

**LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DE LAS
EMPRESAS PROMOTORAS DE DESARROLLO TURISTICO EN EL
DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA**

ELIS JACOBO GÓMEZ



**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO SOSTENIBLE
RIOHACHA, AGOSTO, 2021**

**LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DE LAS
EMPRESAS PROMOTORAS DE DESARROLLO TURISTICO EN EL
DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA**

ELIS JACOBO GÓMEZ OCHOA

Trabajo presentado como requisito para optar al título de
Magister en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible

Directora
YOLEIDA VEGA MENDOZA
Magíster en Gerencia de Proyectos de I+D



**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO SOSTENIBLE
RIOHACHA, AGOSTO, 2021**

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, **YOLEIDA VEGA MENDOZA**, identificada con la cédula de ciudadanía No. 27.004.816, expedida en San Juan del Cesar, La Guajira, por medio del presente hago constar que el trabajo de grado, presentado por el señor **ELIS JACOBO GÓMEZ**, identificado con la cédula de ciudadanía No 84 035 788 expedida en Riohacha, titulado: **Liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira**, para optar por el título de Magister en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible, reúne los requisitos para ser enviado a consideración del jurado evaluador que se designe y posteriormente sustentado.

Dado en Riohacha Distrito Especial Turístico y Cultural, departamento de La Guajira, 16 de agosto de 2021.

YOLEIDA VEGA MENDOZA
Director del Trabajo de Grado

CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO

Como directora de este trabajo de grado, presentado como requisito para optar por título de Magister en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible, presentado por **ELIS JACOBO GÓMEZ**, titulado: **Liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira**, el cual fue revisado por el software antiplagio, Plagius - Detector de Plagio con un 10.58% de índices de coincidencia, con otros trabajos y las fuentes consultadas, se encuentran debidamente citadas de acuerdo las normas APA vigentes, por lo que el proyecto se considera de su autoría.

Dado en Riohacha Distrito Especial Turístico y Cultural, departamento de La Guajira, 16 de agosto de 2021.

YOLEIDA VEGA MENDOZA
Directora del Trabajo de Grado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **ELIS JACOBO GÓMEZ**, estudiante del Programa de Maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible, de la Universidad de La Guajira, identificado con cédula de ciudadanía No. 84 035 788, expedida en Riohacha, La Guajira, autor del trabajo de grado titulado: **Liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira**; declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. El presente trabajo de grado es de mi autoría;
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes para liderar y gestionar de mejor manera los destinos turísticos del departamento de La Guajira.

De identificarse la presencia de fraude o (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), asumo las consecuencias y sanciones a que diere lugar,

Dado en Riohacha Distrito Especial Turístico y Cultural, departamento de La Guajira, 16 de agosto de 2021.

ELIS JACOBO GÓMEZ

DERECHOS DE AUTOR

Yo, **ELIS JACOBO GÓMEZ**, identificado con cédula de ciudadanía No. 84 035 788, expedida en Riohacha - La Guajira, autor del trabajo de grado titulado: **Liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira**, autorizo a la Universidad de La Guajira para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura, consulta y aporte a los procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando respeten mis derechos de autor.

Dado en Riohacha Distrito Especial Turístico y Cultural, departamento de La Guajira, 16 de agosto de 2021.

ELIS JACOBO GÓMEZ

DEDICATORIA

Infinitamente agradecido con Dios por ser mi creador, sustentador y permanente fuente de crecimiento e inspiración en todas las áreas de mi vida, a Él dedico este trabajo, ya que dé Él tomo aliento y fuerza para avanzar, siendo Él mi guía en todos los proyectos de mi vida.

A mi Madre, la señora Edelmira Ochoa, por su apoyo incondicional desde el momento de mi concepción, por ser ese motor de inspiración, por su aferrado deseo de verme avanzar como un ser útil y servicial para la sociedad

A mi hijo Gaddiel Jacobo Gómez Vargas, por ser motivo de mis esfuerzos de superación contribuyendo en convertirme en un ejemplo de vida para él.

A mis hermanos Elka, Enia y Elier, por hacer equipo conmigo desde la distancia, agradezco mucho sus estímulos, sus deseos de verme crecer y lo más importante, gracias por sus continuas oraciones por mi vida. A mis hermanos paternos, sobrinos, tíos, primos y demás miembros de mi familia por ser parte y motivo de desarrollo.

A mis amigos, compañeros de maestría y demás personas que con valiosos gestos aportaron para mi evolución de vida.

A la Universidad de La Guajira, institución insigne para en la región, reconozco su visión y esfuerzo en la contribución académica y social a los habitantes de La Guajira, resalto y agradezco a la coordinación, al cuerpo docente que entrega lo mejor de ellos para apoyar a la óptima formación de los estudiantes, agradecimiento especial a mi directora Yoleida Vega por su respaldo constate, por su empoderamiento y ser mi guía en la elaboración de este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ayudarme y darme la inteligencia necesaria para culminar esta meta.

A la Universidad de La Guajira, por abrirme sus puertas para la realización de esta meta.

Al tren de Educadores, por formar profesionales de alta calidad capaces desempeñarse de una manera óptima en el desenvolvimiento de sus tareas o funciones a futuro en sus puestos de trabajo.

A mi directora de tesis Yoleida Vega Mendoza, por su apoyo, guía y dedicación en el desarrollo de este trabajo.

A la profesora MSc Annerys Paz, por su guía en la realización de esta investigación.

A todos infinitas gracias,

Elis Jacobo Gómez

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN	17
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1.1 Formulación del problema.....	23
1.1.2 Sistematización del problema	23
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1.2.1 Objetivo general	24
1.2.2 Objetivos específicos	24
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.4.1 Delimitación teórica.....	26
1.4.2 Delimitación espacial	26
1.4.3 Delimitación temporal.....	26
2. MARCO REFERENCIAL	27
2.1. MARCO TEORICO	27
2.1.1 Antecedentes de investigación	27
2.1.2 Bases teóricas	39
2.1.2.1 Liderazgo	39
2.1.2.1.1 Estilos de liderazgo	39
a. Autocrático	41
b. Democrático.....	42
c. Carismático	43

d. Laisser Faire	43
2.1.2.1.2 Enfoques modernos del liderazgo	44
a. Liderazgo transformacional	44
b. Liderazgo estratégico	45
c. Liderazgo de servicio	45
e. Liderazgo basado en valores	45
2.1.2.2 Gestión de destinos turísticos	46
2.1.2.2.1 Entorno de la gestión de destinos turísticos	46
a. Sostenibilidad	47
b. Competitividad	48
2.1.2.2.2 Modelo de gestión de destinos turísticos	49
a. Modelo de sistema turístico	49
b. Modelo de planificación turística	50
c. Modelo de gestión de calidad	51
d. Modelo de gestión para lograr sostenibilidad	51
e. Modelo de gestión para lograr competitividad	52
2.2. MARCO CONTEXTUAL O REFERENCIAL	52
2.2.1 Información Organizacional	52
2.2.2 Reseña histórica	52
2.2.3 Misión y Visión	53
2.2.3.1 Misión	53
2.2.3.2 Visión	54
2.2.4 Ubicación del Distrito de Riohacha	54
2.2.4.1 Geografía	54
2.2.4.2 Límites	54
2.2.5 Dinámica del Sector Turismo del Distrito de Riohacha	55
2.3. SISTEMA DE VARIABLES	57
2.3.1 Definición nominal	57
2.3.1.1 Definición conceptual	57
2.3.1.2 Definición operacional	57

2.3.2	Definición nominal.....	57
2.3.2.1	Definición conceptual.....	58
2.3.2.2	Definición operacional.....	58
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	60
3.1.	PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN	60
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	61
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	62
3.4.	FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	63
3.4.1	Información primaria	63
3.4.2	Información secundaria.....	64
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA	64
3.5.1	Población	64
3.5.2	Muestra	65
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	67
3.7.	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	67
3.7.1	Validez del instrumento.....	67
3.7.2	Confiabilidad del instrumento.....	68
3.8.	PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	69
3.9.	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	70
4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	72
4.1.	DIMENSIÓN ESTILOS DE LIDERAZGO	72
4.2.	DIMENSIÓN ENFOQUES MODERNOS DEL LIDERAZGO	76
4.3.	DIMENSIÓN ENTORNO DE LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS...79	
4.4.	CÁLCULO DE CHI-CUADRADO	86
	CONCLUSIONES	87
	RECOMENDACIONES.....	90
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	59
Tabla 2. Distribución de la Población.....	65
Tabla 3. Ponderación de las opciones de respuestas.....	67
Tabla 4. Baremo para la interpretación de la confiabilidad	68
Tabla 5. Interpretación de los resultados de la Media.....	70
Tabla 6. Dimensión estilos de liderazgo	73
Tabla 7. Dimensión enfoques modernos del liderazgo	76
Tabla 8. Variable liderazgo	79
Tabla 9. Entorno de la gestión de destinos turísticos.....	80
Tabla 10. Dimensión modelo de gestión de destino turístico	82
Tabla 11. Variable gestión de destinos turísticos.....	85

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estilos de liderazgo.....	40
Figura 2. Modelo de sistema turístico	50
Figura 3. Ubicación Distrito Riohacha.....	55

