombre (homonimia) al que se va registrar.

11



#### PASO A PASO PARA FORMALIZAR NUESTRA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO TURISTICO.

##### Formalización Ante la Cámara de Comercio

###### Para Personas Naturales

- Registro de Matricula Mercantil

###### Para Personas Jurídicas:

- Certificado de existencia y representación Legal
- Registro de los Libros contables.

##### Formalización Ante la DIAN

- Registro Único Tributario (RUT).
- Obtención del NIT (No de identificación tributaria)

##### Formalización Legal ante secretaría de Hacienda De la Alcaldía

- Registro de Industria y Comercio
- Registro de Uso de suelo, condiciones sanitarias y de seguridad, estudio de carga

##### Formalización de seguridad Laboral

- Afiliación a Régimen de Salud
- Afiliación a Riesgos Profesionales
- Afiliación a Pensión
- Afiliación a Caja de Compensación.

##### Requisitos para la Inscripción a la cámara de comercio:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios de inscripción
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2018



12



## CAUSAS DE LA INFORMALIDAD

- Altos costos de la formalidad
- Carencia de información.
- El desempleo • Nivel de educación
- Edad • Sexo

## CONTRIBUCIÓN PARAFISCAL PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO

Los recursos recaudados se destinan a la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

## EVASIÓN TRIBUTARIA

Es una actividad ilícita y habitualmente está contemplada como delito o como infracción administrativa en la mayoría de los ordenamientos, que consiste en ocultar bienes o ingresos con el fin de pagar menos impuestos. La reforma tributaria penaliza con cárcel a los evasores de impuestos. Quienes realicen maniobras para reducir su impuesto a cargo afrontarán penas de entre 4 y 9 años de prisión, además de cuantiosas multas y la cancelación de su registro mercantil.

 COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019

## CAPITULO 5. ¿ES CONVENIENTE FORMALIZAR MI EMPRESA?

Uno de los beneficios que usualmente se mencionan es el acceso al crédito en condiciones más favorables. De acuerdo a Cárdenas y Rozo (2009) los informales solicitan menos crédito, básicamente porque no lo necesitan y porque enfrentan tasas de interés más altas. Los informales acuden en mayor proporción al crédito informal y que la proporción de los que obtienen el crédito solicitado es mucho más baja, 89% de los formales lo obtienen contra el 69% de los informales.

Un elemento importante que hay en formalizarse es que impacta favorablemente solo a aquellas empresas que llevan una dinámica de crecimiento, y que encuentran en el incumplimiento de los requisitos regulatorios un obstáculo para hacer la expansión del negocio que desean. En este sentido, las políticas de estímulo a la formalización tenderán a favorecer a las empresas que están listas para dar el salto, con lo cual se espera un impacto positivo a nivel agregado pues se mejoran las perspectivas para las empresas más productivas dentro del grupo de las informales.

Debido a la visita realizada a la Cámara de Comercio, vienen trabajando en distintas iniciativas de formalización empresarial y laboral, con la certeza de que la formalización es un mecanismo eficaz para: mejorar la gestión en las empresas; reafirmar el compromiso gremial con el trabajo decente; hacer una sociedad más justa, e insertar un creciente número de empresas, actividades económicas y personas en la economía formal del país como pilar fundamental de la Política Nacional de Competitividad Colombia 2032.

Además de su papel como administradores del Registro Público Mercantil, las Cámaras de Comercio vienen implementando programas de apoyo a la formalización empresarial, que ofrecen herramientas para la constitución, operación y funcionamiento de las empresas. Los puntos de encuentro de las acciones implementadas por las Cámaras se dan en los siguientes temas:

- ☒ Identificación y segmentación de las unidades productivas informales.
- ☒ Campañas orientación y sensibilización hacia la formalización, enfocadas en los beneficios y los servicios empresariales a los cuales la empresa puede acceder una vez se formalice.
- ☒ Ruedas de servicios de formalización empresarial y laboral, con participación de instituciones públicas y privadas (municipios, DIAN, Cajas de Compensación, SENA, ICBF, entre otras) que tienen competencia en la orientación, información y realización de trámites y requisitos de formalización empresarial y laboral.

En cuanto a la Ley 1429 de Formalización y Generación de Empleo que busca adoptar medidas que conduzcan a la formalización y generación del empleo, a través de incentivos a la formalización y creación de empresas, ésta se ha constituido en una intención clara del gobierno actual por generar un ambiente que facilite la formalización y creación de pequeñas empresas a la vez que sienta las bases para la fiscalización de las que pretenden permanecer en la informalidad. Las empresas que empiecen a operar formalmente, obtendrán beneficios sobre el pago de impuesto de renta, matrícula mercantil y aportes parafiscales, así:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6+
<b>Impuesto de renta y aportes parafiscales</b>	0%	0%	25%	50%	75%	100%
<b>Matrícula mercantil</b>	0%	50%	75%	100%		

Fuente de Cámara de Comercio

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019



## CAPITULO 6. LA FORMALIDAD VS LA INFORMALIDAD.

A continuación se enumeran alguna de las ventajas de pasarse al lado de la formalidad:

- ❖ Mayores posibilidades de posicionarse en el mercado, pues no tendrás problemas legales.
- ❖ Puedes asociarte con otras personas o con otras empresas para lograr mayor competitividad.
- ❖ Mayor credibilidad y confianza por parte de los clientes, si eres informal no les brindas seguridad, por lo tanto, tendrás una menor clientela.
- ❖ Tendrás mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y expandirte hacia plazas internacionales por medio de la exportación.
- ❖ Puedes acceder a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras tanto estatales como privadas. Puedes comprar con factura y acceder al crédito fiscal.
- ❖ Podrías participar en licitaciones públicas y hacer del Estado tu gran cliente. Asimismo, ser parte de la lista de proveedores de las grandes empresas, pues contarás con los requisitos formales.
- ❖ Contribuirás con el Sector ya que impulsarás el desarrollo social y económico con el pago de impuestos. Es necesario que sepas que las Pymes cuentan con beneficios tributarios.

