

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-		
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1

*El presente documento deberá ser diligenciado teniendo en cuenta lo establecido en el **Manual para la elaboración y presentación de Trabajos de Grado (Unitec, 2020)***

I. IDENTIFICACIÓN DEL(OS) ESTUDIANTE(S)

Fecha de la inscripción: 13 de octubre del 2023

Escuela: Ciencias económicas y administrativas

Programa: Administración de empresas turísticas y hoteleras

Estudiantes:

No	Nombre completo	No. identificación	Programa	Semestre	No. Contacto	Correo electrónico
1	Andrea Katherine Chacón Niño	1000218591	Administración de empresas turísticas y hoteleras	Octavo	3213027853	73201009@unitec.edu.co
2	Nicole Rubio Rubio	1000519814	Administración de empresas turísticas y hoteleras	Octavo	3046292039	73201008@unitec.edu.co

II. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título del Proyecto de Investigación:

TUSOS (Turismo Social y Sostenible)

Servicio al cliente, la base para un mejor turismo en San Alejo

Planteamiento del Problema:

El mercado de pulgas de San Alejo es considerado como el mercado con más antigüedades del país igualmente hace parte de los grandes atractivos turísticos del centro histórico de Bogotá, está abierto al público días los domingos y festivos de 9:00 am- 5:00 pm. Así mismo cuenta con gran concentración de turistas nacionales e internacionales; dicho esto el mercado tiene una fuerte demanda turística y grandes oportunidades de crecer gradualmente, pero su demanda se puede ver perjudicada si su oferta no es lo necesariamente satisfactoria para los turistas y aquí entra el servicio al cliente puesto que la única forma en que se fideliza un nuevo consumidor, ya que si desde el principio no tuvo una buena atención este no pensara en volver.

Entendiendo que el servicio al cliente es un elemento fundamental para la perduración del mercado, puesto que, es el centro de interés y la clave de su éxito o fracaso. Una definición clara del servicio al cliente es "Todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente", (Ideas propias Editorial, Vigo, 2005). Se logra identificar que se puede mejorar la calidad del servicio al cliente que el mercado ofrece, en torno a un antes, durante y después de que el cliente compre y así asegurar la fidelización. De esta manera, la investigación enmarca la importancia en la calidad de servicio en el mercado de pulgas de San Alejo como la basa fundamental en el sector turístico.

Es fundamental que los artesanos y comerciantes del mercado de pulgas sean conscientes de que hacen parte de la cadena de valor del turismo, igualmente que el turista reconozca el significado de patrimonio de interés cultural y turístico de Bogotá, para así trabajar todos por el mismo objetivo, el que crezca y trascienda nuestra cultura.

Para ello es necesario encontrar una estrategia para capacitar a los comerciantes sobre el servicio al cliente para lograr una mayor comprensión de su importancia, esta deberá contener conceptos claves para su entendimiento fácil

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-	
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021

y conciso, como por ejemplo, el ¿por qué somos parte de la cadena de valor en el sector turístico de Bogotá? y las múltiples oportunidades que les traería la mejora continua del servicio al cliente, al mismo tiempo traerá consejos para identificar los tipos de clientes y que es fundamental que tenga en el puesto para mejorar la experiencia y satisfacer las necesidades del turista.

Justificación:

La problemática evidenciada es la carencia de información hacia los comerciantes del mercado de pulgas de San Alejo a la hora de ofrecer un buen servicio al cliente, esta información se hace necesaria antes, durante y después de su momento de verdad con el turista, aquí cuenta tanto el lenguaje verbal, lenguaje no verbal y comunicación asertiva para así poder identificar el tipo de cliente que se tiene al frente ya que todos demandan un cuidado especial. Es necesario lograr sembrar una cultura de una buena calidad del servicio al cliente, ya que se quiere generar una fidelización de los turistas hacia al mercado, la viabilidad de esta investigación demanda gran importancia puesto que el mercado de pulgas de San Alejo es considerado actualmente como patrimonio de interés cultural y turístico de Bogotá, acuerdo N° 154 de 2005 del Consejo de Bogotá por Maria Nieto Jaramillo, en la industria turística la atención lo es todo, puesto que permite conocer al cliente para así satisfacer sus necesidades, generando confianza y así aumentando la posibilidad de que vuelva, esto proporciona un buen nivel competitivo con las demás ya que sería un gran factor de diferenciación, lo cual es clave para crecer en el gremio turístico.

Así la población beneficiada será principalmente el personal de San Alejo, por lo que el cliente va a sentirse más cómodo e importante yendo al mercado donde se espera que el sienta que le prestan el verdadero interés y así el personal de una u otra manera mejorar su competencia haciéndolo más rentable. La investigación tiene una gran relevancia, ya que la pregunta de oro en nuestro gremio es, ¿cómo enfatizar con mi cliente ideal? y lo que se quiere lograr es guiar a los comerciantes en este caso la Asociación de Mercado de Pulgas de San Alejo (AMPSA) con pautas adecuadas para capacitación de su personal, sin romper su tradición y así poder potenciar un conocimiento clave para el crecimiento de este mercado.