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Instrumento de validación.....	100
Anexo B. Matriz de Validación del Instrumento.....	105
Anexo C. Instrumento para la recolección de la información	106
Anexo D. Cálculo de Kuder y Richarson.....	111
Anexo E. Cálculos estadísticos.....	113

GÓMEZ, Elis Jacobo. Liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Universidad de La Guajira. Maestría en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible. Riohacha La Guajira 2021.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Teóricamente sus variables están soportadas por autores como: Chiavenato (2012), Bernal y Sierra (2008), Davis y Newstrom (2006), Koontz y Weihrich (2007), Pulido, (2014), Flores (2014), Beni (2013), OMT, (2004). Metodológicamente la presente investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo, sustentada en el paradigma positivista. De tipo descriptiva, correlacional, con un diseño de campo, no experimental, transversal. La población estuvo constituida por, veintitrés (23) gerentes y cuarenta y siete (47) funcionarios de los entes públicos y gestores turísticos del departamento de La Guajira, la muestra, se calculó utilizando la fórmula para universos finitos, expuesta por Chávez, quedando constituida por 52 sujetos. La técnica utilizada fue la encuesta, como instrumento se utilizó el cuestionario conformado por cuarenta y cinco (45) ítems con preguntas cerradas de tipo dicotómico. La validez del instrumento para la recolección de datos, se obtuvo a través del juicio de cinco (5) expertos, en las temáticas objeto de estudio, la confiabilidad se realizó mediante el coeficiente de Kuder-Richardson, arrojando un resultado de $r_{tt}=68$ para la variable liderazgo y un $r_{tt}= 0,74$ para la variable gestión de destinos turísticos. Los datos se analizaron mediante la estadística descriptiva, aplicando como medida de tendencia central la media aritmética. Se concluyó que existe asociación entre las variables, liderazgo y gestión de destinos turísticos, es decir, existe una relación entre ellas y una probabilidad de más de un 5% de asociación entre las variables. En este sentido, las instituciones en estudio, aplican el liderazgo autocrático primordialmente, además de los enfoques modernos de liderazgo, cumpliendo con los enfoques y modelos de gestión de destinos turísticos en procura de la sostenibilidad y la competitividad.

Palabra clave: Liderazgo, Gestión, Destinos Turísticos.

Gomez, Elis Jacobo. Leadership in the management of tourist destinations of companies promoting tourism development in the Department of La Guajira. University of La Guajira. Master in Sustainable Tourism Management and Development. Riohacha La Guajira 2021.

ABSTRACT

The present study had the general objective of determining Leadership in the management of tourist destinations of companies promoting tourism development in the Department of La Guajira. Methodologically this quantitative research, framed in the positivist paradigm. Descriptive, correlational, with a non-experimental, cross-sectional field design. The population consisted of twenty-three (23) managers and forty-seven (47) officials of the public entities and tourism managers of the Department of La Guajira, the sample size was calculated using the formula for finite universes exposed by Chávez, leaving a sample of 52 subjects. The observation technique modality through surveys was used, as an instrument a questionnaire made up of forty-five (45) items with closed dichotomous questions was used. To validate the content of the data collection instrument, the judgment of five (5) tourism specialists was used. for dichotomous instruments, reliability is performed using the Kuder-Richardson coefficient, yielding a result of $r_{tt} = 0.68$ for the leadership variable and $r_{tt} = 0.74$ for the variable management of tourist destinations. The data were analyzed using descriptive statistics, applying the arithmetic mean as a measure of central tendency. It was concluded that it is accepted that there is an association between the variables, concluding that both variables leadership and management of tourist destinations are dependent, that is, there is a relationship between them. This means that there is more than a 5% probability that there is an association between the variables is true in the population. In this sense, the institutions under study apply autocratic leadership primarily, in addition to modern leadership approaches, complying with the approaches to the management of tourist destinations in pursuit of sustainability and competitiveness, using tourist destination management models.

Keyword: Leadership, Management, Tourist Destinations.

INTRODUCCIÓN

El turismo ha tenido un crecimiento exponencial, con el pasar del tiempo tomando un auge importante para la sociedad, por lo que, se habla con creciente insistencia de la necesidad de mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen; en este sentido, los gerentes son clave para responder a las exigencias del entorno, resolviendo diferentes situaciones, evidenciando un liderazgo que permita optimizar los recursos y propiciar un ambiente de participación, relaciones interpersonales, comunicación, toma de decisiones además, de motivar al personal a su cargo, de manera tal; que se eleve el desempeño laboral, logrando la efectividad en los planes o proyectos que se diseñen.

Es de hacer notar, que el liderazgo es una condición fundamental para alcanzar el éxito y lograr los objetivos establecidos en cualquier organización, motivo por el cual, en el área turística requieren de una persona cuyo liderazgo impulse al capital humano, bajo su dirección a realizar las acciones que promuevan calidad, innovación, el trabajo en equipo, así como un desempeño de excelencia.

En este sentido, existe interacción entre el líder y el equipo de trabajo que dirige, estos deben inspirarse confianza, apoyándose mutuamente en el cumplimiento de las metas organizacionales generando procesos dinámicos e integrados. De tal manera, que el líder debe impulsar, orientar, dirigir, y fomentar el trabajo en equipo de forma tal, que las necesidades del capital humano sean satisfechas, logrando así una mayor productividad, basado en fines comunes que beneficie a todos los integrantes de la organización; logrando que los individuos se identifiquen con la misión o visión de la empresa.

Es de hacer notar, que las organizaciones turísticas latinoamericanas, no escapan a esta realidad existiendo gran interés por la forma en que se desarrolla el

liderazgo dentro de la misma, promoviendo la participación y formación de equipos de trabajo en la consecución de los objetivos previamente establecidos, para el logro de la gestión de los destinos turísticos.

Desde esta perspectiva, el destino turístico es de gran importancia debido a que, se configura como ámbito de cruce entre lo sectorial y lo territorial, siendo, además, el lugar donde se establecen la mayor parte de las relaciones entre la oferta y la demanda turística. Motivo por el cual, las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad básica de gestión. Siendo de gran relevancia para promover estrategias de competitividad y sostenibilidad en la actividad turística.

El estudio se encuentra estructurado de la siguiente manera: Capítulo I, donde se describe el planteamiento y formulación del problema, los objetivos que direccionan las respuestas a la situación planteada como tema de investigación, así mismo, la justificación y delimitación del estudio. Seguidamente, en el Capítulo II, se plantea el marco teórico, el cual contiene a su vez los antecedentes investigativos relacionados con las variables objeto de estudio, así mismo, los fundamentos teóricos y el sistema de variables que dan soporte a la misma.

De igual forma, en el Capítulo III, se desarrolla el marco metodológico, que se utiliza en la investigación, enunciando el enfoque epistemológico, tipo y diseño de la investigación, la población, muestra, así como también, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad de los mismos, las técnicas y procedimiento de análisis y el procedimiento de la investigación.

Por otra parte, en el Capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación con su respectivo análisis y discusión con las teorías presentadas en las bases teóricas, así como los lineamientos diseñados. Finalmente, se formulan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial, el turismo ha ido creciendo general con el tiempo tomando un auge importante para la sociedad, por lo que, se habla con creciente insistencia de mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen; en este sentido, los gerentes son clave para responder a las exigencias del entorno, resolviendo diferentes situaciones, evidenciando un liderazgo que permita optimizar los recursos y propiciar un ambiente de participación, relaciones interpersonales, comunicación, toma de decisiones además, de motivar al personal a su cargo, de manera tal; que se eleve el desempeño laboral, logrando la efectividad en los planes o proyectos que se diseñen.

Es de hacer notar, que el liderazgo es una condición fundamental para alcanzar el éxito y lograr los objetivos establecidos en cualquier organización, motivo por el cual, en el área turística requieren de una persona cuyo liderazgo impulse al capital humano, bajo su dirección a realizar las acciones que promuevan calidad, innovación, el trabajo en equipo, así como un desempeño de excelencia.

En este sentido, existe interacción entre el líder y el equipo de trabajo que dirige, estos deben inspirarse confianza, apoyándose mutuamente en el cumplimiento de las metas organizacionales generando procesos dinámicos e integrados. De tal manera, que el líder debe impulsar, orientar, dirigir, y fomentar el trabajo en equipo de forma tal, que las necesidades del capital humano sean satisfechas, logrando así una mayor productividad, basado en fines comunes que beneficie a todos en la organización; logrando que los individuos se identifiquen con la misión o visión de la empresa.

Al respecto, Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008), expresan

que el liderazgo es un proceso donde un individuo denominado líder influye sobre otros llamados seguidores para lograr los metas organizacionales a través del cambio. Motivo por el cual, es necesario que los líderes sean participativos, diseñando estrategias de concertación entre las diferentes instituciones turísticas y el entorno donde operan, por lo que se deben romper los paradigmas de la administración tradicional permitiendo la participación de las partes involucradas en los proyectos y planes a desarrollar.

Asimismo, Palomo (2013), infiere que un líder debe lograr que sus ideales y actuación movilicen a otros que deseen esforzarse en pos de objetivos comunes, obteniendo el apoyo de los participantes sin dar órdenes, ya que el grupo al cual dirige se sentirá implicado y comprometido con la labor que se realice, generando una visión compartida en la creación de los proyectos que diseñe.

