

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, MAYOR COMPETITIVIDAD PARA EL SECTOR
TURÍSTICO COLOMBIANO**



SANDRA JOHANNA CEPEDA VÉLEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

Asesor:

Dr. JESÚS SALVADOR MONCADA CERÓN

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
Septiembre, 2016**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	5
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, MAYOR COMPETITIVIDAD PARA EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO.....	5
OBJETIVOS	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
ANTECEDENTES	10
HIPÓTESIS.....	11
RELACIÓN ENTRE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	12
LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: FACTOR DETERMINANTE PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA.....	13
IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	15
CONCLUSIONES	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19

RESUMEN

El presente trabajo, pretende analizar la influencia de la gestión del conocimiento en la competitividad del sector turístico colombiano. Para la realización del mismo, se tuvieron en cuenta diversos referentes bibliográficos en los ámbitos del turismo, competitividad del sector, gestión del conocimiento y formación de los recursos humanos; adicional a esto, se revisó y seleccionó información de los distintos planes y políticas de turismo que se han desarrollado durante los últimos periodos gubernamentales, para identificar, considerar y deducir la importancia que se ha dado al conocimiento en relación a la competitividad del sector turístico en Colombia.

Palabras clave: gestión del conocimiento, competitividad, sector turístico, recurso humano, formación.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the influence of knowledge management in the competitiveness of Colombian tourism sector. For its development, some documents and facts various bibliographic references regarding tourism were taken, industry competitiveness, knowledge management and training of human resources; further to this, it was reviewed and selected information from the various plans and tourism policies that have been developed over the last governmental periods to identify, consider and deduct the importance given to knowledge in relation to the competitiveness of tourism sector Colombia.

Key words: Knowledge Management, Competitiveness, tourism, human resources, training.

INTRODUCCIÓN

La gestión del conocimiento es un área emergente que está generando desarrollo en el sector privado y que puede facilitar la creación de estrategias de competitividad en el sector público. Pero... ¿cómo se puede definir la gestión del conocimiento?

La gestión del conocimiento según Maté (citado por Barceló et al, 2001), es “Crear valor a partir del capital intelectual”. De acuerdo con lo anterior, se puede interpretar que al hablar de capital intelectual se refiere a los recursos humanos y todo lo que estos pueden aportar a determinadas áreas de trabajo desde sus conocimientos tanto empíricos como científicos, o más especializados. Por otro lado Molina y Marsal en su libro “La gestión del conocimiento en las organizaciones” mencionan tres definiciones las cuales se pueden resumir en: A) Capital intelectual; B) El impulso de las organizaciones a compartir el conocimiento y trabajar en equipo; C) La puesta en marcha de aquellas herramientas que faciliten la generación y el acceso al conocimiento.

“El turismo en Colombia se ha convertido en el tercer renglón de la economía en exportaciones y el primero del sector servicios” (Mincit, 2014). Para poder mantener el crecimiento de la llamada industria sin chimeneas, es importante tener en cuenta que el sector turístico a nivel global se ha ido transformando, ya que las personas que toman la decisión de viajar y conocer otros lugares buscan experiencias significativas, las cuales se pueden generar a partir de los diversos actores que intervienen en los procesos de la actividad turística. Por consiguiente, el presente trabajo pretende analizar si la gestión del conocimiento puede ser un factor determinante en la competitividad del sector turístico en Colombia.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo, tiene como finalidad analizar la importancia que tiene la gestión del conocimiento en el sector turístico colombiano, ya que de acuerdo a lo consignado en el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 uno de los principales vacíos que afecta la competitividad del sector es, la formación en turismo del recurso humano que se desempeña en este segmento de la economía, según datos consignados en el Ranking de Competitividad de la Industria de los Viajes y el Turismo del Foro Económico Mundial (Mincit, 2014).

Para el desarrollo de este trabajo, se tendrán en cuenta diversos referentes bibliográficos y estudios realizados con antelación, en los cuales se plantee la importancia del recurso humano.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, MAYOR COMPETITIVIDAD PARA EL SECTOR TURÍSTICO COLOMBIANO

¿Es la gestión del conocimiento un factor determinante en el aumento de la competitividad del sector turístico colombiano?

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la influencia de la gestión del conocimiento en la competitividad del sector turístico colombiano.