Preguntas de Investigación:

Pregunta General:

¿Cómo diseñar una estrategia para capacitar a los comerciantes del mercado de pulgas de San Alejo en la mejora del servicio al cliente y conceptos de la cadena de valor del turismo?

Preguntas Complementarias:

1. ¿Cuáles son los referentes de la cadena del valor del turismo que incluye en el mercado de pulgas de San Alejo?
2. ¿Qué métodos de andragogía utilizar a los comerciantes del mercado?
3. ¿Cómo identificar el segmento de mercado que participa en San Alejo?

Objetivos:

Objetivo General:

Diseñar una estrategia para capacitar a los comerciantes del mercado de pulgas de San Alejo sobre conceptos claves para ofrecer un buen servicio al cliente y su importancia dentro de la cadena de valor del turismo de Bogotá.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar la información para identificar los procesos de mejora en el servicio al cliente en el mercado de San Alejo frente al turismo social y sostenible.

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-	
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021
		Versión No. 1

	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar por medio de entrevistas y encuestas a turistas, prestadores y empresarios del mercado sobre la percepción e importancia del turismo y el servicio al cliente en el mercado de pulgas de San alejo. • Desarrollar mecanismos de elaboración para una guía de capacitación sobre servicio al cliente en pro del turismo social y sostenible a los comerciantes del mercado de san Alejo.
--	--

¿CON QUÉ OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) SE RELACIONA SU PROYECTO?

8. Trabajo decente y crecimiento económico	El proyecto aporta a una meta en especial de este objetivo la cual es “8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra” (ODS). Debido a que, el enfoque del proyecto trata de modernizar e innovar su estructura de servicio al cliente mejorando no sola percepción de los clientes hacia los comerciantes si no por su valor añadido dentro del mercado.
11. Ciudades y comunidades sostenibles	El proyecto aporta a una meta en especial de este objetivo la cual es “11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo” (ODS). Ya que, con la investigación se quiere resaltar la importancia de reconocer que el mercado de pulgas de San Alejo es patrimonio de interés cultural y turístico de Bogotá explicando porque este es considerado así por la UNESCO y así promover su protección para que este perdure, de la mano AMPSA impulsando esta información es sus capacitaciones como la del servicio al cliente hacia los comerciantes y que estos se reconozcan como parte de la cadena de valor del turismo.
12. Producción y consumo responsable	El proyecto aporta a una meta en especial de este objetivo la cual es “12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales”, “12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización” (ODS). De manera que, el mercado de pulgas de San Alejo comercializa y promueve productos de segunda mano y trabajados de manera artesanal con insumos naturales, así promoviendo la economía circular y con esto generando conciencia a sus clientes al instante que exista su momento de verdad en el servicio al cliente.

III. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

Esta investigación aclara conceptos donde se aborda la información recolectada sobre el mercado de pulgas de San Alejo en Bogotá, y así mismo la relación con el turismo social y sostenible; por ende, se referencia el nivel más alto del cual se ha conseguido hasta la fecha en la investigación.

Ubicación Geográfica

El mercado de San Alejo, ubicado en Bogotá capital de Colombia, exactamente en la Cra 7 No. 24-70, en el Barrio Santa Fe, donde limita por el norte con la localidad de Chapinero, al occidente con las localidades de Los Mártires y Teusaquillo, al oriente con los cerros orientales y al sur con la localidad de San Cristóbal.