### Ventajas de Formar una Empresa Individual como Persona Natural:

- ❖ La constitución de una empresa Unipersonal es sencilla, rápida, sin muchos trámites y poca inversión.
- ❖ Si tu negocio no te brinda los resultados que esperabas, puedes replantear sin ningún inconveniente giro del negocio.
- ❖ En relación al pago de tributos, las empresas unipersonales pueden acogerse al régimen único simplificado (rus), en el cual sólo harás un pago único mensual de acuerdo a los ingresos.
- ❖ En aspectos laborales, podrá acreditarse como microempresa y acogerse a los beneficios del Régimen Laboral Especial.

13

### Ventajas de Formar una Empresa Individual como Persona Jurídica:

- ❖ En ocasionales problemas ante terceros la empresa responde sólo por el monto de capital aportado.
- ❖ Accede sin mayores restricciones a los concursos públicos y adjudicaciones directas como proveedor de bienes y servicios.
- ❖ Puedes acceder a préstamo y/o servicios financieros de desarrollo empresarial del sistema formal.
- ❖ El propietario y socios trabajadores de la empresa acceden a beneficios sociales y seguro.
- ❖ Los propietarios conocen del rendimiento de sus inversiones a través de la evaluación de los resultados económicos contables, tales como: Balance General, Estado de Ganancias y Pérdidas y Flujo de Efectivo.
- ❖ Puedes ampliar el capital social, incluir nuevos socios estratégicos o abrir nuevas filiales.



14

 COOPERACIÓN UNIVERSITARIA CECAR-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 MARIA CONSUELO AVILA-LADY CORDOBA | 2019


El sistema turístico (Amparo Sancho, julio del 2008) se define como el resultado complejo de la interrelación de múltiples factores que deben ser vistos bajo una mirada sistémica, es decir, un conjunto de elementos que, enlazados entre sí, se encuentran para conformar una dinámica de evolución constante, que permita un crecimiento colectivo y sincronización de cada uno de ellos. Estos factores son:

**La demanda:** formada por el conjunto de consumidores o potenciales consumidores de bienes y servicios turísticos.

**La oferta:** compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.

**El espacio geográfico:** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se le haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

**Los operadores del mercado:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Para tener en cuenta:

BENEFICIOS DE LA FORMALIDAD	RIESGOS DE LA INFORMALIDAD
Recibir acompañamiento de la Cámara de Comercio en su proceso de formalización con un amplio portafolio de oportunidades para seguir fortaleciendo su empresa.	No poder presentarse a procesos de contratación pública.
Tener la posibilidad de convertirse en contratista del Estado.	Prácticas inadecuadas de préstamo de nombre o NIT, con las cuales pierde dinero y puede perder el cliente.
Recibir asesoría en los pasos claves para ser un proveedor exitoso y lograr ser proveedor de empresas más grandes.	Dificultades para presentarse ante nuevos clientes como un proveedor confiable por no cumplir con los requisitos mínimos que exige de ley.
Acceder a mejores oportunidades de financiación para la empresa.	Sancciones por parte de las entidades de inspección, vigilancia y control en el momento de una visita a su negocio.
Puede ser beneficiario o presentarse a los programas de fortalecimiento empresarial que tiene INN pulsa.	Si es informal, los costos por gastos médicos son muy superiores que cuando se tiene la afiliación al día en el Sistema de Seguridad Social y la cobertura de servicios es menor.
Hacer parte del programa Compre Colombiano y acceder a otros servicios que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Propais tienen para los micros y pequeños empresarios formales. Al formalizar su trabajo, su seguridad social mejora. Conozca los beneficios que concede el Sistema General de Seguridad Social a sus afiliados.	Otra empresa puede usar el nombre de su empresa. El nombre legal, será el que primero se registró en la Cámara de Comercio.
El IVA que su empresa factura, puede ser descontado.	No puede acceder a los beneficios que el gobierno genera para los empresarios.



## CAPITULO 7. RECOMENDACIONES.

Con el objetivo de establecer beneficios que se acomoden a las necesidades tanto del mercado como de los empresarios, el gobierno y las instituciones, deben continuar en la búsqueda de creación de políticas que ayuden a la formalización, ya que este tipo de acciones pueden ayudar a que el sector del turismo continúe la proyección de crecimientos que hasta ahora ha alcanzado y en el futuro se pueda posicionar como un sector de referencia nacional.

Es vital que las personas que estén vinculadas directamente al turismo, aprovechen los cursos que se dictan en entidades como el Sena, o desde el Ministerio de Industria y Turismo, para que sean capacitadas y actualizadas en las nuevas tendencias y teorías, ya que cada día se necesitan personas más informadas que ayuden a la evolución del sector.

Es absolutamente necesario que las instituciones que tienen corresponsabilidad directa con el turismo establezcan jornadas pedagógicas de formalización a los entes informales dentro del sector turístico. Concienzándolos en la importancia y el aporte que se hace hacia el departamento del Guaviare que se obtiene con la formalización, todo ello a través de metodologías que se ajusten al contexto regional, que sea eficiente para los dueños y prestadores de turismo. Llevar a cabo talleres de capacitación apoyados en la cartilla, producto del trabajo de esta investigación, anexo a ello un acompañamiento en el diligenciamiento de los formularios que se deben presentar en cada una de las dependencias existentes para lograr la formalización de sus empresas turísticas.



### AGRADECIMIENTOS

De parte de las autoras de este proyecto y de la Corporación Universitaria CECAR, extendemos el agradecimiento por su tiempo y colaboración.

JULIAN ANDRES SERNA – TUNELES NATURALES.

HORACIO CIFUENTES – VILLA LILLIA.