Objetivos específicos

- Identificar la relación existente entre la competitividad turística y la gestión del conocimiento.
- Considerar la gestión del conocimiento como un factor determinante para la competitividad del sector turístico en Colombia.
- Deducir la importancia del conocimiento en la actividad turística.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo a nivel mundial se ha ido transformando y ha evidenciado un crecimiento significativo. En el mercado global existen diferentes factores que influyen en la elección de

destinos por parte de los diversos tipos de turistas. Anualmente, el FEM (Foro Económico Mundial) elabora el informe con el Ranking de los destinos más competitivos, analizando diversos componentes que intervienen en el posicionamiento de los destinos turísticos. Entre los aspectos considerados, se encuentran:

- Ambiente apto.
- Políticas de viajes y turismo, y condiciones propicias.
- Infraestructura.
- Recursos naturales y culturales (WEF, 2015).

De acuerdo a lo anterior, entre los factores que hacen parte del ambiente apto para ser competitivos en términos de servicios turísticos se encuentran los recursos humanos y el mercado laboral, y en este aspecto se resalta la importancia de contar con personal cualificado.

Durante los últimos años en Colombia se ha evidenciado el incremento en cuanto a la llegada de extranjeros, los cuales han manifestados diversas motivaciones de viaje como el ocio, negocios, salud, educación, entre otros. Por tal motivo se han empezado a desarrollar distintas políticas en pro del sector turístico. Sin embargo, en el Ranking del FEM, el país aún se encuentra lejos de estar bien posicionado en cuanto a competitividad, y uno de los factores que influyen en el actual posicionamiento a nivel mundial es la cualificación del personal, por tal motivo se considera necesario analizar cuál es la importancia de la gestión del conocimiento en la competitividad turística de Colombia, con el propósito de identificar la relación existente entre ambos y deducir la importancia del conocimiento en la actividad turística.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El proyecto “Gestión del conocimiento, mayor competitividad para el sector turístico colombiano”, se fundamenta teóricamente en autores tales como Sergio E. González; Carlos A. Benavides; Laura D’Andrea Tyson, entre otros que se han dado a la tarea de profundizar en la conceptualización de temas como ¿Qué es la competitividad?, ¿Qué es la gestión del conocimiento?, desarrollo turístico y otros tópicos que atañen de manera directa a la presente investigación.

Para adentrar la investigación en una conceptualización seria y estructurada, se irá desglosando el título para reconocer, poco a poco, cuáles son los temas que servirán de pilar en la consolidación del presente texto como un documento investigativo y veraz.

Inicialmente se debe hacer un rastreo de lo que es la gestión del conocimiento. En este aspecto, el libro: “La gestión del conocimiento en las organizaciones” (Molina & Marsal, 1997), se plantea que la gestión del conocimiento se puede dividir en tres aspectos que son:

1. Capital intelectual: según Leif Edvinson y Michael S. Malonees (citados por Molina & Marsal, 1997), un instrumento de control de gestión que permite reflejar el valor real de las compañías, no un valor estimado por instrumentos contables. Se cita como ejemplo el caso de Skandia donde se hace referencia al conocimiento, la experiencia, las destrezas, habilidades y formación de cada uno de los empleados que dan a la empresa una ventaja competitiva en el mercado gracias a su formación.

2. Cultura organizativa: Peters y Watermann (citados por Molina & Marsal, 1997), la definen como el conjunto de creencias, prácticas, valores y normas que posibilitan la excelencia corporativa, éste se les denomina “cultura organizativa o corporativa”. Los modelos culturales contribuyen a coordinar y trabajar de forma eficaz dentro de las organizaciones. Empresas como IBM, Hewlett-Packard, McDonald’s, etc., afirman que la continuidad de unos valores esenciales hacen que la empresa se consolide como líder a nivel global.

3. Tecnología de la información: la gestión del conocimiento y la tecnología están ampliamente ligadas gracias a que con el auge de las redes sociales, la sociedad se crea y transforma, sin embargo, aunque el mundo es cada vez más global y las relaciones surgen a partir de los elementos tecnológicos, los valores sociales continúan siendo contruidos sobre la base de la colaboración y la transparencia (Molina & Marsal, 1997).

Por otro lado, Peter Drucker (citado por Durango & Caicedo), considera que la riqueza de las naciones se deriva de la formación de capital intelectual, la cual se logra gracias a los sistemas de educación e investigación.

Adicional se puede tener en cuenta la apreciación que presentan Carlos Benavides y Cristina Quintana; ellos consideran que el conocimiento colectivo de los empleados tiende a convertirse en un arma que facilita una ventaja competitiva, la cual le permite a las empresas alcanzar una gran cantidad de resultados (Benavides & Quintana, 2005).

En conclusión, de acuerdo a lo mencionado se busca descubrir cuáles son las condiciones para que el conocimiento se desarrolle y se indica con claridad que es muy importante tener en cuenta las experiencias acumuladas y la velocidad de aprendizaje en la creación del conocimiento.