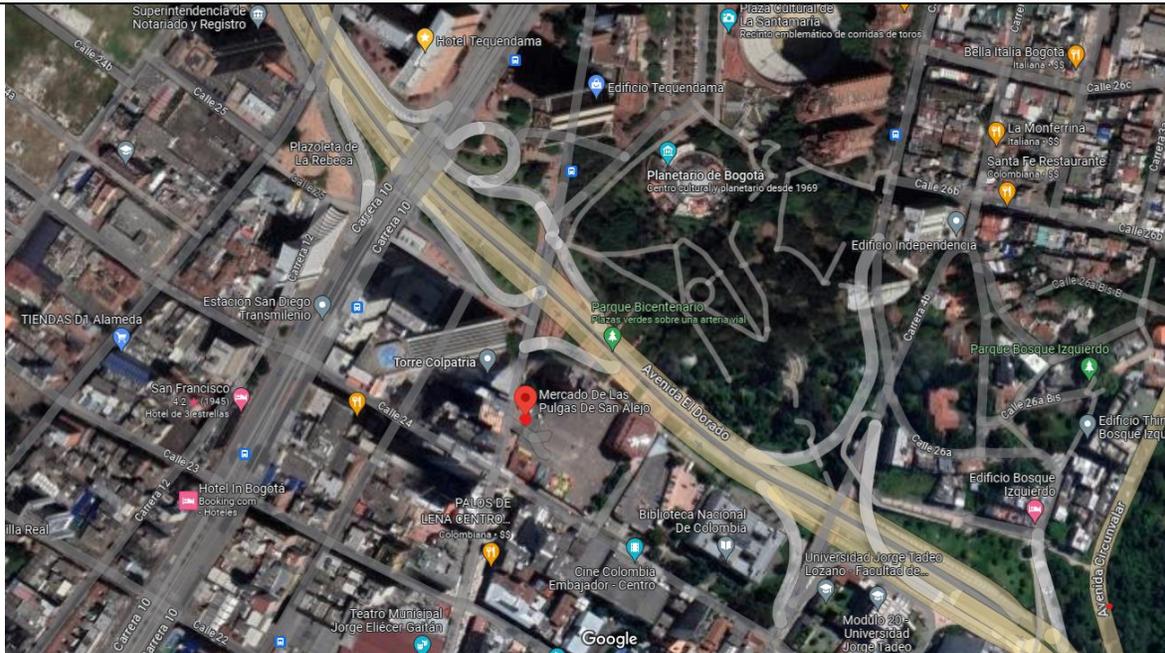


Figura 1 Vista global
(Mercado de Pulgas de San Alejo, Google Maps, 2023).



Figura 2 Vista panorámica del mercado de pulgas de San Alejo
(La.Drones, 2017).

Antecedentes

En 1870, los traperos personas que recorrían las calles de Francia buscando utensilios y ropa que los demás botaban construyeron las primeras ciudades de comerciantes en Saint-Ouen, comuna de París, Francia.

El nacimiento oficial de los mercados fue en el año 1885, desde entonces la comuna de Saint-Ouen empezó a sanear y dar la seguridad a los comerciantes de Les Puces en español conocido como «Las pulgas», las personas que vendían empezaron a necesitar licencias para poder ejercer dicha actividad. Los parisinos recorrían las calles de Saint-Ouen los domingos haciendo compras en el mercado de pulgas, así convirtiéndose en una tradición de pasear por la ciudad.

El termino de “las pulgas”, lo otorgó la monarquía francesa, ya que determinaban que los comerciantes de dicho mercado estaban infectados de pulgas igualmente que sus productos; de esta manera hoy por hoy se conocen como “Mercados de Pulgas”.



Figura 3 Mercado de las pulgas, Saint-Ouen, Paris, Francia.
(Saint-Ouen Notre Marché aux Puces, 2017)

Después de la primera guerra mundial, hombres de negocios compraron varios terrenos en donde acondicionaron locales para que las personas vendieran sus objetos así poderles alquilar a precios elevados. Desde entonces los primeros mercados de pulgas más antiguos y conocidos son: Vernaison, Malik, Biron y Jules Vallès. La historia del mercado de las pulgas, (2017).

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)		
	-Anteproyecto-		
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1	

Las principales ciudades del mundo tienen mercados de pulgas como es el caso del Rastro de Madrid en donde se desarrollan planes de mejora para que se involucren conceptos culturales, patrimoniales e históricos ya que cada mercado de pulgas tiene su propia historia que involucra las tradiciones de todo un país. Así dando vida a un sitio acogedor para el necesario reciclaje de los objetos que con el tiempo dejamos de utilizar, igualmente lugar de regateo e intercambio de objetos usados. Osorio, (2021).

El mercado de pulgas de San Alejo remota desde los años 80. ya que un grupo de amigos aficionados por la antigüedad exhibían sus mercancías en el piso de la Plaza del Chorro de Quevedo todos los sábados después del mediodía así llegando cada vez más personas en el sitio tanto vendedores como compradores, por órdenes del Alcalde mayor de Bogotá, la policía realizó un operativo de recuperación del espacio público, y estas personas las reubicaron en la carrera 3 entre la 19 y 22, así los ya 40 expositores fueron bautizados como “Mercado de San Alejo” y hubo tanto auge que se extendió hasta la calle 26. Todos los domingos madrugaban para hacer la romería, de esta manera poder obtener un espacio de 90 metros cuadrados y exhibir sus productos. En septiembre de 1995, la asociación de mercado de San Alejo presenta un proyecto del uso del espacio para la exposición de mercancías. Entonces las autoridades competentes deciden suscribir un acta de compromiso, autorizando a la asociación de trabajar en el parqueadero de la Carrera 7a No.24-70, bajo el amparo de un contrato arrendatario que aún es vigente. El nuevo siglo, s.f, (2012).

- Mercado de Pulgas de San Alejo

El mercado de San Alejo es el más antiguo de Colombia, actualmente cuenta con más de 350 estand y abre sus puertas cada domingo y lunes festivo desde las 9:00 am hasta las 5:30 pm, cada día recibe alrededor de 40 mil personas entre personas locales o turistas; en el mercado se puede encontrar literal todo lo que se le ocurra, desde ropa de segunda, accesorios hasta juguetes antiguos, tocadiscos y grandes tesoros que por alguna razón están en San Alejo, cada día que abre se deja peatonal la zona de la séptima ya que son tantas las personas que por seguridad se debe hacer, San Alejo cuenta con servicios como cuidado de bicicletas esencial ya que la mayoría de clientes se dirigen a este por ese medio y también cuenta con una zona de comidas todo con el fin de hacer más cómoda la vista. Hoy por hoy San Alejo cuenta con su propia página web donde muestra las secciones esenciales para su reconocimiento, muestra cómo visitarlos, expositores, coleccionismo, acerca de AMPSA, gestión cultural, noticias, galería y medios de contacto. (Que es AMPSA-pulgassanalejo, s/f).