JOSE NOE ROJAS – PINTURAS DE CERRO AZUL.

SAUL GALEANO – CIUDAD DE PIEDRA.

MIRIAM LOPEZ – LOS ACACIOS.

RICARDO ALEXIS NIÑO – LA PRADERA.

ANDRES GRISALES – TRANQUILANDIA.

JAIME ALONSO BERNAL – POZOS NATURALES.

EFREN BUITRAGO ZAMBRANO – CAVERNA RUPICOLA.

RUILSON VALLEJO FRANCO – EL PARAISO.

CARLOS BELTRAN – LA LINDOSA.

SEGUNDO BOLAÑOS Y ABRAHAM DAZA – LAS DELICIAS.

RUBY RODRIGUEZ – PUENTES NATURALES.

ADRIANA SANCHEZ – LAGUNA NEGRA.

JULIAN NIÑO – CHARCO LINDOSA.

CAMARA DE COMERCIO DE SAN JOSE DEL GUAVIARE.

SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO.

SECRETARIA DE HACIENDA.

DIAN.



## Conclusiones

En la etapa de diagnóstico de esta investigación sobre la formalización empresarial en el sector turístico del municipio de San José del Guaviare, se evidenció que existe un agente preocupante que afecta al desarrollo económico, denominada la informalidad empresarial, problema que está abarcando un gran porcentaje en el mercado y los turistas lo están seleccionando como una opción para economizar los gastos dado los bajos costos, en este sentido de una población de 45 sitios turísticos, con una muestra representativa es visible que de 15 solo cuatro se encuentran debidamente formalizados, lo cual representa tan solo el 27% en este sector de la economía regional.

A través de la encuesta semiestructurada, diseñada como instrumento de recolección de datos, se pudo establecer las razones dadas por los prestadores de servicio turístico en el municipio de San José del Guaviare, persisten la actividad turística informal. El 73% de los encuestados manifiesta que no está legalmente constituido como prestador de servicio turístico, debido a la falta de tiempo para realizar estas diligencias, otros no han visto la necesidad de tener esta documentación ya que cuenta con la cámara de comercio con la razón social de servicios de alimentación y expendio de bebidas, la distancia al casco urbano y el acceso es un poco difícil, también argumentan desconocimiento del proceso de legalización. Igualmente aseguran que como factores que desmotivan el deseo de acceder a esta normalización se encuentra: la falta de una cultura de cuidado y conservación por parte del turista local, la estigmatización del municipio y el departamento por su historial de violencia, la falta de interés en materia de inversión por parte de los entes gubernamentales, la subsistencia de grupos al margen de la ley, vías inexistentes o en deplorable estado, la desinformación y desactualización en temas de turismo, la deficiencia en la capacidad hotelera del municipio, acompañamiento ineficaz en la orientación de la legislación, normas, reglamentos y cuidado de los sitios turísticos y la falta del establecimiento de rutas aéreas con mayor frecuencia.

La investigación encuentra por otro lado el ideal que existe entre los prestadores de servicios turísticos por ofrecer sus servicios de manera óptima, bajo normas de conservación de la naturaleza, impera el cuidado del medio ambiente, mitigar la deforestación y el buen servicio al cliente, sin importar si se cuenta o no con los registros adecuados, se esmera por prestar un servicio de calidad, En este enfoque el 93% de los propietarios trabaja arduamente para darle publicidad a su empresa. Es así que participan en ferias y ruedas de negocios en las diferentes convocatorias regionales y nacionales a través de Anato y Fontour, también se usa en cierta medida el marketing digital desde las redes sociales, los otros medios de publicidad se basan en voz a voz y las vallas publicitarias ubicadas en los sitios.

Por unanimidad existe una conciencia plena del progreso en la región, es claro que el turismo es uno de los sectores más importantes para reactivar y potencializar la economía del municipio, del departamento y del país. Las respuestas obtenidas por los entrevistados en esta investigación son pertinentes a esta visión de desarrollo: Con la formalización se obtiene un mayor aporte para impuestos, se generan nuevos empleos, se contribuye con ingresos para el departamento de parte de los turistas nacionales y extranjeros, se gana credibilidad y reconocimiento cada uno de los sitios turísticos, se obtienen beneficios y vínculos con grandes organizaciones o gremios que impulsan el turismo. Es necesario tomar estas apreciaciones, como una gran ventaja, y saber motivar al propietario prestador de servicios turísticos para encaminar su formalización; por ello la estrategia diseñada cumple con este objetivo al presentar una cartilla bajo un sustento teórico y ajustado al contexto estudiado en esta investigación.

La estrategia diseñada en formato cartilla, cumple con el objeto de interés de esta investigación al ser la mejor estrategia para que los prestadores de servicios turísticos se sientan motivados a formalizar sus empresas, como lo respalda el 73% de los encuestados quienes describen la falta de capacitación y formación, falta de tiempo para la realización de las diferentes gestiones ente los entes institucionales para la consecución de los registros y sobre todo la falta de un acompañamiento total en la tramitología existente. Así mismo el 100% cree que es absolutamente importante que se tenga capacitación y formación permanente, en los diversos temas de la prestación del servicio tal como legalización, atención al cliente, capacidad

---

de carga, establecimiento de tarifas, organización y alianzas, diseño de proyectos para consecución de recursos, contabilidad y pago de impuestos, conocimiento que sirve para brindar así un servicio óptimo, necesario para todo el personal que labora en el sitio turístico, lo que potencializara hacia una imagen de altura y de calidad en el sector turístico del departamento.



## **Recomendaciones**

Con el objetivo de establecer beneficios que se acomoden a las necesidades tanto del mercado como de los empresarios, el gobierno y las instituciones, deben continuar en la búsqueda de creación de políticas que ayuden a la formalización, ya que este tipo de acciones pueden ayudar a que el sector del turismo continúe la proyección de crecimientos que hasta ahora ha alcanzado y en el futuro se pueda posicionar como un sector de referencia nacional.