En ese sentido, el liderazgo se refiere a organizar las cosas y solucionar los posibles inconvenientes que se pueden suscitar en desarrollo de los planes o proyectos, debiendo tener los líderes capacidad y firmeza para tomar decisiones, escogiendo entre las alternativas más viables, llevando a su grupo de colaboradores a alcanzar las metas organizacionales.

Con base a lo anteriores, para las instituciones turísticas es de vital importancia captar individuos con los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para realizar las actividades, ofreciéndoles un buen clima laboral, donde conjuguen tanto los objetivos organizacionales como las expectativas individuales encaminando una conducta motivada hacia niveles de desempeño altos lo cual se traduce en beneficios para la empresa y el capital humano.

Es de hacer notar, que las organizaciones turísticas latinoamericanas, no escapan a esta realidad existiendo gran interés por la forma en que se desarrolla el liderazgo dentro de la misma, promoviendo la participación y formación de equipos de trabajo en la consecución de los objetivos previamente establecidos, para el logro de la gestión de los destinos turísticos.

Desde esta perspectiva, el destino turístico es de gran importancia debido a que, se configura como ámbito de cruce entre lo sectorial y lo territorial, siendo, además, el lugar donde se establecen la mayor parte de las relaciones entre la oferta y la demanda turística. Motivo por el cual, las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad básica de gestión. Siendo de gran relevancia para promover estrategias de competitividad y sostenibilidad en la actividad turística.

En este orden y dirección, Ejarque (2016, p. 16), infiere que la gestión de destino turístico no solamente “implica prestar servicios de animación e información, trata fundamentalmente de satisfacer las demandas de los turistas garantizando la sostenibilidad del ambiente, dando valor a la identidad y personalidad del destino e implicando a la población local”.

Con base a lo anteriormente expuesto, los diferentes agentes del destino tanto públicos como privados deberán implementar estrategias conjuntas y coordinadas de creación, promoción y comercialización de productos o experiencias turísticas, impulsando la cooperación efectiva, así como el sentimiento de destino compartido entre los principales agentes intervinientes con el equipo de trabajo para la provisión y distribución del producto turístico.

Es de hacer notar, que mediante la gestión de destinos turísticos se pretende asegurar que las experiencias obtenidas por los visitantes cubran sus expectativas, sin dejar de administrar el valor del mismo con responsabilidad y equilibrio; evitando así impactos negativos en la comunidad y en el territorio, mediante la aplicación de tácticas y acciones eficientes y eficaces que conjuguen todos los elementos que forman parte del destino. Dentro de este contexto, un gestión eficaz y eficiente de un destino turístico debe definir, gestionar y analizar los factores de atraktividad, además de los diferentes sectores empresariales locales, organizando todos los elementos para crear propuestas y productos que sean capaces de incidir competitivamente en la demanda existente.

En este sentido, la gestión de destinos turísticos debe generar ventajas

competitivas que aseguren la sostenibilidad de las actividades económicas y la conservación de los recursos de manera tal, que estos continúen sirviendo en el futuro para generar competitividad e impulsar el desarrollo del departamento de La Guajira, como lugar turístico de interés con escenarios que propicien la productividad y mejoras del entorno turísticos para los visitantes.

Es el caso, de La Guajira, donde en el último tiempo el turismo ha ido en constante crecimiento, ya que según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo citado en Gámez (08/01/2018) la llegada de viajeros extranjeros aumentó un 27,7% en Colombia y La Guajira es uno de los departamentos con mayor afluencia con un 116,2%. Convirtiéndose en parte relevante de la economía local, debido a sus grandes atractivos como los recursos, la accesibilidad, imagen, entre otros, no obstante, según observaciones informales realizadas por el investigador, en las instituciones encargadas de gerenciar y gestionar el turismo se evidencia que los directivos no están altamente capacitados en el área turística, además, manifiestan una conducta autocrática, lo cual impide que los individuos de la comunidad se acerquen a las mismas.

De igual manera, al hacer un sondeo entre los actores de este espacio, quienes manifestaron que el director no se comunica con ellos y no solicita opinión para el desarrollo de las acciones, solo se le notifica a la comunidad, lo cual evidencia apatía, indiferencia, poca colaboración, desinterés en muchos casos por parte de la comunidad donde se desarrollan los proyectos turísticos.

Aunado a ello, se observó poca familiarización y socialización; entre la Dirección de Turismo Departamental, la Dirección de Turismo Distrital, la direcciones de turismo municipal y los gestores turísticos con el entorno de la comunidad, así mismo, los líderes gerenciales no estén asumiendo su responsabilidad como directivos, ya que en ocasiones no son profesionales expertos en turismo, por lo que se gestiona la búsqueda de soluciones a la problemática existentes, trayendo como consecuencia que el capital humano a su

cargo no realice una labor eficiente ni eficaz , lo cual incide directamente en el producto turístico que se ofrece y en la imagen del destino turístico que se desea desarrollar.

De continuar la situación planteada, no se crearía el ambiente adecuado para los turistas ni para los residentes de la comunidad, además, de que no se prestaría un servicio de calidad por parte del capital humano operante del destino, lo cual ocasionaría poca afluencia de visitantes a la zona restándole competitividad y sostenibilidad a las actividades económicas propias del turismo en el Departamento de la Guajira. Motivo por el cual, se hace necesario determinar el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira., de manera tal que se conviertan en fortalezas las debilidades encontradas, como aporte de los resultados de la presente investigación

1.1.1 Formulación del problema

Por lo anteriormente expuesto, surge la siguiente interrogante:

¿Cómo es el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?

1.1.2 Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los estilos de liderazgo presentes en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?
- ¿Cuáles son los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?
- ¿Cómo es el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?
- ¿Cuál sería el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?

- ¿Cuál es la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo general

Determinar el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.

1.2.2 Objetivos específicos

- Describir los estilos de liderazgo presentes en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.
- Identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.
- Indicar el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.
- Especificar el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.
- Establecer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Desde la perspectiva teórica, el presente estudio se justifica por el manejo de teorías, concernientes a las variables liderazgo y gestión de destinos turísticos lo cual, permitirán fortalecer el conocimiento sobre el tema, sirviendo de apoyo para futuras investigaciones afines con las variables esencia de estudio. Teniendo en cuenta los postulados de los autores, Palomo (2013), Ejarque (2016, p. 16), Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008, p. 171, entre otros.

Desde el punto de vista práctico, las indagaciones permitirán proporcionar resultados válidos y confiables sobre liderazgo y la gestión de destinos turísticos, proporcionando, a las personas encargadas la posibilidad de utilizar los hallazgos encontrados en pro de una mejor competitividad, sostenibilidad y dirección de los destinos turísticos en estudio.

En cuanto al aporte metodológico, se elaborarán instrumentos válidos y confiables, que una vez estandarizados, podrán ser aplicados en futuras investigaciones con las mismas variables, en otros contextos y con otros factores.

Desde la relevancia social, se desea que los planteamientos mostrados en este estudio investigativo generen impacto en las empresas promotoras turísticas y permita hacer un aporte para que se desarrollen nuevas estrategias, productos y procesos con un alto valor agregado que contribuya al posicionamiento del turismo de La Guajira, alcanzando crecimiento social y económico del departamento, la región y el país.

1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Delimitación teórica

Se apoya en las directrices del Centro de Investigación de la Universidad de la Guajira correspondiente a la línea de investigación matricial gerencia de las organizaciones y teniendo como línea operativa la gestión de desarrollo de destinos turísticos. Bajo los postulados de autores como: Bernal y Sierra (2008), Chiavenato (2012), Ejarque (2016), Palomo (2013), Pedro (2015), entre otros.

1.4.2 Delimitación espacial

La investigación se cometió con las empresas promotoras del turismo en el Departamento de La Guajira, ubicado en cuatro municipios (Distrito Especial, Cultural y Turístico de Riohacha, San Juan del Cesar, Dibulla y Uribía) de La Guajira, Costa Caribe, Colombia.

1.4.3 Delimitación temporal

El estudio fue efectuado en el periodo comprendido entre septiembre de 2017 hasta agosto de 2018.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

En esta sección se presenta en primer lugar los antecedentes o estudios previos a esta investigación, que otros investigadores han realizado en la búsqueda de respuestas relacionadas con las variables objetos de la misma, liderazgo y gestión de destinos turísticos. Seguidamente, se plantean las bases teóricas que las sustentan y por último se presentan las definiciones; conceptual y operacional de estas dos variables.

2.1.1 Antecedentes de investigación

En el proceso primario de toda investigación es necesario conocer si existen trabajos previos sobre el mismo tema en desarrollo, así mismo resulta relevante conocer el desarrollo histórico del problema de estudio para tener herramientas de trabajo. En tal sentido, en el presente aspecto de estudio, denominado antecedentes de la investigación, el investigador consultó diversos trabajos relacionados con las variables en estudio:

Inicialmente se pretende indagar sobre la variable liderazgo en el contexto internacional, para cual se presenta a **Tandaypan, M. y Valderrama, L. (2020)** titulada: **Liderazgo** transformacional y su influencia en el desempeño del personal operativo de avo **Perú** S.A.C distrito de Chao. La presente investigación tiene como objetivo general determinar la influencia del liderazgo transformacional en el desempeño del personal operativo de Avo Perú S.A.C. soportado bajo los enfoques teóricos de Marquis y Huston (2010), García (2007), Barbosa (2012), Lourenço (2001), Amestoy, Cestari, Thofahrn y Milbrath (2009) entre otros.