- Turismo de Bogotá

Se ha implementado un incremento positivo en los sectores del turismo, así ampliando la capacidad de crecimiento económico y desarrollar nuevas actividades productivas, Bogotá ha tenido un alza en el turismo de negocios y eventos, práctico para la economía de la ciudad y el esparcimiento de empleos; ayuda al fortalecimiento de Bogotá como una de las ciudades más atractivas en América Latina. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2022)

- Turismo cultural

Es una de las actividades turísticas que se enfocan en el aprendizaje histórico y social, conociendo los diferentes atractivos/productos inmateriales y materiales que el hombre con el pasar de los tiempos ha construido; de esta manera, se enmarcan distintos elementos materiales, intelectuales, espirituales y emociones de las distintas sociedades, se representan en el arte, la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas que perduran con sus tradiciones. (OMT,2023).

- Cultura bogotana

Bogotá es el epicentro de diversidad cultural en Colombia, ya que este reúne lugares, eventos y manifestaciones de las diversas expresiones artísticas locales, nacionales e internacionales, IDT (2022). El turismo cultural es una modalidad que está vinculada a un turismo urbano, esta actividad se realiza con el ánimo de demostrar expresiones

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)		
	-Anteproyecto-		
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1	

culturales representativas de la historia, y se muestra un estilo de vida que los visitantes quieren experimentar por medio de la actividad turística. (Campos Narváez, s. f. 2022).

- **Sustentabilidad**

La Alcaldía Mayor de Bogotá quiere enfocarse en el turismo local partiendo de los ODS, lo cual traería múltiples beneficios para el mercado de San Alejo, ya que, el mercado cuenta con el desarrollo de la gran mayoría de estos y si se logra hacer más promoción partiendo de los objetivos traerá más visibilidad y reconocimiento a San Alejo, claramente es un trabajo conjunto con la Alcaldía local. La estrategia del turismo en Bogotá se enfatiza en las relaciones con la empleabilidad, la reducción de la brecha socioeconómica y la protección del medio ambiente; el turismo en la ciudad de Bogotá ha contribuido en 16 de las 17 ODS, exceptuando al 14 la vida submarina, así generando más oportunidades de crecimiento para el ciudadano y contribuyendo con la disminución en el impacto ambiental. (IDT 2021).

- **Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es un conjunto de vivencias entre la organización y el cliente, puesto que considera la mejor manera de generar la relación adecuada, la cual está la supervivencia del negocio y el éxito del mismo. La satisfacción del cliente con el servicio brindado permite la fidelización, por eso, se debe entender la importancia esencial de esta práctica. De esta manera para lograr el proceso de satisfacción al cliente en el servicio, es fundamental el ciclo del antes, durante y después reconociendo lo que el cliente está requiriendo por el producto o servicio brindado. (Montoya y Boyero, 2013).

- **Calidad**

Se define como un conjunto de resultados que deriva la satisfacción desde las necesidades, exigencias y expectativas respecto a los clientes según el producto o servicio que se ofrece; de esta manera, no se pueden dejar al olvido algunos factores que determinan la calidad, tales como, la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía en las actividades para el fomento en su entorno humano y natural. “las normas surgen porque nos proveen de pautas que toman a las organizaciones competitivos en material del cumplimiento de atributos de calidad”. Menciona Martínez, Adriana (OMT, 2012).

- **Tipos de Cliente**

Es fundamental el conocimiento de los diferentes tipos de clientes y como ofrecerles según las diferentes manejar de trato; sin embargo, para brindar una calidad en el servicio es importante tener las herramientas correctas para el manejo del cliente, de esta manera se analizarán algunos tipos diferentes de cliente. (ISDI Digital Talent, 2023)

- **Cliente Informado:** Son clientes muy atentos, realizan preguntas antes sobre el producto a comprar.
- **Cliente Impulsivo:** Son compradores poco predecibles, igualmente que son impacientes por esa razón toca valorar la rapidez.
- **Cientes Discutidor:** Se caracterizan por llegar indispuestos ya se por situaciones personales o directamente la con la empresa u organización. Tiene que sentir que sus problemas van a ser resueltos.
- **Cliente Indeciso:** Por lo general este cliente no sabe que quiere o como lo quiere, así que se debe orientarlo de los diferentes productos o servicios que se ofrecen.
- **Cliente Confuso:** Son clientes que no tienen idea de que deben comprar, se deben tener consejos concretos y de esta manera tenerle paciencia y tranquilidad a la hora de su compra.
- **Cliente Silencioso:** Su caracterización se basa en que hablan muy poco, pero son bastante atentos.
- **Cliente Negociador:** Este cliente busca encontrar oportunidades referentes a los pagos o créditos que se le estaría ofreciendo, es fundamental mantener el margen de precios acordes sin ceder a todo.

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)		
	-Anteproyecto-		
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1	

- **Cliente Leal:** Es el cliente que ya está fidelizado con el producto o servicio prestado, siempre manteniendo la satisfacción que se le brinda en un principio.