Es vital que las personas que estén vinculadas directamente al turismo, aprovechen los cursos que se dictan en entidades como el Sena, o desde el Ministerio de Industria y Turismo, para que sean capacitadas y actualizadas en las nuevas tendencias y teorías, ya que cada día se necesitan personas más informadas que ayuden a la evolución del sector.

Es absolutamente necesario que las instituciones que tienen corresponsabilidad directa con el turismo establezcan jornadas pedagógicas de formalización a los entes informales dentro del sector turístico. Concientizándolos en la importancia y el aporte que se hace hacia el departamento del Guaviare que se obtiene con la formalización, todo ello a través de metodologías que se ajusten al contexto regional, que sea eficiente para los dueños y prestadores de turismo.

Llevar a cabo talleres de capacitación apoyados en la cartilla, producto del trabajo de esta investigación, anexo a ello un acompañamiento en el diligenciamiento de los formularios que se deben presentar en cada una de las dependencias existentes para lograr la formalización de sus empresas turísticas.

## Referencias Bibliográficas

- Alcivar, I. (2019). *Calidad = expectativa vs servicio recibido*. Obtenido de [www.entornoturistico.com](https://www.entornoturistico.com): <https://www.entornoturistico.com/la-calidad-en-el-turismo/>
- Camara de comercio de Bogotá. (6 de Junio de 2018). *Formalización empresarial en el sector turístico*. Obtenido de [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co): <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Junio-2018/Formalizacion-empresarial-en-el-sector-turistico-un-reto-para-Bogota-Region>
- Cámara de Comercio San José del Guaviare. (2018). *Censo electoral definitivo*. Obtenido de [www.camarasanjose.org.co](http://www.camarasanjose.org.co): <http://camarasanjose.org.co/archivos/image/files/CENSO%20ELECTORAL%20DEFINITIVO%282%29.PDF>
- Cárdenas, T. F. (1991). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis de Mercados*. México.: Trillas.
- Douglas, P. (1998). *Desarrollo Turístico su Planificación y Ubicación y Geográfica*. .
- Entorno Turístico. (2018). *Agenda 21 para Viajes y Turismo: Planificación de un desarrollo sostenible del turismo*. Obtenido de [www.entornoturistico.com](http://www.entornoturistico.com): <https://www.entornoturistico.com/agenda-21-para-viajes-y-turismo-planificacion-de-un-desarrollo-sostenible-del-turismo/>
- Gardey, J. P. (2016). *Definición de servicios turísticos*. Obtenido de [www.definicion.de](http://www.definicion.de): <https://definicion.de/servicios-turisticos/>
- Martinez, F. L. (2007). *Conceptos y Características del Turismo Rural*. Sena virtual. Obtenido de SENA.
- Mincit. (2017). *Estrategia transversal de formalización empresarial*. Obtenido de [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co): <http://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial>
- Mincit. (16 de septiembre de 2018). *Plan sectorial de turismo*. Obtenido de [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co): [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN\\_SECTORIAL\\_DE\\_TURISMO\\_2014-2018\\_16\\_DE\\_SEPTIEMBRE\\_DE\\_2014.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file)

- Oit. (1 de 2017). *La formalización de las empresas*. Obtenido de [https://www.ilo.org/https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_549523.pdf](https://www.ilo.org/https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf)
- Orellana, J. (13 de 9 de 2017). *Estas son las estrategias a seguir para formalizar los negocios, según la OIT*. Obtenido de [www.laprensagrafica.com: https://www.laprensagrafica.com/economia/Estas-son-las-estrategias-a-seguir-para-formalizar-los-negocios-segun-la-OIT-20170913-0045.html](http://www.laprensagrafica.com/https://www.laprensagrafica.com/economia/Estas-son-las-estrategias-a-seguir-para-formalizar-los-negocios-segun-la-OIT-20170913-0045.html)
- Ortúzar, F. (2 de mayo de 2013). *manual para formalización de empresas turísticas*. Obtenido de [www.calidadturistica.cl: http://www.calidadturistica.cl/noticias/sernatur-los-lagos-entrega-manual-para-formalizacion-de-empresas-turisticas/](http://www.calidadturistica.cl/http://www.calidadturistica.cl/noticias/sernatur-los-lagos-entrega-manual-para-formalizacion-de-empresas-turisticas/)
- Revista Semana. (8 de mayo de 2017). *“Es hora del Ministerio de Turismo”*. Obtenido de [www.semana.com: https://www.semana.com/economia/articulo/es-hora-del-ministerio-de-turismo/535316](http://www.semana.com/https://www.semana.com/economia/articulo/es-hora-del-ministerio-de-turismo/535316)
- Ruiz, R. D. (2012). *Capacidad de carga turística del área de uso público*. Obtenido de Universidad Tecnológica de Pereira: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2761/333715R934c.pdf;jsessionid=636E858D5AC781A1378FF1A708D00CF4?sequence=1>
- Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: MC GRAW HI, paginas 547-586.
- Sena Virtual. (2014). *Guianza en recorridos por la Naturaleza*. Comunidad Educativa Virtual.
- Universidad Católica de Uruguay. (2015). *La formalización de empresas en turismo*. Obtenido de [www.ucu.edu.uy: https://ucu.edu.uy/es/la-formalizaci%C3%B3n-de-las-empresas-en-turismo](http://www.ucu.edu.uy/https://ucu.edu.uy/es/la-formalizaci%C3%B3n-de-las-empresas-en-turismo)
- Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista Calidad en la Educación Superior*. Obtenido de [http://www.ujaen.es/investigacion/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/recogida\\_datos/recogida\\_entrevista.pdf](http://www.ujaen.es/investigacion/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_entrevista.pdf)
- Vive Colombia. (2018). *Guaviare, Colombia; Guía turística*. Obtenido de [www.mincit.gov.co: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=58187&name=GuiaTuristicaGuaviare-ok.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=58187&name=GuiaTuristicaGuaviare-ok.pdf&prefijo=file)

## Apéndice

Apéndice A. Instrumento de recolección de datos

### Entrevista semi-estructurada

San José del Guaviare, Mayo de 2019

Señores

Prestadores de servicio turístico

Somos estudiantes de X semestre de administración de empresas de la universidad “CECAR”. En atención a una problemática que ha venido surgiendo con respecto al turismo en san José del Guaviare y con la acogida que el municipio ha tenido por las diferentes atracciones, cultura, geología y clima; estamos realizando una investigación que busca una estrategia adecuada para que los prestadores del servicio turístico que se encuentran en la informalidad se puedan legalizar y posteriormente puedan acceder a los beneficios que se pueden obtener y que además puedan mejorar la calidad del servicio que se presta.