Como segundo tópico importante en el desarrollo de la presente fundamentación teórica tenemos ¿Qué es la competitividad y la competitividad turística?

Para Laura D'Andrea Tyson presidenta del Consejo de Consultores Económicos (citada por Krugman, 1994), la competitividad está relacionada con el disfrute de un nivel de vida sostenido por parte de los ciudadanos, mientras se producen servicios y bienes capaces de competir en el mercado internacional; pensamiento muy similar al de Porter (1990), (citado por Salim & Carbajal, 2006), quien considera que la competitividad está relacionada con el incremento y la participación en mercados internacionales, mientras crece el nivel de vida poblacional, basándose en la productividad.

Además, el WEF (World Economic Forum) entidad que realiza el informe anual de competitividad, “ve la competitividad como la capacidad que tiene un país para incrementar el PIB per cápita” (WEF, 1996).

Por otra parte, López & Grandío (2005) relacionan la competencia con la competitividad, e indican que esta última está relacionada con la facultad de una persona, organización, país, etc. Para proceder ante una posible rivalidad que se genere ante un contendiente que brinda algo (un producto o servicio) de manera limitada. La competitividad representa entonces la capacidad frente a un competidor y sirve como indicador de la posición frente a la competencia y la habilidad para sostenerse y mejorar.

Para ahondar en el concepto que permita identificar la aplicación del mismo en el desarrollo del presente trabajo se considera importante definir la competitividad internacional. Este término hace alusión a la competitividad económica de una región; la cual se puede determinar por el aumento de la competitividad de las empresas del país y se refiere a la capacidad de venta en el mercado internacional, frente a otros competidores (Anzil, 2008), esta idea se relaciona en el ámbito global con la definición de Alic (citado por Garay, 2004) quien manifiesta que la competitividad se refiere a la capacidad para diseñar, desarrollar, producir y comercializar productos de una compañía a nivel mundial, en un entorno en el que se compite con empresas de otros países.

Sumado a esto, en cuanto al ámbito turístico, algunos autores definen la “competitividad turística” como la capacidad de gozar de favoritismo en el transcurso del tiempo, y está relacionada con el desarrollo de ventajas competitivas las cuales favorecen el incremento de la rentabilidad y de los resultados económicos. Entre los aspectos que facilitan que una

industria como la turística sea competitiva se pueden tener en cuenta: escuelas de formación de personal de alta calidad, óptimos proveedores para la hotelería y demás empresas del sector, especialistas en las diversas ramas del turismo, etc. (González, 2002).

Por otra parte, Hassan (citado por Aracarons, 2008), define la competitividad de los destinos turísticos como la facultad de crear e integrar productos que faciliten el posicionamiento en el mercado respecto a la competencia, agregando el valor que permita el sostenimiento de los recursos locales, idea que se asemeja a la planteada por D´Hautesserre (citada por Diéguez, Gueimonde, Sinde & Blanco), quien considera que un destino es competitivo cuando es capaz de mantener su posición en el mercado y perdurar en el tiempo.

Desde el punto de vista de Porter (citado por López), la competitividad debe buscar la generación de ventajas a través de la innovación y la mejora continua. Es necesario analizar el mercado para seleccionar las opciones. Sustenta que la competitividad no se debe analizar en términos de un estado, sino de sus sectores e industrias, y que cada una de ellas alcanzará la competitividad cuando el “diamante competitivo” alcance circunstancias propicias. Por consiguiente, no hay naciones competitivas, lo que existen son naciones con sectores e industrias competitivas. Partiendo de esta teoría, en naciones como Colombia se han creado los clúster, estrategia que facilita la medición de la competitividad de acuerdo a los sectores económicos.

Dicho lo anterior, es importante tener en cuenta teorías que integren la importancia del conocimiento con el desarrollo de las economías en cuanto a competitividad.

La OEA (Organización de Estados Americanos):

Considera que una sociedad del conocimiento, es aquella que se encuentra bien educada, que basa el dinamismo y crecimiento de su economía en el conocimiento de los ciudadanos. Estos aspectos facilitan a las sociedades el éxito ante los cambios políticos y económicos del mundo actual (OEA, 2006).

Por otra parte, Bañuelos (2013) refiere que las economías del conocimiento incentivan la investigación y la innovación para dar origen a nuevas ideas que promuevan el desarrollo. Gracias a esto se puede alcanzar bienestar, a la vez que se facilita la solución de inconvenientes económicos. La economía del conocimiento, se caracteriza por invertir en el aspecto social y humano.

Basados en estas definiciones, se pretende integrar conceptos que faciliten el análisis del tema de investigación, para definir conclusiones alusivas al mismo.