En cuanto a la metodología para el desarrollo del estudio, se consideró de tipo descriptivo, para ello se seccionó como población objeto de estudio estuvo constituido por 191 personas; y se calculó una muestra de 40 personas utilizando el tipo de muestreo no probabilístico por juicio de expertos; respecto al diseño de investigación se aplicó el diseño explicativo de corte transversal; además, se utilizó la encuesta y el análisis documental como técnicas de recolección de datos y como instrumentos el cuestionario y el análisis del reporte de rendimiento del personal operativo. Para demostrar la hipótesis se aplicó la prueba estadística Chi Cuadrado, logrando establecer que el Liderazgo transformacional influye de manera significativa en el desempeño del personal operativo, dado que el valor es 0.00 ($p < .05$).

Entre los resultados obtenidos se pudo demostrar que la dimensión predominante del liderazgo transformacional es la motivación e inspiración, esto quiere decir que el líder los motiva para el cumplimiento de metas, mediante un ambiente favorable que permite un mejor trabajo en equipo, por lo tanto, esta dimensión es la que más influye en el desempeño del personal operativo. Con los hallazgos obtenidos se sugiere reforzar el Liderazgo transformacional para fortalecer el desempeño y productividad de la empresa.

La relevancia del estudio citado está representada, en la revisión bibliográfica y compendio de teorías sobre liderazgo transformacional y su aporte en la productividad de las empresas, en este caso se considera muy importante y aplicable para aplicarlo en la gestión de destinos turísticos, lo cual orienta en cuanto a los autores y teorías referente a la variable que ambos estudios tienen en común, la cual es el liderazgo. De igual manera, sirve como guía el modo en que se elabora el instrumento conseguir la información que contribuye a la redacción de los resultados.

Continuando con la selección de antecedentes en segundo lugar se presenta la investigación desarrollada por **Avanecer (2015)**, quien elaboró un estudio

titulado: ***Liderazgo y Motivación, en Quetzaltenango, Guatemala***. Esta tesis, planteó como objetivo general determinar el influjo del liderazgo de los supervisores para motivar a los vendedores ruteros de repartidora mariposa C.B.C., de la ciudad de Quetzaltenango. Bajo los postulados de Ramírez (2013), Viato (2014), Astigarraga (2010), Evans y Lindsay (2008), Coulter (2007), entre otros.

Desde el método, el diseño fue de tipo descriptivo, de campo. La población se configuro con los supervisores y vendedores pertenecientes al equipo de vendedores de las empresas, hombres que aproximadamente se ubican en edades entre 20 y 50 años; indígena y etnia ladina, en gran proporción casados y de diversos estratos económicos.

Los resultados brindan certezas de que dichas personas, dinamizan las ventas de las compañías, ellos se dividen en grupos reducidos de trabajo y estableciéndose como equipo los objetivos a lograr, se utilizaron dos cuestionarios como instrumento de quince preguntas direccionadas para extraer la información de los vendedores y determinar la influencia de una variable respecto a la otra.

Como conclusión, se comprobó el liderazgo ejercido por los supervisores sobre el equipo de trabajo influyendo positivamente la motivación laboral, dado que cada integrante demuestra compromiso al realizar sus tareas, además de las ganas de elevar el desempeño organizacional. De esa forma, conservan y mejoran las prácticas en su trabajo y la compañía logra sus metas, se encomienda la capacitación con talleres de innovación y de liderazgo dese el rol, estimulando así a todos integrantes del equipo de ventas.

El antecedente previamente citado aporta abundante teoría acerca del liderazgo variable objeto de estudio, lo cual contribuyó a la selección de los objetivos específicos, así como a la construcción del mapa de variables con sus dimensiones e indicadores y el desarrollo del marco teórico de la presente investigación. En este sentido, el aporte principal fueron las abundantes teorías en relación al liderazgo transformacional.

Finalmente, para la variable Liderazgo desde lo internacional se presenta el tercer antecedente cuyo autor es, **Torres, A. (2020)**, en su tesis doctoral titulada: ***La relación del liderazgo; Entre las teorías del liderazgo situacional y la acción humana***. Realizado en la universidad de Navarra, **España**. En el amplio marco conceptual de liderazgo, el estudio profundiza sistemáticamente en su aspecto relacional, centrándose de manera específica en la relación del líder, representados en la teoría de liderazgo situacional (TLS) de P. Hersey y Ken Blanchard y la teoría de acción humana de Juan Antonio Pérez López; entre otros.

En este sentido, teniendo en cuenta la naturaleza del tema y el material disponible para investigar sobre liderazgo se utilizó una metodología cualitativa, descriptivo, para la cual se realizó un ejercicio comparativo, entre las dos variables, inspiradas en las diferentes disciplinas científicas, psicología y antropología, permitiendo con ello el análisis y comparación de las mismas.

Los resultados dejan en manifiesto que el liderazgo es un proceso que se inicia con el poder, entendido este como una capacidad o posibilidad de ser o hacer que algo suceda, en una relación de hombres líderes que buscan el bien de manera ética. Para adelantar la comparación sistemática de como abordan las teorías, de liderazgo situacional y acción humana; identificando los elementos comunes, diferentes y complementarios entre las dos teorías.

La relevancia del estudio citado está representada, en la revisión bibliográfica y compendio de teorías sobre estilos de liderazgo realizados por la autora principal, lo cual orienta en cuanto a los autores y teorías referentes a la variable que ambos estudios tienen en común, la cual es el liderazgo. De igual manera, sirve como guía el modo en que se elabora el instrumento conseguir la información que contribuye a la redacción de los resultados.

Dentro del contexto nacional, se inicia con **García (2015)**, elaboró un artículo titulado: ***Formulación de un modelo de liderazgo desde las teorías organizacionales***, en Cali **Colombia**. El cual concibe como objetivo formular un

modelo basado en el liderazgo a partir de las teorías organizacionales. Para ello, se efectuó una revisión de la literatura 35 artículos y 20 libros con el software Atlas Ti. Arrojando como resultado, la identificación de los elementos que entran dentro del proceso de liderazgo, estos son el ambiente, las situaciones específicas, la organización, el líder, los seguidores, los resultados, la estrategia, el cliente, la comunidad y las comunicaciones, los cuales dieron origen a la información necesaria para formular el modelo que contiene todos los elementos.

Esta investigación concluye, infiriendo que el liderazgo es una labor compartida y no exclusiva del líder, sino que también los demás miembros intervienen logrando una serie de dimensiones que garantizan la visualización del liderazgo como un todo, que puede ir desde las características del ambiente hasta llegar a influenciar sobre los clientes.

El aporte valioso encontrado, radica la manera como los gerentes asumen sus cualidades positivas y orienten las buenas prácticas desde el liderazgo efectivo centrado en la planeación bien estructurado basados en la productividad. Asimismo, se exponen modelos de liderazgo planteados desde las teorías organizacionales, los cuales, representan puntos clave en la investigación.

En este orden de ideas, **Cárdenas y Lineros (2014)**, quienes elaboraron un artículo titulado: *El liderazgo: Una vocación de múltiples cualidades*, en Cartagena, **Colombia** Este presenta como objetivo el describir las cualidades para ejercer el rol de líder en una compañía. Por lo cual, fueron consultados varios autores quienes establecen un el liderazgo va más allá de la formación de las tales como: planear, organizar, gestionar, evaluar, controlar, dirigir y tener iniciativa; el gerente debe desarrollar cualidades adicionales, que le permitan alcanzar los objetivos efectivamente.

Se concluyó que el gerente debe encontrar la armonía personal y con su medio, lograr el liderazgo personal, basado en principios como base firme para la planeación. De igual forma, es necesario conocer las propias posibilidades y las de

la competencia, con el fin de transformar esas fuerzas en beneficio propio. Por ende, es indispensable saber seleccionar a los colaboradores y fomentar el trabajo en equipo en ellos; siendo un líder que escucha, admite sus errores, acepta ideas, confía en sus colaboradores, delega eficientemente, mantiene el dialogo y el seguimiento para lograr los resultados.

En lo referente a las contribuciones para el estudio propio, permitió conocer la importancia de ejercer el liderazgo como la idónea capacidad para llevar desarrollar los procesos administrativos efectivamente, para potenciar la autovaloración de los empleados de la empresa y fortalecer la labor en la gestión de destinos turísticos garantizando la supervivencia de la compañía.

Por otro lado, **Contreras y Castro (2013)**, realizaron un artículo intitulado: ***Liderazgo, poder y movilización organizacional***, en Cali **Colombia** concibiendo el objetivo de analizar los procesos de liderazgo como fenómenos suscitados al interior de las organizaciones mediante la interacción dada entre los agentes que las conforman. Bajo los postulados de Arredondo y Maldonado (2010), García (2009), Shaw. (2004), Trujillo y Guzmán. (2008), entre otros.

La metodología utilizada es de tipo documental con un diseño bibliográfico, los hallazgos se abordaron mediante el análisis de contenido. Se entiende la organización como una dinámica en continuo proceso de cambio la cual, se moviliza en virtud del sistema, el entendimiento entre líderes y colaboradores. El análisis se hace a partir de la revisión bibliográfica. Como conclusión es de afirmarse que el liderazgo y el poder generan sinergia en la organización y algunas veces conllevan al desequilibrio productivo, considerados como puntos de inflexión que favorecen la perpetuidad y desarrollo organizacional.