Solicitamos muy respetuosamente a usted responder a las siguientes preguntas, diseñadas como instrumento de recolección de datos y que soportara los resultados de nuestra investigación.

Contamos con su apoyo, la veracidad de sus respuestas y los conocimientos que ustedes han podido adquirir dentro de su actividad o servicio ofrecido, con la siguiente encuesta:

1. ¿En breves palabras describa como ofrece usted el servicio turístico en este sitio?

---

---

---

2. ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?

---

---



---

---

7. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT)? SI \_\_\_ NO \_\_\_

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones

---

---

---

---

8. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial? SI \_\_\_ NO \_\_\_

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones

---

---

---

---

Observaciones: \_\_\_\_\_

---

---

Muchas gracias por su colaboración y será tenido en cuenta para los propósitos de la implementación de la estrategia.

Responsables: María Consuelo Ávila Amórtegui, Lady Córdoba  
Administración de Empresas X semestre CECAR

## Apéndice B. Encuestas aplicadas

Pinturas de  
Cerro Azul  
José Noel Rojas  
321 732.8143  
312 541 7261

**Instrumento de recolección de datos**

**Entrevista semi-estructurada**

San José del Guaviare, Mayo de 2019

Señores  
Prestadores de servicio turístico

Somos estudiantes de X semestre de administración de empresas de la universidad "CECAR". En atención a una problemática que ha venido surgiendo con respecto al turismo en san José del Guaviare y con la acogida que el municipio ha tenido por las diferentes atracciones, cultura, geología y clima, estamos realizando una investigación que busca una estrategia adecuada para que los prestadores del servicio turístico que se encuentran en la informalidad se puedan legalizar y posteriormente puedan acceder a los beneficios que se pueden obtener y que además puedan mejorar la calidad del servicio que se presta.

Solicitamos muy respetuosamente a usted responder a las siguientes preguntas, diseñadas como instrumento de recolección de datos y que soportara los resultados de nuestra investigación.

Contamos con su apoyo, la veracidad de sus respuestas y los conocimientos que ustedes han podido adquirir dentro de su actividad o servicio ofrecido, con la siguiente encuesta:

- ¿En breves palabras describa como ofrece usted el servicio turístico en este sitio?  
 Recibimos nuestros clientes ofreciendo bebidas, comida  
 Camping, Guianza, Senderismo
- ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?  
 El sitio ofrece un circuito y la alimentación  
 junto al consumo de bebidas
- ¿Su cámara de comercio y Rut corresponde a la prestación de servicios turísticos? SI \_\_\_ NO \_\_\_  
 X  
 De Desconocimiento sus razones
- ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos? SI \_\_\_ NO \_\_\_  
 De NO X sus razones  
 Siempre hemos querido hacer parte de los  
 medios de medios
- ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región?  
 SI X NO \_\_\_  
 De H sido víctima de la ilegalidad por lo que no hemos  
 podido acceder a los beneficios del estado. sus razones
- ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de san José del Guaviare? SI X NO \_\_\_



¿Cuáles?  
la formalización implica estar vinculado a la  
institucionalidad siendo esto de gran ayuda para el  
crecimiento.

7. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT)? SI  NO

De si los conozco son sus muy extensas y demoradas razones siada dramitología.

8. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial? SI  NO

De Es el conocimiento y el aprendizaje sus permite prestar un mejor servicio a nuestros razones clientes

Observaciones: Muy interesante este tipo de investigación  
para el mejoramiento de nuestros sitios.

Muchas gracias por su colaboración y será tenido en cuenta para los propósitos de la implementación de la estrategia.

Responsables: María Consuelo Ávila Amórtegui, Lady Córdoba  
 Administración de Empresas X semestre CECAR



Villa Lila.  
ECONARE.  
317 7721739.  
Oracio Fuentes  
RUT: 44208.

**Instrumento de recolección de datos**

**Entrevista semi-estructurada**

San José del Guaviare, Mayo de 2019

Señores

Prestadores de servicio turístico

Somos estudiantes de X semestre de administración de empresas de la universidad "CECAR". En atención a una problemática que ha venido surgiendo con respecto al turismo en san José del Guaviare y con la acogida que el municipio ha tenido por las diferentes atracciones, cultura, geología y clima; estamos realizando una investigación que busca una estrategia adecuada para que los prestadores del servicio turístico que se encuentran en la informalidad se puedan legalizar y posteriormente puedan acceder a los beneficios que se pueden obtener y que además puedan mejorar la calidad del servicio que se presta.

Solicitamos muy respetuosamente a usted responder a las siguientes preguntas, diseñadas como instrumento de recolección de datos y que soportara los resultados de nuestra investigación.

Contamos con su apoyo, la veracidad de sus respuestas y los conocimientos que ustedes han podido adquirir dentro de su actividad o servicio ofrecido, con la siguiente encuesta:

1. ¿En breves palabras describa como ofrece usted el servicio turístico en este sitio?

En todas las plataformas posibles y en el sitio se ofrece los atractivos avistamiento de aves y una nota llamativa y acogedora.

2. ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?

Los alimentos y bebidas.

3. ¿Su cámara de comercio y Rut corresponde a la prestación de servicios turísticos? SI  NO

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

4. ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos? SI  NO

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

Fotos y videos de redes.

5. ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región? SI  NO

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

Genera Empleo y crecimiento, mejora la economía de la región.

6. ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de san José del Guaviare? SI  NO

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

¿Cuáles?  
La seguridad, apoyo institucional

7. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT)? SI  NO   
De 31 <sup>sus</sup> de marzo de cada año. razones

8. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial? SI  NO   
De Es viable, es necesario, pero necesitamos ir <sup>sus</sup> mas allá, materializando junta a los profesionales. razones

Observaciones: \_\_\_\_\_

Muchas gracias por su colaboración y será tenido en cuenta para los propósitos de la implementación de la estrategia.

Responsables: María Consuelo Ávila Amórtegui, Lady Córdoba  
Administración de Empresas X semestre CECAR

De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones \_\_\_\_\_

Laguna Negra  
 Adriana Sanchez.  
 Tel: 3105542424

**Instrumento de recolección de datos**
**Entrevista semi-estructurada**

San José del Guaviare, Mayo de 2019

Señores

Prestadores de servicio turístico

Somos estudiantes de X semestre de administración de empresas de la universidad "CECAR". En atención a una problemática que ha venido surgiendo con respecto al turismo en san José del Guaviare y con la acogida que el municipio ha tenido por las diferentes atracciones, cultura, geología y clima; estamos realizando una investigación que busca una estrategia adecuada para que los prestadores del servicio turístico que se encuentran en la informalidad se puedan legalizar y posteriormente puedan acceder a los beneficios que se pueden obtener y que además puedan mejorar la calidad del servicio que se presta.

Solicitamos muy respetuosamente a usted responder a las siguientes preguntas, diseñadas como instrumento de recolección de datos y que soportara los resultados de nuestra investigación.

Contamos con su apoyo, la veracidad de sus respuestas y los conocimientos que ustedes han podido adquirir dentro de su actividad o servicio ofrecido, con la siguiente encuesta:

1. ¿En breves palabras describa como ofrece usted el servicio turístico en este sitio?  
Cada turista llega y se ubica, y solicita el servicio que requiere o necesita
2. ¿Dentro de los servicios que usted ofrece cual es el más rentable?  
Los alimentos y las bebidas
3. ¿Su cámara de comercio y Rut corresponde a la prestación de servicios turísticos?    SI \_\_\_ NO \_\_\_  
X  
 De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones  
No me parece necesario nada de esos requisitos, así generamos economía a la región sin estos requisitos.
4. ¿Usted ha realizado actividades publicitarias a nivel externo ofertando sus servicios turísticos?    SI \_\_\_ NO \_\_\_  
X  
 De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones  
No me parece necesario
5. ¿Cree usted que al estar legalmente constituido su empresa aporta al desarrollo económico de la región?  
 SI X NO \_\_\_  
 De \_\_\_\_\_ sus \_\_\_\_\_ razones  
Porque podemos solicitar ayudas y así crecer más y poder emplear personas.
6. ¿Cree usted que hay factores importantes que afectan el turismo en el municipio de san José del Guaviare?    SI X NO \_\_\_



¿Cuáles?

El Abandono por parte de los entes Gubernamentales y municipales, La falta de cultura del turista Local, zona Roja.

7. ¿Conoce usted los trámites y los plazos para acreditar las normas técnicas y actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT)? SI \_\_\_ NO

De <sup>sus</sup> razones  
 por falta de estudio y pocos recursos.

8. ¿Cree usted que es viable capacitar a los prestadores de servicio turístico en los temas de formalización comercial? SI  NO \_\_\_

De <sup>sus</sup> razones  
 Nos ayuda a enriquecer el conocimiento y es especial a realizar cada uno de los trámites que necesitamos.

Observaciones:

Muchas gracias por su colaboración y será tenido en cuenta para los propósitos de la implementación de la estrategia.

Responsables: María Consuelo Ávila Amórtegui, Lady Córdoba  
 Administración de Empresas X semestre CECAR

Apéndice C. Formularios de diligenciamiento más importantes a la hora de legalizar la empresa prestadora de servicios turísticos.

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> Hoja Principal				<b>001</b>	
Espacio reservado para la DIAN 				2. Concepto: 0 2 4. Número de formulario  (415)7707212484(8020) 001 405202196 2			
3. Número de identificación tributaria (NIT): 1 7 1 1 3 3 6 7		6. CDr: - 5		12. Administración: 3 2		14. Buzón electrónico:	
<b>IDENTIFICACION</b>							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o su		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		26. Número de identificación: 1 7 1 1 3 3 6 7		27. Fecha expedición: 1966 05 05	
Lugar de expedición: COLOMBIA		País: 1 6 9		28. Departamento: Bogotá D.C.		29. Ciudad/Municipio: Bogotá	
30. Primer apellido: HERNANDEZ		31. Segundo apellido: FELIX		32. Primer nombre: ANTONIO		33. Apellido:	
34. Nombre comercial: JOYERIA Y RELOJERIA HISPANA		35. Razón social:		36. Tipo:		37. Signo:	
<b>UBICACION</b>							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Bogotá D.C.		40. Ciudad/Municipio: Bogotá		41. Dirección:	
42. Correo electrónico:		43. Aparente al: 2 8 2 / 2 8 8 9		44. Teléfono:		45. Teléfono 2:	
<b>CLASIFICACION</b>							
Actividad económica				Ocupación			
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Ocupación	
46. Código: 3 6 9 1	47. Fecha inicio actividad: 1994 01 18	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código: 1 2	51. Código:	52. Número establecimiento:	
<b>Responsabilidades</b>							
53. Código: 0 5 0 9 1 1 1 0							
05. Impuesto sobre la venta y complementación no 10. Usuario aduanero 09. Retención en la fuente en el impuesto Sobre 11. Ventas régimen común							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código: 2 2 2 9				55. Forme:		56. Tipo:	
57. Matr.:				58. CPC:		59. Servicio: 1 2 3	
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>							
60. Acreditado: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		61. No. de Folios:		62. Fecha: 2006 11 20		63. Nombre: GUILLERMO RODRIGUEZ LOURIDO	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo sustrajo y en consecuencia comprometerá exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 16 Decreto 2786 del 31 de Agosto de 2004. Firma del obligado:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado:			
64. Nombre: GUILLERMO RODRIGUEZ LOURIDO				65. Cargo: P.L.P., III 32 26			