Estado del Arte

El presente estado del arte busca recolectar, analizar y resaltar investigaciones recientes que le aporten al desarrollo del presente proyecto de investigación, presentamos 3 aspectos fundamentales para el desarrollo de esta, en primera instancia el servicio al cliente enfocado hacia el turismo, porque es el primordial el enfoque de la investigación y su importancia dentro del sector, por segunda instancia se presenta el turismo cultural de Bogotá ya que es el tipo de turismo que se presenta en el mercado de pulgas de San Alejo y por tercera y última se tiene el mercado de pulgas ya que el poder conocer más investigaciones sobre este permitirá conocer aspectos relevantes para el desarrollo de la investigación.

Servicio al cliente

(Londoño, 2023) presenta su proyecto de investigación titulado “Propuesta de plan de mejora del modelo de servicio al cliente y aprovechamiento de los recursos del Hotel Ensueño, enfocado en el crecimiento de ventas y ocupación hotelera”(Londoño, 2023), en donde la necesidad encontrada fue la baja ocupación hotelera debido a una baja la temporada a nivel nacional y esta como afecta al pequeño hotel, realizaron la investigación a favor de encontrar que se podría mejorar el Hotel Ensueño para que crezca su ocupación, realizaron una metodología mixta donde a partir de encuestas y entrevistas quieren conocer la percepción del cliente dentro de las diferentes áreas del hotel, como resultado obtuvieron fue, “En general, las posibles soluciones para mejorar los servicios, incluyen revisar los proveedores, mejorar la capacitación del personal y la experiencia que se puede brindar al cliente”, logrando identificar que el servicio al cliente no solo del personal si no de sus otros complementos es clave para la futura fidelización del cliente y crecimiento del Hotel Ensueño.

Turismo Cultural en Bogotá D.C

(Díaz, 2019) expone su tesis titulada “Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible en la ciudad de Manizales” (Díaz, 2019), en donde propone un modelos de gestión para el turismo cultural, el cual va creciendo con las nuevas tendencias turísticas que demanda el mercado, propone a Manizales, ya que es un destino con vocación turística y lo enfoca más hacia el tema de sostenibilidad, además nos muestra la importancia de la acción coherente y eficaz entre estos 5 actores, cito “normatividad y política, segmentación de usuarios, propuesta de valor, componente de sostenibilidad, componente de formación (incluye estrategia de relación con los usuarios y ruta de productos culturales) componente estratégico (integrado por la inversión de valor, aliados estratégicos e inversión para la gestión)” (Díaz, 2019), la metodología utilizada fue una encuesta con enfoque cualitativa para expertos locales en el tema y también a partir de un marco referencial poder indagar cual es el mejor modelo de gestión en el turismo cultura y con esto concluyen que este modelo se presta para una política pública de la ciudad, priorizando el patrimonio tangible e intangible de la ciudad a partir del turismo cultural sostenible.

Mercado de Pulgas de San Alejo

(Rodríguez, 2020) presenta su trabajo investigativo “Pasaje cultural San Alejo: Propuesta de articulación y revitalización urbana entre en el centro histórico e internacional de Bogotá D.C. a partir de la consolidación de una manzana de interés cultural” (Rodríguez, 2020), encaminada a recolectar los recursos económicos y físicos necesarios para la continuación del mercado de pulgas de San Alejo, debido a que la problemática encontrada fue la finalización de un contrato de arrendamiento del Museo de Arte Moderno en donde San Alejo se encontraba, provocando de nuevo su reubicación e incertidumbre por parte de los comerciantes y socios del mercado de pulgas,

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)	
	-Anteproyecto-	
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1

en investigación se plantearon como objetivos el adquirir un terreno de 2500 M² y una bodega en Bogotá para un espacio digno de trabajo, en este también se quiere resaltar la importancia de que el mercado perdure ya que como metodología del proyecto realizaron un CENSO que busca determinar hasta que grado de solvencia económica dependen los comerciantes de San Alejo, estableciendo que, cito “son cerca de 300 familias y más de 1200 personas de todas la edades que se benefician de las ventas y actividades que se desarrollan los fines de semana en el mercado, también hay un grupo de personas del área administrativa y logística que se benefician y son cerca de 45 personas con sus respectivas familias”, dejando como resultado, la importancia de que este mercado perdure y se establezca por fin un espacio digno y sin amenaza de traslado para los comerciantes.