Dentro de este contexto, los aportes encontrados para la elaboración del estudio propio recaen en la indagación documental como técnica para la consecución de información apropiada para el presente estudio, de igual forma la conceptualización de información generadas de las dinámicas organizacionales a

partir de un liderazgo efectivo que consoliden una cultura organizacional.

Seguidamente, se realiza la consulta referente a la variable gestión de destinos turísticos desde el contexto internacional, iniciando con **Iglesias, Correia, Jambrino y De Luque (2017)**, quienes elaboraron un artículo cuyo título es: *Retos en la gestión de destinos turísticos a partir de la innovación abierta*. Este trabajo analiza la implementación de la Innovación Abierta con el soporte de las redes sociales en destinos turísticos del sur de España. Bajo los postulados de Chesbrough (2003), Dahlander y Gann (2010), Dahlander y Gann (2010), entre otros.

Se utilizó un método cualitativo, se efectuó entrevista a los gestores de destinos turísticos en Andalucía con mayor volumen de negocio concentrados, de igual manera, se complementó con un método cuantitativo, la observación y seguimiento de las redes sociales de los destinos (Granada, Sevilla y Málaga). Se verifico el alcance de las redes sociales como medio de inclusión del consumidor en las nuevas experiencias y productos ofertados por las organizaciones competentes en políticas turísticas.

En todo caso, se muestra que los esquemas de Innovación abiertos deben ser mejorados substancialmente para alcanzar los resultados deseables. En la actualidad, el sector turístico no convierte en ventaja diferencial los espacios de co-creación con agentes claves, principalmente turistas y empresas de la sección de mercado, objetando las demandas de empoderamiento de éstos.

La investigación genera implicaciones en la praxis para las Instituciones involucradas en la delineación del programa turístico de gestión de los destinos. Todo lo anterior, se convierte en punto de partida en la valoración del estadio donde se ubica la Innovación abierta, como también identificar elementos que deberían reforzarse concerniente a la innovación colaborativa con el objeto de inspirar confianza y hacer atractivos los destinos si el deseo es conseguir resultados efectivos

El aporte del citado estudio, es constituido con la abundante información de la gestión de destinos turísticos, y las practicas manejadas para obtener la información final, lo cual sirvió como base en la elaboración de las bases teóricas, como también, para la construcción de objetivos concernientes a la investigación y oriento la operacionalización de las variables.

En este orden de ideas, **Pearce (2016)**, elaboró un artículo intitulado: ***Modelos de gestión de destinos Síntesis y evaluación***, en Buenos Aires, **Argentina**. Este ofrece una revisión y valoración sistemática de los variados modelos de gestión de destinos, identificando algunos temas indispensables en la investigación; los factores significativos fueron la articulación y configuración del modelo, propiciando el hallazgo de cuatro modelos de gestión de destinos: 1) modelos generales; 2) modelos de funciones; 3) modelos de proceso y 4) modelos organizacionales.

La metodología fue de tipo documental con diseño bibliográfico, como técnica se hizo un análisis de contenido. La síntesis de las particularidades de estos modelos propone que, aunque surgen ciertas regularidades, los investigadores no llegan aún consenso con proporción a la selección de componentes a incluir, ni a la relación entre ellos. Los modelos no son completos, presentan fortalezas y limitaciones. Ahora bien, se debe determinar el significado relativo a los factores que justifiquen la inclusión y elaborar de manera amplia de las distintas ligaduras que puedan ocurrir.

Mucho trabajo queda pendiente para determinar en el caso de la dinámica natural de la gestión de destinos, con el fin de incorporar aspectos claves en los modelos. Lo antes resaltado, es para comprobar el nivel de validez y profundizarlos, hay que utilizar los diferentes modelos para orientar el análisis de estudios empíricos aproximados con la gestión de destinos.

Con base de lo expresado, se deduce que el citado antecedente sirvió de base para la construcción del objetivo específico referente a los modelos de gestión de destinos turísticos, así como para desarrollarlo en el mapa de variables y

seleccionar sus respectivos indicadores de las bases teóricas de la presente investigación.

Asimismo, **Aguayo (2015)**, quien elaboró un trabajo de grado a nivel doctoral titulado: ***Diseño de un sistema integrado de gestión de destinos turísticos***, el cual analiza las dificultades asociadas al sistema, introduciendo los objetivos del trabajo presentando la solución desarrollada. En dicho sentido, los destinos y los entes de promoción del destino, también son afectados por el avance de las tecnologías. Es así como, los entes juegan un papel importante para lograr la visibilidad de la oferta turística del destino, fundamentalmente de aquellos pequeños proveedores que no cuentan con la tecnología conveniente para ser competitivos.

Metodológicamente es una investigación tipo proyecto factible, de campo, bajo el sistema CRM, para diseñar y construir bases de datos a partir de repositorios de información mediante técnicas sofisticadas de minería de datos que permitan la selección y análisis de la información disponibles para a través de algoritmos, hacer deducciones y obtener informes útiles. La población se constituyó con operarios de destinos turísticos de **España**.

Es de hacer notar que, al intentar la implementación de algunas funcionalidades de la arquitectura, como es la confección y comercialización de paquetes dinámicos, se han puesto en evidencia algunas limitaciones no previstas, como los problemas legales que se derivan de la comercialización conjunta de productos de diversos proveedores.

La importancia de este antecedente recae en nutrida información sobre los destinos, y más concretamente los entes de promoción del destino, lo cual sirvió de guía para seleccionar la población investigada. Además, la metodología utilizada sirvió de guía para la construcción del marco metodológico y de extracción de técnicas e instrumentos para aplicar en la tesis.

Desde el ámbito nacional, **Pinzón (2020)** elaboró una tesis de maestría

intitulada: **Modelo de destino turístico inteligente** - “smart destination” para La provincia de sabana centro, Bogotá, **Colombia**. La finalidad del estudio fue reconocer la gobernanza como una herramienta clave en el ámbito turístico y la excelencia en las formas de gestión actualizadas aplicadas, fundamentadas por la Organización Mundial del Turismo, (OMT, 2010), Betancourt, (2015), Pineda, 2015, Díaz & Calzadilla, 2016, entre otros.

Por ello, se ha formulado una metodología basada desde una investigación de tipo descriptivo, se inicia con un análisis bibliométrico detallado que permita sentar bases teóricas sólidas, apoyada de indagaciones de fuente primaria y validación por expertos relacionados con la temática aplicando el método Delphi. Esta presenta como característica esencial la flexibilidad, la cual puede ser adaptada de acuerdo al contexto, la realidad y los recursos disponibles.

Como resultado se genera una propuesta validada y acorde a la situación particular del sector analizado con apoyo investigativo profundo que lleva a proponer un modelo de Destino Inteligente. Dado que pretende abarcar todas las posibilidades con las que se puedan encontrar los actores del destino: destino potencial, emergente, en crecimiento, en recuperación, en plenitud, entre otros, de una manera, practica a través de los destinos inteligentes. En resumen, este documento logró construir la propuesta concreta e integrada de un modelo de desarrollo turístico para la provincia de Sabana Centro le puede permitir en el futuro consolidarse si así se desea en un Destino Turístico Inteligente.

En cuanto a los aportes, es preciso señalar los detalles de la investigación que determinan metodológicamente ejemplos para la construcción del instrumento que se debe utilizar, así como el análisis de los datos recolectados con su aplicación. De igual manera, detalla información de diversos autores sobre cultura organizacional utilizables en la investigación propia.

En este orden de ideas, **Carvajal (2014)**, realizó un artículo titulado: ***Análisis de la gestión de competitividad en Colombia como destino turístico***. Esta

investigación, considera como propósito el análisis de los principales factores que afectan la competitividad en Colombia de los destinos turísticos, a través del comparativo con países altamente exitosos a nivel global, es decir, los que lograron tener una gran afluencia de turistas internacionales. Basado en los teóricos: Greaves y Skinner (2010); Arai, Ko, y Kaplanidou (2013); Zhang, Fu, Cai, y Lu, (2014), entre otros.

En lo metodológico, se presentó de tipo documental, con diseño descriptivo, donde se valoraron aquellas naciones rankeadas en los diez primeros puesto en visitantes internacionales según el informe de la OMT. Concluyendo que Colombia, presenta una estructura que respaldar la industria turística, instituida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y acompañado por el Fondo Nacional de Turismo, han formulado diferentes líneas estratégicas, con la colaboración de diferentes entes, estableciendo el Plan Sectorial de Turismo.

Demostrando que Colombia, al igual que China, Francia o Alemania, han logrado que el gobierno de turno se interese en apoyar dicho sector, estableciendo políticas y planes específico buscando la concentración de estas en agremiaciones y entidades interesadas en trabajar en pro del desarrollo del turismo en la esfera nacional e internacional.

El citado antecedente se considera de vital importancia ya que aportó información valiosa sobre gestión competitiva en Colombia de los destinos turísticos, lo cual pudo ser utilizada para la construcción del planteamiento del problema, aunado a ello sirvió de guía para elaborar la teoría referente a la competitividad en las bases teóricas.

Por último, se revisa el trabajo de maestría de **Padilla (2018)** titulado: **Aplicación del modelo de ciclo de vida como forma de mejoramiento de los destinos turísticos**. Estudio de caso Leticia, Bogotá, **Colombia**. El cual, presenta como propósito evaluar el estado de evolución del destino turístico del municipio de Leticia según la aplicación del modelo TALC, con el fin de formular

recomendaciones al sector. Esta investigación fue soportada con autores como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2018), Butler (2005), Ochoa y Aponte (2010), Cámara de Comercio del Amazonas (2018), Ochoa (2015), entre otros.