**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO  
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES  
HOJA 2**

Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio  
Código Cámara y Fecha Radicación

INFORMACIÓN FINANCIERA						
En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos Colombianos. Datos sin decimales						
<b>5</b>	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS			
	Activo Corriente	\$ _____	Pasivo Corriente	\$ _____	Ingresos Actividad Ordinaria	\$ _____
	Activo No Corriente	\$ _____	Pasivo No Corriente	\$ _____	Otros Ingresos	\$ _____
	Activo Total	\$ _____	Patrimonio Neto	\$ _____	Costo de Ventas	\$ _____
			Balance Social (*)	\$ _____	Gastos Operacionales	\$ _____
		* Solamente si es Entidad sin ánimo de lucro			Otros Gastos	\$ _____
				Gastos por Impuestos	\$ _____	
				Utilidad / Pérdida Operacional	\$ _____	
				Resultado del Periodo	\$ _____	
(Revisar las instrucciones del formulario RUES) <span style="float: right;">GRUPO NIIF <input type="checkbox"/></span>						
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS						
1. NACIONAL		1.1. PÚBLICO _____%	1.2. PRIVADO _____%			
2. EXTRANJERO		2.1. PÚBLICO _____%	2.2. PRIVADO _____%			
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO						
<b>6</b>	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES	
	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	
	% _____	% _____	% _____	% _____	% _____	
REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO		REFERENCIAS - COMERCIALES				
<b>7</b>	1. Nombre _____ Teléfono _____		1. Nombre _____ Teléfono _____			
	2. Nombre _____ Teléfono _____		2. Nombre _____ Teléfono _____			
ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA						
<b>8</b>	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)		OTRO CUÁL? <input type="checkbox"/>		NÚMERO DE EMPLEADOS <input type="text"/>	
	TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		CUANTOS <input type="text"/>		TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
	EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) <input type="text"/>			
DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA						
(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)						
<b>9</b>	MATRÍCULA INMOBILIARIA		MATRÍCULA INMOBILIARIA			
	DIRECCIÓN		DIRECCIÓN			
	BARRIO		BARRIO			
	MUNICIPIO		MUNICIPIO			
	DEPARTAMENTO		DEPARTAMENTO			
	PAIS		PAIS			
LEY 1780 DE 2016						
<b>10</b>	DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3		SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIENDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA			
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 2.2.41.5.2. DEL DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780			
		CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>				
PROTECCIÓN SOCIAL						
<b>11</b>	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
	TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)					
APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>		CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES <input type="checkbox"/>		APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTICULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>		
				APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>		
El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.						
Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica FIRMA _____						
Documento de identificación No. _____ C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/>						
PAÍS <input type="text"/>						
Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)						
Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio Firma y Sello de la Cámara de Comercio						

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO  
NACIONAL DE TURISMO**

Ciudad:

Fecha:

Señores:

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO  
Calle 28 No. 13 A 15 piso 1º  
Bogotá D.C

Atentamente solicito la inscripción en el Registro Nacional de Turismo del siguiente prestador de servicios turísticos: (marque con una X sólo una opción)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO  | <input type="checkbox"/> OFICINA DE REPRESENTACIÓN TURÍSTICA   |
| <input type="checkbox"/> AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA  | <input type="checkbox"/> EMPRESA PROMOTORA DE PROYECTOS DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD        |
| <input type="checkbox"/> AGENCIA DE VIAJES OPERADORA  | <input type="checkbox"/> EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PROYECTOS DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD |
| <input type="checkbox"/> ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE   | <input type="checkbox"/> ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMÍA, BAR Y NEGOCIO SIMILAR DE INTERÉS TURÍSTICO  |
| <input type="checkbox"/> OPERADOR PROFESIONAL DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES                             | <input type="checkbox"/> COMPAÑÍA DE INTERCAMBIO VACACIONAL  |
|   | <input type="checkbox"/> USUARIO OPERADOR, DESARROLLADOR E INDUSTRIAL EN ZONA FRANCA TURÍSTICA       |
| <input type="checkbox"/> ARRENDADOR DE VEHÍCULOS  |  |
| <input type="checkbox"/> EMPRESA CAPTADORA DE AHORRO PARA VIAJES Y EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS PREPAGADOS |  |

Para efectos de cumplir con lo establecido en el Decreto 2074 de 2003 anexo: (marque con una X los documentos que anexa)

- Solicitud de inscripción
- Formulario de inscripción
- Certificado de Existencia y Representación Legal (si es persona jurídica)
- Certificado de Inscripción en el Registro Mercantil (si es persona natural)
- Certificado de Matrícula Mercantil del establecimiento de comercio
- Balance General (sólo para empresas captadoras de ahorro para viajes)
- Certificación Superintendencia del Subsidio Familiar (sólo para las Cajas de Compensación Familiar)