Para finalizar procedemos a determinar la relevancia de cada una de la investigaciones en nuestro proyecto de investigación “TUSOS, Servicio al cliente, la base para un mejor turismo en San Alejo”, resaltando a (Londoño, 2023), ya que a partir de su metodología mixta nos permite identificar las diversas formas de conocer la opinión de un cliente con respecto al servicio prestado, estableciendo que el servicio es la base para todas la áreas de una organización, no solamente en el sector turístico y así permitiéndonos evaluar y pronosticar planes de mejora continua, por otro lado, (Diaz, 2019) nos expone, ¿cómo se debe se prestar un turismo cultural?, el cual es el tipo de turismo que se presta en el mercado de pulgas de San Alejo, a través del trilema de la sostenibilidad y trabajar de la mano de los 5 actores de acción, permitirá no solo practicar un servicio de calidad si no que este esté por encima de la expectativas de los consumidores, ya que resaltamos el tema de segmentación de usuarios, propuesta de valor y formación, dará como resultado ahorrar tiempo y recursos a la hora de montar la oferta turística del mercado de pulgas de San Alejo y para terminar, (Rodríguez, 2020) nos enseña una metodología más detallista y guiada hacia el factor de recursos humanos necesario para determinar ¿cómo los comerciantes dependen de este?, a partir del CENSO nos arroja como resultado la importancia de abordar una problemática desde todas las miradas, ya que, ¿qué sería del mercado de San Alejo sin sus comerciantes?; cabe aclarar que actualmente el mercado de pulgas de San Alejo ya cuenta con un espacio propio, especificado en la ubicación geográfica expuesta anteriormente. El factor humano es clave para nuestra investigación y la relevancia de todos los presentes proyectos nos da un enfoque más sostenible y humano.

IV. MÉTODO

Tipo y Diseño del Estudio:

La presente investigación tiene un enfoque mixto el cual Alicia Hamui-Sutton lo define como “Los métodos mixtos (MM) combinan la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, con el objetivo de darle profundidad al análisis”; de esta manera, las herramientas de recolección de datos que se utilizaron fueron entrevistas y encuestas. La investigación se dividirá por tres etapas.

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)		
	-Anteproyecto-		
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1	

Etapa 1: Por medio de investigaciones previas se recolectará la información congruente en la calidad del servicio al cliente en el mercado de pulgas de San Alejo.

Etapa 2: Las herramientas utilizadas para la recolección de datos fueron las entrevistas y encuestas, desarrolladas para cada uno de los actores primordiales de la investigación, en primer lugar, los comerciantes y artesanos afiliados en el mercado de pulgas de San Alejo, en segundo lugar, los turistas nacionales e internacionales que visitan el mercado y en tercer lugar los administrativos de la asociación del mercado de pulgas de San Alejo (AMPSA).

Etapa 3: Se referenciará la construcción de la cartilla-guía evidenciando el modelo de capacitación basadas en las necesidades encontradas de la investigación.

Participantes o Fuentes de Datos:

Participantes:

- Presidente de AMPSA: Orlando Bernal
- Vocal de la junta de AMPSA: Carlos Arenas
- Comerciantes: muestreo de 50 personas
- Turistas residentes de Bogotá: muestreo de 86 personas
- Tutores: Docente de investigación Cindy Lorena Wilches y Docente de etiqueta y protocolo Leslie Ballesteros.

Fuentes:

- Página oficial del mercado de pulgas de San Alejo. https://www.pulgassanalejo.co/?page_id=56
- Ficha de memoria grafica
- Herramientas de recolección de datos Google forms:
 - Encuesta turistas: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf-iPEmNxiM7k9S4Nb9yuN_pbBNW1E9yRefGFnWffypvjS7Pg/viewform?usp=sf_link
 - Encuestas comerciantes: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf-OjJpBzf6RHA-854vltTW3vqVgHyZ5WIDHATyxk3zltUOEg/viewform?usp=sf_link

Recolección de Datos:

Resultados esperados

A través de los objetivos planteados anteriormente esperamos obtener a partir de las entrevistas y encuestas los siguientes resultados:

Encuestas

- Comerciantes: Los resultados arrojan la necesidad y premura por parte de los comerciantes para recibir capacitación entorno a servicio al cliente y capacitación en temas turísticos enfocados hacia la cadena del valor que ellos hacen parte.
- Turistas: Las respuestas esperadas son un gran porcentaje en la necesidad de mejora del servicio prestado en el mercado de pulgas de San Alejo, además conocer si les interesa este tipo de turismo cultural y por último determinar ¿cuánto están dispuestos a gastar dentro del mercado?, esperamos a más de \$60.000 pesos colombianos.

Entrevista AMPSA

Esperamos que las respuestas sean favorables para continuar nuestra investigación, abordaremos temas como ventajas y desventajas que ellos ven actualmente en el mercado, ¿qué se podría mejorar en él?, conocer su opinión respecto a una capacitación por un ente externo a ellos en servicio al cliente, si les interese generar alianzas y por ultimo que nos informen sobre ¿qué técnicas de aprendizaje ven óptimas para los comerciantes?, esperamos que sea un tipo de aprendizaje de andragogía, ya que hay más comerciantes adultos mayores.

Por otro lado, esperamos que la cartilla- guía tenga el siguiente contenido: a partir de los resultados que nos arroje la encuesta y entrevista:

- Mercado de pulgas de San Alejo, un patrimonio de interés turístico y cultural de Bogotá D.C.
- ¿Soy parte de la cadena de valor del turismo?
- ¿Qué es servicio al cliente?
- ¿Como prestar un servicio de calidad en atención al cliente?
- Aprende a identificar los tipos de clientes y ¿cómo manejarlos?
- Manejo de marketing de mi negocio.
- Tipos de pagos.