ANTECEDENTES

Para hacer una aproximación a los antecedentes de la relación existente entre la gestión del conocimiento y la competitividad turística en Colombia, se hace un rastreo de documentos, tesis, informes y artículos que reflejan el estado actual de dicho tema a nivel global; se puede evidenciar con el rastreo realizado que:

A nivel general, el tema no se ha desarrollado a profundidad, de aquí surge la importancia de trabajarlo, ahondar en él y descubrir sus verdaderas implicaciones con relación al sector turístico colombiano.

En cuanto a la gestión del conocimiento, se encuentran en la red un sinnúmero de documentos que ejemplifican y explican la importancia que tiene dicha área en el desarrollo competitivo de organizaciones de diversa índole, muestra de ello, es el artículo “Aproximación de la medición de la gestión del conocimiento empresarial” del 7 de octubre de 2009, en el que se pone de manifiesto un estudio realizado en Bogotá – Colombia, en el cual se pretende establecer en qué medida la gestión del conocimiento genera valor agregado a diversas organizaciones o empresas. De allí surge como conclusión al aplicar una encuesta que

... Los resultados de la encuesta que se aplicó en las organizaciones localizadas en el área metropolitana de Bogotá muestran que allí existe interés y un significativo grado de gestión del conocimiento (GGC = 72,10%), y juegan un rol importante la capacitación de las personas (Nonaka y Takeuchi, 1999; Choo, 2000); el análisis del entorno (Druker, 1998); Toffler, 2000; Quinn, 1980); el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (Castells, 2006; Teece, 1986), y la cultura, las actitudes, el comportamiento y la memoria organizacional (Arbonés y Aldázabal, 2005) (Torres, Hoyos & Arango, 2010).

Se podrían mencionar en este punto documentos tales como “la gestión del conocimiento: creando competitividad en la nueva economía” del 2001 donde se expresa el hecho que el conocimiento es la principal fuente de ventaja competitiva; o también el texto (Rincón & Izquierdo, 2001). “La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial” de noviembre del 2005, donde se aclaran un conjunto de elementos teóricos conceptuales

relacionados con el tema gestión del conocimiento (Pérez Rodríguez & Coutín Domínguez, 2005).

Por otro lado, la página principal de la Universidad Externado de Colombia cuenta con la publicación de la revista “Turismo y sociedad”, en ella, se encuentra una publicación titulada “Caracterización de la formación en turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia” del año 2012 que se convierte para fines de la presente investigación en uno de los antecedentes más relevante ya que una de sus conclusiones generales es

... El nivel de formación en turismo en Colombia presenta relativas mejorías en términos de aumento de personal capacitado, principalmente, debido a los programas a nivel tecnológico, profesional universitario y técnico profesional, los cuales, de alguna manera, responden a las necesidades del sector. El aumento del personal capacitado es un factor que favorece la competitividad no solo en las organizaciones turísticas sino en las empresas de todo tipo; queda por delante indagar sobre la relación existente entre gestión del conocimiento y competitividad turística que es el tópico que atañe a la presente investigación (Collazos & Palacio, 2012).

HIPÓTESIS

La actividad turística durante los últimos 14 años en Colombia ha evidenciado un crecimiento significativo, gracias a las diversas políticas de turismo, planes de desarrollo y estrategias que se han implementado durante los dos últimos gobiernos para promocionar el país y posicionarlo como atractivo ante los ojos de propios y visitantes mediante campañas como “Colombia es pasión”, “Colombia el riesgo es que te quieras quedar”, “Colombia es realismo mágico” y “La respuesta es Colombia”.

De acuerdo a lo planteado en las diversas políticas de turismo se ha podido identificar que una de las falencias de la actividad turística es el poco personal calificado para el desarrollo de dicho sector, de ahí que se vea la importancia de implementar estrategias que permitan la gestión del conocimiento para el recurso humano.

A partir de esto, se puede plantear que si la gestión del conocimiento se ha considerado un pilar para la competitividad, dicho aspecto puede determinar el crecimiento del sector turístico en Colombia.

RELACIÓN ENTRE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Como se ha visto en el transcurso del presente trabajo, el nivel de competitividad de un país se puede ver influenciado por diversos factores, entre los cuales cabe mencionar la cualificación del recurso humano para desarrollar las actividades de diversa índole que intervienen en los procesos de los diferentes sectores económicos.

Así lo expresó Arzeni, miembro de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos) (citado por García, 2015), quien resaltó que la competitividad se puede lograr cuando se presentan los siguientes aspectos:

- Calidad
- Emprendimiento
- Innovación
- Capacitación de los recursos humanos.