Desde lo metodológico, esta investigación fue abordada a partir del modelo de ciclo de vida de un destino turístico TALC (Tourism Area Life Cycle) planteado por Richard Butler buscando identificar en qué fase o ciclo de evolución se encuentra el municipio de Leticia como destino turístico. Este estudio es de tipo descriptivo y explicativo los cuales permiten analizar los datos y las variables del modelo TALC. Cabe señalar que, mediante la aplicación de estos dos estudios se da respuesta a preguntas como: ¿Dónde están?, ¿Cuánto son?, ¿Quiénes son?, ¿Cómo son?, etc. Es decir, permite identificar las condiciones, características, las propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos relacionados con la dinámica del turismo en el municipio de Leticia en un momento y tiempo histórico concreto y determinado.

Los resultados de la investigación, arrojan que la búsqueda por parte del sector público y el privado de encaminar el sector turístico como la base del desarrollo, se tendrán que doblar los esfuerzos que permitan a Leticia salir del estado evolutivo híbrido o “mixturado” en el que se encuentra (Implicación, Desarrollo y Consolidación) y lo ubiquen en una sola fase que preferiblemente sea el de Consolidación.

En lo concerniente a los aportes para el estudio propio, deja conocer la importancia de la utilización de los estudios de caso como método para identificar las problemáticas que afectan al sector turismo, asimismo, permite considerar técnicas para la recolección y tratamiento de datos para el análisis de los resultados llevando a la formulación de conclusiones aplicable en la solución de los problemas encontrados.

2.1.2 Bases teóricas

2.1.2.1 Liderazgo

Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008) expresan que el liderazgo es un proceso donde el líder influye sobre sus seguidores para conseguir los objetivos corporativos a través del cambio. Al respecto, Davis y Newstrom (2011), indican que el liderazgo es el proceso de dirección laboral de los integrantes de un grupo e influir en ellos, en este sentido, el liderazgo incluye a otros individuos; al capital humano a cargo del líder.

En este orden y dirección, Chiavenato (2012), expresa que el liderazgo es la habilidad de influenciar interpersonalmente en una situación particular, dirigida a partir del proceso de la conversación humana conllevando a la consecución de los propósitos específicos. Motivo por el cual, se puede inferir que el liderazgo está relacionado de forma directa con la administración, depende del modo de dirigir el capital humano repercute directamente en su desempeño y el logro organizacional.

De lo anterior, se infiere que existe un alto grado de similitud en los postulados de los autores, en cuanto indican, la manera de a la organización influyendo en el talento humano para que los objetivos previamente establecidos puedan lograrse. No obstante, con elación al estudio se fija posición con Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008), al indicar que el liderazgo trata de la influencia permanente, que asume un referente colectivo, sobre un número amplio de personas que dirige en un tiempo considerable. En opinión del investigador, el liderazgo es dirección del capital humano, persiguiendo los objetivos organizacionales.

2.1.2.1.1 Estilos de liderazgo

En opinión de Davis y Newstrom (2006), los estilos de liderazgo se presentan como modelos totales de filosofía corporativa, al igual que de los rasgos, habilidad y

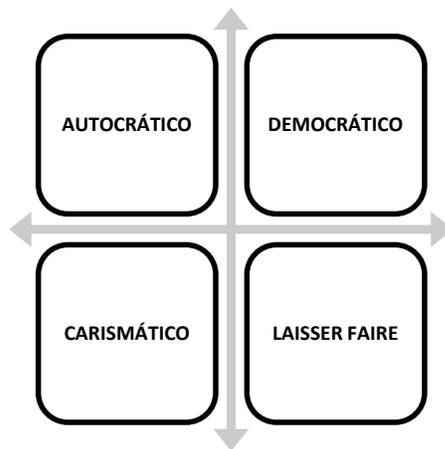
actitudes del líder, quien muestra en su comportamiento el grado de influencia. En otras palabras, es el modo del individuo de percibir las indicaciones del individuo que los dirige. En ese ejercicio, se distinguen básicamente los estilos democrático, liberal y autocrático.

Dentro de este contexto, Blanchard (citado en Palomo, 2013), considera que los estilos de liderazgo se generan con base al vínculo entre la dirección y el control denominado comportamiento directivo ofrecido por un líder y el volumen de apoyo o estímulo orientado al comportamiento de apoyo que brindan los colaboradores. Por otra parte, Bernal y Sierra (2008), señalan que el liderazgo está dado por la forma como ejercer la influencia el líder en sus partidarios, es decir, se presenta por el comportamiento de los líderes y sus rasgos de personalidad no determinan la dicha influencia, los estilos de liderazgo son: carismático, democrático y autocrático.

Al confrontar los conceptos, se observa que existe discrepancia entre los postulados de los citados ya que para Davis y Newstrom (2006) son cuatro los estilos de liderazgo democrático, autocrático, liberal y Laisser Faire. Mientras que Blanchard (citado en Palomo (2013), tiene que ver con la relación entre el comportamiento directivo y el comportamiento de apoyo, por otra parte, Bernal y Sierra (2008), los estilos más importantes de liderazgo son: autocrático, democrático, carismático y *laisser Faire*.

Para efectos del estudio se toma la postura de Davis y Newstrom (2006), por considerar que es explícita con correspondencia de los estilos de liderazgo exponiendo más tipos. En opinión del investigador, los estilos de liderazgo son las características particulares del líder en desplegadas en el escenario presentado, así como las circunstancias y sus relaciones y formas de guiar a sus subordinados a cumplir los objetivos planteados. A continuación, se presentan los estilos de liderazgo considerados en la presente investigación:

Figura 1. Estilos de liderazgo



Fuente: Elaboración propia (2020)

a. Autocrático

Para Davis y Newstrom (2011), el liderazgo autocrático es un estilo negativo habitual, dado que opera con amenazas y castigos, aunque puede parecer positivo, como el caso del autócrata benevolente, quien concede ciertas retribuciones a los trabajadores. Es basada, en la jerarquía de una estructura formal en la cual el líder es escogido por los demás participantes para coordinar y dirigir los procesos representativos del grupo.

En opinión de Chiavenato (2012), en el liderazgo autocrático el director se supone superior, el jefe, quien todo lo sabe, es absolutista, lo cual conlleva a que parte del capital humano piense que el ser gerente representa el ser reconocido por sus subordinados al estar en un rango menor exigiéndoles obediencia y presencia de órdenes.

En este orden y dirección, Bernal y Sierra (2008), infieren que el liderazgo autocrático es un estilo que se presenta cuando la autoridad se centraliza por el líder ejerciendo su influencia mediante el uso del poder sobre sus seguidores, ya sea de manera legítimo o coercitivo, utiliza usualmente el premio o el castigo como método de persuasión.

Al confrontar las ideas expuestas, se evidencia concordancia entre las

posturas expuestas, sin embargo, para efectos de la investigación adopta posición con y Newstrom (2011), dado que estos indican las ventajas y desventajas de su aplicación. En este sentido, el líder autocrático. Posee habilidades y experiencia que no comparte con sus subordinados, presionándolos y dándoles ordenes sin permitir su participación u opinión en la toma de decisiones.

b. Democrático

De acuerdo al criterio de Bernal y Sierra (2008), el estilo de liderazgo democrático el líder ejerce influencia mediante el estímulo de la participación, la delegación de la autoridad en sus colaboradores y su poder es basado en su calidad de experto y ejemplo. En este orden de ideas, Chiavenato (2012, p. 210), expone que en el estilo democrático el líder pide sugerencias, consulta a sus subordinados considerando sus aportes antes de tomar decisiones. Es decir, valora las opiniones y sugerencias, del talento humano a su cargo en la toma de decisiones.

Por otra parte, Rodas y Arroyo (2009) el liderazgo democrático se caracteriza como intensamente relevante para las relaciones interpersonales del talento humano, facilitando la participación de los colaboradores referente a las acciones y decisiones tomadas en la empresa, permitiendo la identificación y apropiación de los objetivos organizacionales.

Con base a lo señalado anteriormente se deduce el relacionamiento entre las proposiciones de los autores ya que indican que en el liderazgo democrático se consideran las opiniones de los subordinados. No obstante, para efectos del estudio de toma la postura de Rodas y Arroyo (2009), ya que lo caracteriza detalladamente. En opinión del investigador, escucha al capital humano que dirige, involucrando a sus colaboradores en la toma de decisiones referente a las funciones elementales para lograr los objetivos establecidos.

c. Carismático

De acuerdo a Palomo (2008), el liderazgo carismático hace referencia a la percepción de los colaboradores respecto a su líder que posea una inspiración, y que es en alguna medida, único y basado en la fortaleza de las competencias personales y profesionales, y en cómo son recibidas por el equipo, así como en la relación estrecha que establece con ellos. En este estilo los colaboradores llegan a idolatrar a su líder como si fuese un héroe.

Aunado a ello, Bernal y Sierra (2008), expresan que, en el liderazgo carismático se caracteriza por su capacidad de persuasión generando una admiración positiva en sus seguidores, basándose en el vínculo emocional. Es así como, los líderes carismáticos establecen metas e ideales compartidos que desean alcanzar a partir del compromiso personal y sus seguidores los consideran protectores.