Cronograma y Presupuesto:

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Identificar problemática	X					
Formular titulo	X					
Redactar introducción y Justificación	X					
Identificar objetivos		X				
Escritura del marco teórico y Estado del arte			X	X		
Estructura de metodología				X		
Resultados					X	
Entrega						X

Presupuestos:

El presente presupuesto va desde el 8 de agosto del 2022 hasta el día 12/10/2023.

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
---------	----------	----------------	-------

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-		
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1

Transporte-Transmilenio	20	\$ 3.000	\$ 60.000
Alimentación	10	\$ 4.000	\$ 40.000
Datos de Internet	5	\$ 10.000	\$ 50.000

V. LISTADO DE REFERENCIAS (Mínimo 10)

“Bogotá: La Ciudad Preferida Por Los Extranjeros.” *Bogotá: La Ciudad Preferida Por Los Extranjeros.*, Planesturisticos.com, 29 Sept. 2015, planesturisticos.com/yoamoviar/bogota-la-ciudad-preferida-por-los-extranjeros/. Accessed 14 Oct. 2023.

C., C. “Mercados de Las Pulgas: 3 Máquinas Del Tiempo.” *El Nuevo Siglo*, 24 Sept. 2022, www.elnuevosiglo.com.co/articulos/8-2012-mercados-de-las-pulgas-3-maquinas-del-tiempo. Accessed 14 Oct. 2023.

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)	
	-Anteproyecto-	
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1

- Campos Narváez, Elizabeth. *TURISMO CULTURAL EN BOGOTÁ PARA PRESERVAR EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO*. 24 Sept. 2022.
- Couso', Renata Paz. *Servicio al Cliente*. Google Books, Ideaspropias Editorial S.L., 31 Dec. 2005, books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=PT9&dq=servicio+al+cliente&ots=PnIp3f7moN&sig=JeEn5UvNF0t8pfQzuJWLGGQmcAU#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false. Accessed 14 Oct. 2023.
- Diaz C., Diana P. *Modelo de Gestión Para El Turismo Cultural Sostenible En La Ciudad de Manizales*. 13 Oct. 2023, p. 172, repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/69713/1053832486.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Accessed 13 Oct. 2023.
- F., S. "Turismo Cultural | Instituto Distrital de Turismo - IDT." *Idt.gov.co*, IDT, 2020, www.idt.gov.co/es/turismo-cultural. Accessed 14 Oct. 2023.
- Londoño A., Victor A. *Propuesta de Plan de Mejora Del Modelo de Servicio al Cliente Y Aprovechamiento de Los Recursos Del Hotel Ensueño, Enfocado En El Crecimiento de Ventas Y Ocupación Hotelera*. 13 Oct. 2023, p. 44, dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/3446/Trabajo%20de%20grado%20-%20Plan%20de%20mejora%20Hotel%20Ensue%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Accessed 13 Oct. 2023.
- Nacional De Misiones, Universidad, et al. "EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO al CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN." Jan. 2013.
- Olavarrieta, Sergio, et al. "Un Análisis a Los Atributos Relevantes de Los Mercados de Las Pulgas Para Los Compradores: Evidencia Desde América Latina." *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 14, no. 3, 28 July 2009, p. 14. *Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia.*, doi.org/10.31876/rcs.v14i3.25412, <https://doi.org/10.31876/rcs.v14i3.25412>. Accessed 21 Feb. 2022.
- Osorio, Carlos. "Breve Historia de El Rastro. - Caminando Por Madrid." *Camino Por Madrid- Visitas Guiadas Por Madrid*, Breve historia de El Rastro, 15 Nov. 2021, caminandopormadrid.com/breve-historia-de-el-rastro.
- Paola, Diana, and Díaz Criollo. *Modelo de Gestión Para El Turismo Cultural Sostenible En La Ciudad de Manizales Management Model for Sustainable Cultural Tourism in Manizales City*. 2019.
- Parra Lombana, Juan Camilo, et al. "Emprendimientos Económicos Solidarios : Caracterización de La Asociación Mercado de Las Pulgas San Alejo." *Repository.unipiloto.edu.co*, vol. 370, no. 370, 2009, p. 370. *Revista Universidad Piloto de Colombia*, repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5246. Accessed 30 May 2023.
- Pedraza, María del Cielo Burbano. "El Mercado de Las Pulgas, Tradición Sostenible Para Replicar." *La Tadeo Dearte*, vol. 2, no. 2, 27 Dec. 2016, pp. 88–101. *Revista Utadeo*,

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-	
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021
		Versión No. 1

revistas.utadeo.edu.co/index.php/ltd/article/view/1166/1207,

<https://doi.org/10.21789/24223158.1166>. Accessed 14 Oct. 2023.

Peñaloza, Verónica, et al. “¿Vamos a La Feria? Un Estudio Sobre Las Motivaciones Para Frecuentar Las Ferias Libres.” *Pensamiento & Gestión*, vol. 18, no. 38, 2015, pp. 16–32, www.redalyc.org/articulo.oa?id=64639792003. Accessed 14 Oct. 2023.

Respetto, Lucas M., et al. “Calidad Y Turismo: Normas Nacionales E Internacionales.” *Facultad de Derecho*, 9 Aug. 2012, www.derecho.uba.ar/derechoaldia/notas/calidad-y-turismo-normas-nacionales-e-internacionales/+4446. Accessed 13 Oct. 2023.