De acuerdo a lo anterior, se identifica que uno de los factores más importantes para la competitividad es la capacitación de los recursos humanos.

Teniendo en cuenta lo señalado, se puede empezar a identificar la relación existente entre la gestión del conocimiento y el posicionamiento competitivo de las diversas economías a nivel global. En Colombia se han empezado a desarrollar políticas cuyas estrategias van encaminadas a mejorar e incentivar la investigación e innovación junto con la formación y el desarrollo de competencias como eje fundamental para alcanzar un mejoramiento en el posicionamiento de la competitividad.

Tal es el caso del CONPES 3527 (Política de competitividad y productividad) y el Plan Sectorial de educación, diseñados para que el sector educativo en el país adelante programas de formación del recurso humano, y de esta forma poder responder a los requerimientos de la economía, ya que el Ministerio es consciente de que gracias a la educación pertinente se puede mejorar la calidad de vida y lograr que las habilidades se desarrollen de manera óptima para asegurar la competitividad de la nación (Mineducación, 2009).

Colombia es un país que en el transcurso de los últimos años se ha enfocado en cambiar la imagen proyectada alrededor del mundo, realizando diversas campañas y participando en una gran variedad de eventos y ferias turísticas a nivel global, donde se ha logrado atraer la atención de propios y visitantes, y gracias a esto se ha incrementado el ingreso de turistas al país.

Actualmente, el 6.1% del PIB del país es aportado por el sector turístico (Radio Santa Fe, 2016), razón por la cual se hace relevante invertir y trabajar en pro de la calidad de los servicios que se prestan en la industria sin chimeneas. Al hablar de calidad, es necesario tener en cuenta los aspectos que influyen en el proceso de prestación del servicio. Los turistas en la actualidad más que un sitio para visitar buscan experiencias que les permita vivir e interactuar la cultura del destino o actividades vivenciales (como es el caso de la práctica de deportes extremos), para llegar a la calidad, y ser competitivos en este tipo de actividades, se hace indispensables que el factor humano se capacite, tanto en las necesidades del nuevo turista como en su cultura e idioma, para poder dar a conocer de manera eficaz todo aquello por lo que los visitantes llegan al país.

Así mismo, para establecer de una manera conceptual la relación existente entre la competitividad turística y la gestión del conocimiento, cabe mencionar las acciones que ha desarrollado la OMT (Organización Mundial de Turismo) para atender las necesidades e importancia que tiene la educación y el desarrollo del talento humano en el sector. De manera puntual vale la pena referirse a la “Conferencia OMT para el Desarrollo del Talento y Educación en el Turismo”, evento que se llevó a cabo en la ciudad de Bilbao-España, y cuyo principal fin era dar mejoramiento y bases de fundamento a la gestión estratégica del conocimiento con el propósito de desarrollar un modelo de turismo sostenible y competitivo. Esta conferencia buscaba incentivar estrategias de innovación para la investigación y educación en el ámbito turístico, fortaleciendo alianzas público-privadas para consolidar el desarrollo del capital humano y la formación de los líderes del turismo (OMT, 2015).

Es por lo citado en el desarrollo del presente título que se puede identificar que la competitividad turística, viéndola desde lo macro hasta lo micro, está ampliamente relacionada con la gestión del conocimiento, ya que como se logra percibir en el informe de competitividad realizado por el WEF cada año, los indicadores de medición en varios aspectos mencionan la educación y capacitación del personal como uno de los ítems relevantes para calificar y dar el posicionamiento a las economías que se encuentran rankeadas en dicho informe.

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: FACTOR DETERMINANTE PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA

Para el desarrollo del presente apartado es importante resaltar que el conocimiento es posible gracias a la existencia del ser humano como individuo pensante. En el transcurso del tiempo, las naciones se han ido conformando gracias a la agrupación de los seres humanos, por tal motivo cabe destacar que para lograr el desarrollo de las economías como se les conoce en la actualidad, la humanidad se ha visto en la necesidad de investigar para generar nuevos conceptos y conocimientos, a la vez que han ido innovando en todos aquellos aspectos que han influido en su evolución como especie pensante.

En la actividad turística, para lograr el desarrollo de los recursos humanos, es necesario identificar el tipo de cualidades y competencias que cada uno de los participantes en el proceso turístico debe poseer y desarrollar, esto puede facilitar la realización de un diagnóstico que ayude a las empresas del sector a establecer el tipo de acciones formativas que conlleven al mejoramiento en la calidad de los servicios (Schulte, 2003).