Atentamente,

- 
- Nombre y firma del Representante Legal
- Nombre y firma del Gerente





IR8 MUNICIPIO			DEPARTAMENTO		
<input type="text"/>			<input type="text"/>		
IR9 TELÉFONO ( SIN INDICATIVO)		IR10 FAX (SIN INDICATIVO)		IR11 APARTADO AÉREO	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
IR12 CORREO ELECTRÓNICO			IR13 PÁGINA WEB		
<input type="text"/>			<input type="text"/>		
IR14 DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIONES (De obligatorio diligenciamiento para prestadores de servicios turísticos ubicados en áreas rurales o de difícil acceso)					
<input type="text"/>					
IR15 MUNICIPIO NOTIFICACIONES(AL CUAL PERTENECE LA DIRECCIÓN DE NOTIFICACIONES)			DEPARTAMENTO NOTIFICACIONES (AL CUAL PERTENECE LA DIRECCIÓN DE NOTIFICACIONES)		
<input type="text"/>			<input type="text"/>		

IR16 NOMBRE DEL GERENTE					
PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO(O DE CASADA)		NOMBRES	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
IR17 IDENTIFICACIÓN DEL GERENTE C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/> No. <input type="text"/>					

IR18 NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL (De la persona jurídica a la cual pertenece el establecimiento. Si no pertenece a una persona jurídica, pase a la siguiente pregunta)					
PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO(O DE CASADA)		NOMBRES	
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
IR19 IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/> No. <input type="text"/>					

IR20 SI EL PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS A INSCRIBIR ES UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE, RELACIONE EL NÚMERO DE HABITACIONES Y CAMAS QUE TIENE O TENDRÁ DISPONIBLES					
TOTAL HABITACIONES <input type="text"/>		TOTAL CAMAS <input type="text"/>			

TOTAL EMPLEADOS QUE OCUPA O OCUPARÁ EL ESTABLECIMIENTO A INSCRIBIR

VALOR TOTAL DE LOS ACTIVOS DEL ESTABLECIMIENTO A INSCRIBIR

INFORMACIÓN REGISTRO NACIONAL DE TURISMO [rnt@mincomercio.gov.co](mailto:rnt@mincomercio.gov.co)

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO  
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES**

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

**ANEXO 6**

DE ACUERDO CON SU ACTIVIDAD COMERCIAL , SELECCIONE SOLO UNA DE LAS SIGUIENTES OPCIONES			
<b>ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE</b> HOTEL <input type="checkbox"/> CENTRO VACACIONAL <input type="checkbox"/> CAMPAMENTO <input type="checkbox"/> VIVIENDA TURÍSTICA <input type="checkbox"/>		<b>EMPRESA DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD</b> PROMOTORA <input type="checkbox"/> COMERCIALIZADORA <input type="checkbox"/> PROMOTORA Y COMERCIALIZADORA <input type="checkbox"/> PARQUE TEMÁTICO REGISTRO HABITACIONAL ALCALDIA <input type="text"/> FECHA REGISTRO ALCALDIA <input type="text"/>	
<b>OTROS TIPOS DE ALOJAMIENTO NO PERMANENTE</b> ALBERGUE <input type="checkbox"/> REFUGIO <input type="checkbox"/> HOSTAL <input type="checkbox"/> ALOJAMIENTO RURAL <input type="checkbox"/> APARTAHOTEL <input type="checkbox"/>		OFICINA REPRESENTACIÓN TURÍSTICA <input type="checkbox"/> OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES <input type="checkbox"/> ARRENDADORES DE VEHÍCULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
<b>AGENCIAS DE VIAJES</b> MAYORISTAS <input type="checkbox"/> OPERADORAS <input type="checkbox"/> Y DE TURISMO <input type="checkbox"/> COMPAÑÍA DE INTERCAMBIO VACACIONAL <input type="checkbox"/>		<b>ESTABLECIMIENTOS DE GASTRONOMIA Y SIMILARES</b> BAR <input type="checkbox"/> RESTAURANTE <input type="checkbox"/> BAR Y RESTAURANTE <input type="checkbox"/>	
<b>EMPRESA TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR</b> TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIAL <input type="checkbox"/> OPERADOR DE CHIVAS <input type="checkbox"/> RESOLUCIÓN MINISTERIO DE TRANSPORTE N° <input type="text"/> (Anexar)		EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS <input type="checkbox"/> CONCESIONARIOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN PARQUES <input type="checkbox"/> USUARIOS OPERADORES, DESARROLLADORES E INDUSTRIALES EN ZONAS FRANCAS <input type="checkbox"/> GUIAS DE TURISMO <input type="checkbox"/>	
LOS SIGUIENTES DATOS BÁSICOS DEBEN CORRESPONDER A LA INFORMACIÓN MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO			
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
MUNICIPIO		DEPARTAMENTO	
TELÉFONO FIJO		NÚMERO DE FAX	CELULAR
CORREO ELECTRÓNICO		ÚLTIMO AÑO RENOVADO	
DIRECCIÓN DE NOTIFICACIONES			
MUNICIPIO		DEPARTAMENTO	
TELÉFONO DE NOTIFICACIONES		PATRIMONIO NETO	TOTAL EMPLEADOS
DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS SELECCIONADO, SEGÚN CORRESPONDA:			
Soporte la capacidad técnica, la capacidad operativa, los estados financieros, la contribución parafiscal y las empresas, productos o servicios que representan, tarifas de vehículos, vehículos relacionados			
Marque si realiza actividades de turismo de aventura, desarrolla actividades de sostenibilidad turística. <input type="checkbox"/>			
Registre el número de habitaciones y el número de camas.		N° de Habitaciones <input type="text"/>	N° de Camas <input type="text"/>
FIRMA DE QUIEN SOLICITA			
<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE LEGAL _____ <input type="checkbox"/> GERENTE _____ <input type="checkbox"/> PROPIETARIO _____			
ESTA SOLICITUD JUNTO CON LOS REQUISITOS EXIGIDOS Y EL CÓDIGO DE CONDUCTA (LEY 1396 DE 2009) , DEBEN SER PRESENTADOS ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO			



Apéndice D.Registro fotográfico