Rodríguez Garzón, Edwin. “Estudio Para La Reubicación Definitiva Del Mercado de Las Pulgas de San Alejo, En El Centro de Bogotá D.C.” *Repository.unad.edu.co*, vol. 70, no. 70, 21 Aug. 2020. *UNAD*, repository.unad.edu.co/handle/10596/36231. Accessed 14 Oct. 2023.

Salazar A., Leidy L. <https://Repositorio.flacsoandes.edu.ec/Handle/10469/9236>. Jan. 2016, p. 111.

San Alejo, Pulgas. “Que Es AMPSA – Pulgassanalejo.” *Mercado de Pulgas de San Alejo*, AMPSA, 13 Oct. 2023, www.pulgassanalejo.co/?page_id=56. Accessed 14 Oct. 2023.

Talent, ISDI Digital. “Tipos de Clientes Que Existen Y Sus Características | ISDI.” *ISDI Digital Talent*, 13 Oct. 2023, www.isdi.education/es/blog/tipos-de-clientes-que-existen-y-sus-caracteristicas.

Turismo, Instituto Distrital. “Sostenibilidad Turística, Una Mirada Desde Bogotá 2021 | Instituto Distrital de Turismo - IDT - Bogotá.” *Idt.gov.co*, IDT, 2021, www.idt.gov.co/es/sostenibilidad-turistica-una-mirada-desde-bogota-2021. Accessed 14 Oct. 2023.

Turismo, OMT. “Tourism and Culture | OMT.” [Www.unwto.org](http://www.unwto.org), OMT, 16 Oct. 2017, www.unwto.org/es/tourism-and-culture. Accessed 13 Oct. 2023.

VI. ANEXOS (Opcional)

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID)	
	-Anteproyecto-	
Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021	Versión No. 1



Figura 4, Certificado de exponente en el Día de Turismo en la Corporación Universitaria UNITEC.
Fuente: Corporación Universitaria UNITEC.



Figura 5, Certificado de exponente en el Día de Turismo en la Corporación Universitaria UNITEC.
Fuente: Corporación Universitaria UNITEC.

	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-	
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021



Figura 6, Certificado de exponentes en la Galería Uniteista de Semilleros de Investigación en Corporación Universitaria UNITEC.
Fuente: Corporación Universitaria UNITEC.

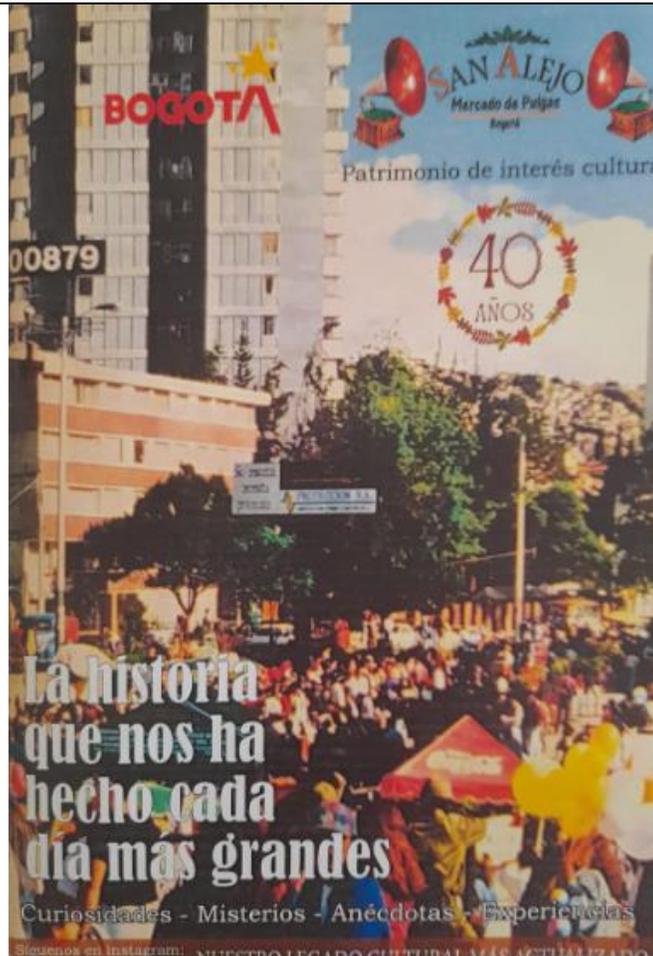


Figura 7, Memoria Gráfica del Mercado de Pulgas de San Alejo, Edición 1 2023.
Fuente: Sede administrativa del Mercado de Pulgas de San Alejo.

 	FICHA RESUMEN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA (TID) -Anteproyecto-	
	Código:	Fecha: 3 de marzo de 2021
		Versión No. 1

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	FIRMA
Andrea Katherine Chacón Niño	73201009	<i>Andrea Chacón Niño</i>
Nicole Rubio Rubio	73201008	<i>Nicole Rubio Rubio</i>

Fecha de Recepción: _____

Elaboró	Revisó	Aprobó