Las expectativas de los turistas dependen en gran parte de los recursos que se encuentren en la zona que se realiza la actividad, es por ello, que en la actualidad se hace indispensable contar con personal calificado para laborar en las distintas áreas del turismo (Schulte, 2003).

Para el sector público, además es trascendental analizar los requerimientos de las distintas regiones para generar estrategias de fortalecimiento en los distintos procesos de planificación turística (Schulte, 2003).

Dicho lo anterior, se considera importante el hecho de que Colombia cuenta con distintas instituciones que enfocan sus programas de formación hacia el sector turístico, ya que éste ha demostrado un crecimiento considerable y ha despertado el interés en las comunidades cuya economía se basa principalmente en este sector. Sin embargo, en muchos casos los pensum educativos no se dirigen a las verdaderas demandas del mercado laboral, ya que se pueden estar formando distintos tipos de perfiles: técnicos, tecnológicos y profesionales; pero se han descuidado aspectos que son fundamentales en el campo de la competitividad turística, como es el caso del bilingüismo.

Frente a esto, el estado colombiano, a través de diferentes programas y alianzas con instituciones de formación, y gracias al interés de entidades como el FONTUR y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, han gestionado propuestas de capacitación dirigidas al personal que se desempeña actualmente en el sector, como es el caso del programa “Inglés para el turismo”, a través del cual se espera contar con personal bilingüe, capaz de responder a las

necesidades del mercado y de los usuarios (turistas) que llegan a diario desde diferentes latitudes del mundo a conocer los diversos atractivos del país, dando lugar con este tipo de estrategias a la pertinencia, definida por la UNESCO como el “factor determinante que tiene en cuenta la concordancia entre las misiones de las instituciones de educación superior y las expectativas de la sociedad” (Mineducación, 2009).

Conforme a lo anterior y para dar relevancia a la concordancia, el gobierno nacional incluyó este aspecto en el Plan Nacional Decenal de Educación (PNDE, 2006-2016), donde se manifestó la necesidad de articular de una manera coherente los distintos niveles de formación, considerando las necesidades del sistema en cuanto a requerimientos culturales, legales, políticos, socioeconómicos, que incluyan la formación de una manera integral, dando mención al bilingüismo y al manejo de las TIC (Mineducación, 2009).

De acuerdo a lo anterior, se puede identificar el interés del estado por incentivar la formalización de la educación superior, para el caso que compete al presente trabajo, en el ámbito turístico, aspecto que lleva a considerar que éste es uno de los factores más relevantes cuando se piensa en competitividad, motivo quizá por el cual durante los últimos años se han intensificado esfuerzos para mejorar la calidad en cuanto a la prestación de los distintos servicios turísticos a lo largo y ancho del territorio nacional.

IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística se ha convertido en un motor para las economías a nivel mundial, por ello se han empezado a diseñar programas de formación articulando tanto al sector público como privado y organizaciones que están directamente ligadas al desarrollo y calidad del turismo.

Montoliu-Muñoz, del Banco Mundial, (citada por García, 2015), resalta los aprendizajes que ha adquirido durante su trabajo en cuanto a los aportes que el turismo puede brindarle al desarrollo de los países y el beneficio que dicha actividad puede ofrecer a las comunidades locales, ya que cuando este renglón económico empieza a convertirse en foco de desarrollo, desde las entidades gubernamentales se empieza a evidenciar la necesidad de un gobierno transparente que trabaje en pro del desarrollo de aspectos como la infraestructura, la cual debe ser acorde a las necesidades de los turistas y los recursos humanos que deben contar con los conocimientos para atender a turistas cada vez más exigentes.

Así pues, se puede mencionar como las actividades relacionadas con el mercado turístico en países como Colombia, que han tenido mano de obra con conocimiento empírico, han visto la necesidad de trabajar en pro de la formalización para alcanzar un buen posicionamiento a nivel de competitividad. Para ejemplificar se puede mencionar la guianza turística, que en la mayoría de los destinos a nivel nacional ha estado a cargo de las comunidades receptoras, quienes conocen parte de su historia pero no necesariamente poseen las características que brinda la formalización de la educación, como es el caso del servicio al cliente tema fundamental para prestar atención de calidad y transmitir seguridad a los turistas y visitantes.

A nivel región, Colombia compite con destinos como Perú y México, los cuales por sus características se puede decir que representan un atractivo potencial para los mercados del viejo continente y Norteamérica. Por ello, es necesario prestar atención a los aspectos que contribuyen con la formalización de la actividad, específicamente a la formación y capacitación del recurso humano, para alcanzar el nivel competitivo que se requiere al enfrentarse en el mercado con este tipo de destinos.