Al confrontar las ideas, expuestas, se observa similitud entre sus apreciaciones, sin embargo, para efectos de la investigación se decide tomar el criterio de Bernal y Sierra (2008), ya que lo caracterizan de forma clara. En este sentido, el liderazgo carismático, el líder da mucha libertad a sus subordinados, basándose en la relación de confianza y amistad para dirigir.

d. Laissez Faire

Rodas y Arroyo (2009), indican que en este estilo el líder le brinda autonomía de decisión a sus miembros ejerciendo su autoridad en muy pocas ocasiones, su política es dejar pasar, dejar hacer; lo cual, estimula la incertidumbre en sus seguidores al momento de tomar decisiones. Dentro de este contexto, Koontz y Wehrich (2007), indican que en este estilo el líder otorga libertad en la adopción de decisiones en el grupo al cual dirige ya que no confía en su habilidad de liderazgo, no establece metas y participa poco con el grupo. Al respecto, Mendoza (2006 citado en Guanipa 2011) expone que realmente no es un líder al ofrecer poco en

términos de dirección.

Con base a lo expuesto, se observa coherencia entre las posturas de los citados autores, no obstante, para efectos del estudio es fijada posición con Rodas y Arroyo (2009). En opinión del investigador, en el liderazgo Laisser Faire, se otorga la autonomía completa para la toma de decisiones grupales o individuales; existiendo una participación mínima del líder, debido a que no confía capacidades de liderazgo.

2.1.2.1.2 Enfoques modernos del liderazgo

De acuerdo al criterio de Bernal y Sierra (2008), debido a la relevancia del liderazgo para las organizaciones el mismo ha ido desarrollándose, surgiendo nuevos enfoques: transformacional, estratégico, de servicio y basado en valores. Desde esa orientación, el punto de vista del autor refiere el objetivo principal del líder es estimular sentimientos y emociones positivas en el grupo.

a. Liderazgo transformacional

Para Davis y Newstrom (2011), el liderazgo transformacional, proporciona características visionales y sentido misional, comunicando altas expectativas, inspirando al grupo, en el despliegue de la inteligencia, racionalidad y solución de los conflictos, otorga atención personalizada, instruye, aconseja.

Aunado a ello, Paz y Yapes (2009) plantean que el liderazgo busca la articulación de los objetivos del líder y lo de sus seguidores, consiguiendo un direccionamiento hacia metas comunes que den respuesta a las necesidades encontradas en el contexto, realizando contribuciones efectivas a la organización, con responsabilidad social, valores y compromisos definidos.

En esta dirección, Bernal y Sierra (2008) expresan que el líder transformacional se centra en alcanzar sus logros como líderes, apartando sus características personales o la reacción de sus seguidores; aprovecha para cambiar

el statu quo, al articular las situaciones organizacionales desde una visión decisiva en un tiempo determinado.

Al confrontar las ideas, señaladas por los autores citados, se increpa que existe relación entre sus apreciaciones, sin embargo, para efectos del estudio se toma la postura de Paz y Yapes (2009), por ser uno de los más reconocidos teóricos del liderazgo transformacional. De acuerdo al criterio del investigador, el líder se basa en sacar provecho tanto de sus habilidades y conocimientos en busca de lograr las metas organizacionales.

b. Liderazgo estratégico

Para Bernal y Sierra (2008), este tipo de liderazgo se presenta cuando la dirección de las organizaciones asume la conducción requerida para el diseñar e implementar de la filosofía corporativa misión, visión, objetivo y estrategias organizacionales para lograrlos, de igual forma, busca el compromiso de los colaboradores en la organización para que se esmeren en los propósitos empresariales a alcanzar.

c. Liderazgo de servicio

Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008) indican que este estilo de liderazgo resalta la importancia como principal característica de un líder es la de trascender su interés personal buscando el beneficio del prójimo, promoviendo, animando y facilitando el desarrollo profesional de sus seguidores.

e. Liderazgo basado en valores

Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008, p. 174), este estilo, exige la trasmisión de la práctica efectiva de los valores humanos dentro de las organizacionales, para garantizar la dignidad, el respeto de los empleados en las organizaciones, y promover en el sitio de trabajo un espacio donde los colaboradores puedan desarrollar su integralidad y no mirar únicamente el desarrollo organizacional.

2.1.2.2 Gestión de destinos turísticos

De acuerdo a lo expuesto por Pulido, (2014), la gestión de los destinos turísticos, es la participación de varios factores, como empresarios, comunidad local, organismos, instituciones, entre otros, con los que el visitante debe mantenerse en contacto, dicho resultado es representativo en la imagen percibida del destino y el consecuente posicionamiento en los mercados.

Al respecto, Ejarde (2016, p. 16), infiere que la gestión de destino turístico no solamente “implica prestar servicios de animación e información, trata fundamentalmente de satisfacer las demandas de los turistas garantizando la sostenibilidad del ambiente, dando valor a la identidad y personalidad del destino e implicando a la población local”

Para González, (2012, p. 8), señala que la gestión del destino turístico es relevante en un mundo globalizado porque permite generar un orden en la gestión por ello es importante conocer cuáles son la estructura interna y sus componentes para identificar si cumplen con las medidas exigidas, encontrando un lugar que incluye todos los elementos (oferta, demanda, marketing y transporte) actuando como un laboratorio de pequeña escala en el sistema turístico.

Confrontando las teorías expuestas, se muestra la consistencia entre los postulados de los autores citados, ya que expresan que debe buscarse la satisfacción de los turistas, mediante la oferta y demanda, trasmitiendo una imagen atractiva a los turistas. En opinión del investigador, la gestión de destinos turísticos debe verificar las diversas formas considerando la estructura y madurez del territorio donde se encuentra.

2.1.2.2.1 Entorno de la gestión de destinos turísticos

Para Flores (2014), señala que el destino turístico, así como su gestión, no debería analizarse de una forma aislada, sino enfocarse en una visión sectorial y territorial

de los destinos, debe estar integrado en la realidad socioeconómica y medio ambiental del territorio donde se localiza y, por otro lado, también deberá integrarse en el mercado turístico donde participa.

Por su parte, Valls (2014), refiere al entorno general y al entorno inmediato, el primero de ellos estaría formado por los elementos económicos, socio-demográficos, culturales, medio ambientales y jurídicos del territorio donde se localiza el destino, ahora bien, el entorno inmediato hace referencia al mercado turístico, en el cual compiten los destinos.

Con base a lo señalado con anterioridad, se evidencia que existe concordancia entre sus apreciaciones, para efectos del estudio se fija posición con Flores (2014), ya que toma todos los elementos del entorno. Para el investigador el entorno de la gestión de destinos turísticos, debe tomar en cuenta todos los actores y elementos que hacen parte del mismo, para lograr una mejor gestión.

a. Sostenibilidad

De acuerdo a OMT, (2004) citado por Flores (2014), la sostenibilidad se conceptualiza como el uso conveniente de los recursos del contexto como elemento primordial para el desarrollo turístico, conservando los procesos ecológicos fundamentales y protegiendo la diversidad biológica de los recursos naturales en un medio determinado.

Para Ejarde (2016), la sostenibilidad se refiere a la consecución de un equilibrio para conseguir que la actividad del turismo en el territorio genera un conjunto de beneficios para todos los lugareños, de igual manera, evita que surjan conflictos entre las partes interesadas al desarrollar las actividades turísticas como ciudadanía, medio ambiente y turistas.

Por su parte, Pedro (2015), señala que la sostenibilidad y competitividad constituyen elemento esencial en el objetivo de las políticas turísticas desarrolladas en las últimas décadas, por ende, según lo establecido en la Unión Europea (2013),

se considera que la competitividad turística está relacionada con la sostenibilidad al entender que los servicios agregan valor a los destinos turísticos está influenciada por su medio natural y la integración de su comunidad.

Al confrontar las teorías expuestas se evidencia que existe coherencia, entre sus postulados, no obstante, el investigador decide fijar posición con OMT, (2004) citado por Flores (2014), por ser el organismo que rige el turismo. En este sentido, la sostenibilidad es aprovechar los recursos del medio natural como factor de desarrollo turístico teniendo en cuenta su preservación.

b. Competitividad

Por su parte, Pedro (2015) señala que la competitividad en el turismo esta estrechamente ligada a los recursos ambientales del destino (ventajas comparativas) y en la capacidad de mostrar los beneficios de dichos recursos (ventaja competitiva). Al respecto también reconocen la influencia e impacto del entorno global (economía global, terrorismo, tendencias demográficas, entre otros.) y las particularidades competitivas del entorno, lo cual, afecta las actividades en el destino turístico.

En este sentido, Flores (2014), puede decirse que el concepto de competitividad ha evolucionado desde el enfoque tradicional a su vez se asocia al logro de resultados comerciales positivos, causados por una la dotación de recursos locales, enfocados fundamentalmente en la ventaja competitiva, vinculado a la capacidad de agregar valor a lo largo del tiempo a esos recursos. Al respecto, Hassan (2010), dice que la competitividad es la capacidad del destino para crear valor e integrar nuevos servicios que protejan sus recursos ambientales y de igual forman mantienen su posicionamiento competitivo ante otros destinos competidores.