Así pues, se puede considerar la apreciación de Tenjo (2009) quien menciona que para asegurar que el capital humano de un país cuente con las habilidades, competencias y características que se demandan, es preciso contar con fuentes de información que faciliten la toma de decisiones. En gran parte de las naciones desarrolladas (Europa y América del Norte) y algunas en vía de desarrollo se han instaurado instituciones y forjado metodologías que permiten la consecución de información. Todo esto, ayuda a diseñar programas de formación enfocados en la fuerza de trabajo, teniendo en cuenta las características demográficas de la población. Es por lo anterior que se piensa que el diseño de los programas educativos en el ámbito turístico debe basarse en la realización de estudios y diagnósticos que permitan la concordancia de los mismos con la demanda en el mercado laboral.

Considerando lo anterior, se logra deducir cuán importante puede llegar a ser el conocimiento en el crecimiento de la economía, más exactamente en la actividad turística.

Así mismo, es importante resaltar que cuando una sociedad es consciente del potencial natural y cultural que posee para el desarrollo de la actividad turística, debe empezar a capacitarse para que los impactos de dicha actividad no vayan en detrimento de los destinos. Para velar por un turismo sostenible e incluyente con las comunidades receptoras, en Colombia se han diseñado diversas políticas y planes para la regulación de este sector de la economía, en el Plan

Sectorial de Turismo 2014-2018 se evidencia el interés por parte del estado y la importancia que el mismo le ha dado a la capacitación del recurso humano para lograr la competitividad frente a los destinos que ofrecen experiencias y actividades similares a las de nuestro país.

En dicho Plan, se citan aquellos aspectos que han consolidado la posición a nivel competitivo de los países, y los cuales han repercutido en el desarrollo de los mismos mencionando entre ellos el fortalecimiento en la formación del recurso humano (Mincit, 2014). Así pues, se aprecia que el conocimiento, visto desde el ámbito de la formación y capacitación no es un factor distante del desarrollo del sector turístico en sus diversas tipologías.

En el transcurso del programa se definen tres fundamentos para el progreso de las estrategias, uno de ellos se titula “Turismo responsable y sostenible” y enfatiza en que la esencia del turismo es la gente. Este fundamento transversal busca alinear el conocimiento de los mercados de manera estratégica, de tal forma que se apoye la toma de decisiones frente a los demás mercados para asegurar la sostenibilidad económica, y será concluyente en relación a las estrategias que van encaminadas hacia la cualificación del recurso humano y su formación.

En vista de la atención que presta el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, a través de sus políticas, a la capacitación del recurso humano se creó el Comité para la Formación y Capacitación en Turismo, con el fin de velar por la calidad del sector desarrollando en los trabajadores competencias directivas y profesionales (Mincit, 2014). La ejecución de este tipo de estrategias permite deducir que el conocimiento es un factor de vital importancia cuando de competitividad se trata, y que alcanzar una posición deseada en el informe de competitividad de la Industria de los Viajes y Turismo del WEF es posible, siempre y cuando el sector público y privado tomen conciencia de que la capacitación del personal es un elemento efectivo y determinante para escalar en cuanto a posición frente a los países competidores, y que las falencias en algunos aspectos como es el caso del bilingüismo marcan la pauta sobre el capital humano poco capacitado para afrontar el mercado turístico.

CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo realizado, se puede concluir que aunque Colombia ha presentado crecimiento en cuanto a la llegada de turistas, los cuales arriban al país motivados por los diversos atractivos culturales y naturales, en el ámbito competitivo es necesario implementar acciones que ubiquen al país en una mejor posición en cuanto al ranking de competitividad elaborado por el FEM.

Por otro lado, se deduce que la gestión del conocimiento es un área que está ampliamente ligada al crecimiento de la competitividad del sector turístico en Colombia y en el mundo. Es por esta razón, que el gobierno nacional a través de diversos entes encargados de la gestión del turismo como el FONTUR y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha desarrollado planes y políticas cuyas estrategias buscan facilitar el incremento de la calidad en la prestación de los servicios mediante la cualificación del personal que se desempeña directa o indirectamente en la llamada industria sin chimeneas.

Uno de los aspectos de formación que se le ha dado mayor énfasis tanto en el sector público como privado, es el manejo de una segunda lengua por parte del recurso humano propio del sector, para poder responder de esta manera a los requerimientos de un mercado globalizado.

De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que la gestión del conocimiento es un factor determinante en el crecimiento de la competitividad del sector turístico en Colombia, por ello, los sectores público y privado han desarrollado acciones permanentes de formación para consolidar un servicio de calidad con la capacidad de competir en el mercado mundial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arcarons, R. (7 de Junio de 2008). *La competitividad turística: concepto y determinantes*. [en línea] Dirección URL: <http://turislexcat.blogspot.com.co/2008/06/la-competitividad-turstica-concepto-y.html> (Consultado el 14 de Jun de 2016).
- Baglietto, T.; Ballesyteros, A.; Barceló, M.; Correas, J.; Fernández, P.; Gómez, S. & Moyano, J. (2001). *Hacia una economía del conocimiento*. Madrid, España: ESIC-EDITORIAL-PricewaterhouseCoopers. Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=jn3FdhlNuBIC&pg=PA43&dq=gestion+del+conocimiento+crear+valor+a+partir+del+capital+intelectual&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_3uKBx6DNAhXHqh4KHQu5BhYQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false
- Bañuelos, G. (2013, 23 de Febrero). ¿Qué es la economía del conocimiento? *queaprendemoshoy.com*. Recuperado de <http://queaprendemoshoy.com/que-es-la-economia-del-conocimiento/>
- Benavides, C. & Quintana, C. (2005). *Proceso y sistemas organizativos para la gestión del conocimiento. El papel de la calidad total*. Recuperado de http://www.revistasice.info/cachepdf/BICE_2838_3752__9C7EFDE3A607ADDFD05E8991EFD3BBEF.pdf.
- Collazos, A. Z. & Palacio, M. C. (2012). Caracterización de la formación en turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 13.
- Dieguez, Gueimonde, Sinde & Blanco. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Cultur*, 5 (02), 24-2.
- Duran, Y & Caicedo, R. *El conocimiento como recurso económico*. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/Audire/ydrc.pdf>
- Garay, L. (2004). *Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996* [PDF]: Colombia 1998-07. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/246.htm>
- García, R. (2015, 28 de enero). Claves para la competitividad turística: Innovación y Tecnología. *aprendeturismo.org*. Recuperado de <http://www.aprendeturismo.org/claves-para-la-competitividad-turistica-innovacion-y-tecnologia/>

- González, S. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. México D.F., México: Siglo XXI.
Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=RVtNVm06uRwC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Krugman, P. (1994). *Competitividad: una peligrosa obsesión*. Recuperado de http://www.ehu.es/Jarriola/Docencia/EcoInt/Lecturas/krugman_competitividadES.pdf.
- López, J. (2003, 8 de diciembre). ¿Qué es la competitividad turística? *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*. Recuperado de <http://www.gaceta.udg.mx/Hemeroteca/paginas/325/325-13.pdf>
- López, M. & Grandío, A. (2005). *Capital humano como fuente de ventajas competitivas*. España: Netbiblo.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014-2018*.
Recuperado de www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=71713.
- Ministerio de Educación Nacional. (2009). *Educación para la innovación y la competitividad* (Boletín # 12). Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-92779_archivo_pdf_Boletin12.pdf.
- Molina, J. & Marsal, M. (2001). *La gestión del conocimiento en las organizaciones*. ISBN: 9871022603, 9789871022601.
- OEA. (2006). *Sociedad del conocimiento*. Recuperado de http://www.oas.org/es/temas/sociedad_conocimiento.asp.
- OMT. (2015). *La conferencia OMT para el Desarrollo del Talento y Educación en el Turismo*.
Recuperado de <http://know.unwto.org/es/event/conferencia-omt-para-el-desarrollo-del-talento-y-educacion>.
- Pérez Rodríguez, Y. & Coutín Domínguez, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 0-0.
- Rincón, M. & Izquierdo, A. C. (2001). La gestión del conocimiento: creando competitividad en la nueva economía. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (791), 77-92.
- Salim, L. & Carbajal, R. (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. Recuperado de <http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivos/Cuaderno74.pdf>

- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile, Chile: United Nations Publications.
- Sector de turismo en Colombia aporta el 6,1% del PIB del país. (2016, 17 de junio). *Radio Santa Fe*. Recuperado de <http://www.radiosantafe.com/2016/06/17/sector-de-turismo-en-colombia-aporta-el-61-del-pib-del-pais/>.
- Tenjo, J. (2009). *Educación para la innovación y la competitividad. Utilidad de la información en la pertinencia*. (Boletín # 12). Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles92779_archivo_pdf_Boletin12.pdf.
- Torres, C. A. B.; Hoyos, Á. T., & Arango, H. D. S. (2010). Aproximación a la medición de la gestión del conocimiento empresarial. *Revista AD-minister*.
- World Economic Forum. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
- Zonaeconomica.com (18 de Jul de 2008). "Competitividad". [en línea] Dirección URL: <http://m.zonaeconomica.com/definicion/competitividad> (Consultado el 16 de Jun de 2016).