Al confrontar las ideas expuestas se observa concordancia entre los postulados de los citados autores, tomándose para efectos del estudio la postura de Flores (2014), ya que se refiere a su evolución y forma de desarrollo. Desde esta

visión, la competitividad se considera como la capacidad de originar bienes y servicios turísticos cualificados, que permitan lograr reconocimiento y aceptación en el mercado específico al cual van dirigido.

2.1.2.2.2 Modelo de gestión de destinos turísticos

De acuerdo con Flores (2014), señala que la perspectiva sistémica, es fundamental para la comprensión del fenómeno turístico como resultado de las interacciones y combinaciones que se producen en los diversos elementos de la oferta turística y de éstos con los turistas. Existiendo cinco (05) modelos: modelo de sistema turístico, Modelo de planificación turística, Modelo de gestión de calidad, Modelo de gestión para lograr sostenibilidad, Modelo de gestión competitivo. Ahora bien, Beni (2013), explica que los modelos de gestión de destinos turísticos integran todos los factores que se consideran relevantes para asegurar un adecuado posicionamiento competitivo de un destino, fin último de las estrategias de gestión de destinos.

Confrontando las ideas señaladas, se observa discrepancia ya que para Flórez (2014) es el resultado de las interacciones de los mecanismos de oferta turística con los turistas detallando cinco (05) modelos: modelo de sistema turístico, Modelo de planificación turística, Modelo de gestión de calidad, Modelo de gestión para lograr sostenibilidad, Modelo de gestión para lograr competitividad. Mientras que para Beni (2013), integran todos los factores importantes para asegurar un adecuado posicionamiento competitivo de un destino. Se fija posición con Flórez (2014), debidos a que señalas los diferentes modelos. En este sentido, los modelos de gestión van a definir la forma de gestionar cada destino acorde a sus condiciones y ventajas.

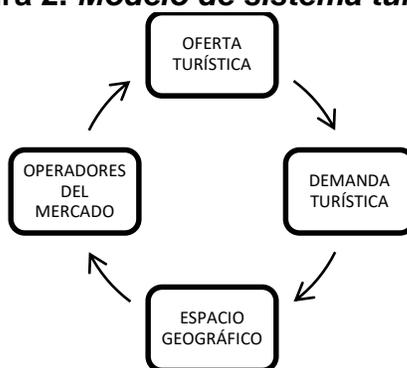
a. Modelo de sistema turístico

Para Flores (2014), señala que en este modelo el turismo es un sistema en el que la demanda es el mercado turístico actual y potencial y la oferta está conformada por las instalaciones, transportes, atracciones, promoción y servicios del turismo.

Por su parte, Álvarez (2007), dice que las relaciones entre los elementos antes mencionados permiten que la planificación del sector cuente con objetivos de desarrollo formado por todas las partes del sistema, contemplando que todas las partes del mismo sean tenidas en cuenta en el proceso de planificación. Confrontando las ideas expuestas se observa coincidencia entre sus apreciaciones, Sin embargo, se fija posición con la postura de Flores (2014), al tener en cuenta los elementos turísticos disponibles, en pro de lograr ser atractivos y competitivos.

En este orden de ideas, un modelo de sistema turístico corresponde a un encadenamiento de elementos ordenados de manera sistémica, de acuerdo a sus funciones, es decir, que están interrelacionados entre sí, permitiendo así la efectividad y correcto desarrollo de las actividades turísticas, según la OMT, (2004), este sistema está compuesto por 4 elementos básicos como son: Demanda turística, Oferta turística, Espacio geográfico y Los operadores del mercado.

Figura 2. Modelo de sistema turístico



Fuente: Adaptado de la OMT, (2004)

b. Modelo de planificación turística

Para Flores (2014), la planificación turística es un elemento base de la actividad del turismo, pues favorece la optimización de los impactos positivos y la minimización de los negativos, en este sentido, la planificación condiciona el reconocimiento y la longevidad del destino turístico, por el tiempo, recursos y esfuerzo predestinados a la planificación.

Ahora bien, Pulido (2013), destaca que la planificación ha sufrido cambios pasando de una preocupación básica de lo físico, a las atracciones y servicios turísticos, considerando la manera de promocionarlos generando un incremento exponencial buscando mayor afluencia en número de turistas, adoptando un enfoque amplio que permita incorporar los requerimientos de las empresas, la comunidad local, los turistas y el entorno medioambiental.

Confrontando las ideas expuestas se observa similitud en los postulados de los autores citados, tomándose para efectos de la investigación la postura de Flores (2014), por ser más detallada y explícita. En este sentido, planificación del turismo es una de las tareas primordiales, ya que se determinan los objetivos, a alcanzar, acordes a la región donde se desarrolle el plan.

c. Modelo de gestión de calidad

Para Flores (2014), explica que los modelos de gestión de calidad se incorporan a la satisfacción del cliente como uno de los elementos clave para identificar las necesidades y expectativas del mismo.

d. Modelo de gestión para lograr sostenibilidad

De acuerdo con Flores (2014), estos modelos turísticos recogen los tres elementos fundamentales para el logro de la sostenibilidad, como es la conservación cultural y natural, la viabilidad del turismo social y del desarrollo, considerando que cada uno plantea un recorrido diferente para llegar a ella. Por su parte, Álvarez (2007), plantea que la planificación del turismo sostenible basada en tres elementos, la comunidad local, el lugar, y el visitante, en este sentido, Hall (2010), establece que el desarrollo turístico se basa en el equilibrio entre la conservación cultural y natural, la viabilidad económica turística y equidad social del desarrollo.

Con base a lo antes expuesto, se observa discrepancia ya que para entre las apreciaciones de los autores citados, ya que para Flores (2014), existen tres

elementos para el logro de la sostenibilidad conservación natural y cultural, la viabilidad económica del turismo social y del desarrollo, mientras que Álvarez (2007), señala tres elementos, el lugar, la comunidad local y el visitante, y para Hall (2010), se basa en la conservación natural, cultural, viabilidad económica y equidad social. Para efectos del estudio se fija posición con Flores (2014).

e. Modelo de gestión para lograr competitividad

Para Flores (2014), explica que la competitividad de destinos turísticos da origen a una serie de modelos de procesos que buscan que el destino turístico demuestre ventaja sobre otros que lo hagan atractivos a los turistas, teniendo una ventaja competitiva ante su competencia.

2.2. MARCO CONTEXTUAL O REFERENCIAL

2.2.1 Información Organizacional

Razón social: Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha

Sector económico objeto de estudio: Sector Hotelero

Dirección Comercial: calle 2 No 8 - 38, Palacio Municipal, Riohacha - La Guajira

Alcalde: JOSE RAMIRO BERMUDEZ COTES

Tiempo: 25 °C

Extensión total: 3.084,45 km²

Extensión área urbana: 24,64 km²

Gentilicio: Riohacheros

Código Dane: 44001

Otros nombres que ha recibido: Riohacha, llamada en Wayuunaiki, "Süchiimma"

2.2.2 Reseña histórica

El Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, capital del departamento de La Guajira, conocida como la capital más septentrional del caribe colombiano, de la Colombia continental y de Suramérica. Actualmente, el Distrito de Riohacha, no es

considerado como una potencia turística destacada en el ámbito internacional, nacional o regional, muy a pesar de ello, cuenta con un amplio portafolio de atractivos geográficos, turísticos, étnicos y multiculturales, con capacidad de sustentar una industria turística exitosa en el marco de la declaratoria de “Distrito Especial Turístico y Cultural”, al estructurar su sistema turístico en un modelo competitivo sostenido.

Esta iniciativa es vista por sus dirigentes conjuntamente la población en un detonante respaldando el esfuerzo necesario a la actividad turística, basada en valores naturales y culturales, convirtiéndose en un verdadero motor del desarrollo del municipio, un centro de distribución turística en el departamento de La Guajira, al ser pilar sustantivo en el conjunto de la región caribe colombiana. La organización de los servicios turísticos, la participación de los distintos actores implicados en los mismos, constituye por sí mismo un sistema social denominado “Sistema Turístico”, necesariamente, este sistema debe regirse por unos principios de gestión asegurando su capacidad en conjunto, promoviendo beneficios tangibles a la comunidad receptora.

Finalmente, el Distrito de Riohacha está ubicado en el centro del Departamento de la Guajira; sus límites son: por el norte, el mar Caribe; por el oriente, con el municipio de Albania y el río Ranchería que lo separa del Municipio de Maicao y del Municipio de Manaure; al sur, los Municipios de Hato nuevo, Barrancas, Fonseca, Distracción, San Juan del Cesar; y al occidente el Municipio de Dibulla.

2.2.3 Misión y Visión

2.2.3.1 Misión

Prestar servicios y construir bienes públicos que permitan elevar la calidad de vida de nuestra comunidad, mejorando en lo social, lo económico, lo ambiental y lo

institucional, así como atender las demandas de la ciudadanía con elevada vocación de servicio, de ética pública y capacidad técnica.

2.2.3.2 Visión

En el 2035 el distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, será una ciudad competitiva, moderna, con vocación marítima y turística, con oferta cultural, ambientalmente sostenible, organizada, segura e integrada, que haga posible la equidad, la convivencia social y el crecimiento económico. Esta condición será el resultado del logro de los objetivos del desarrollo humano, de adoptar una posición de liderazgo departamental y regional, de adelantar una gestión de gobierno estratégica, desarrollo tecnológico, planeación desarrollo del territorio y convivencia ciudadana. la ciudad podrá cerrar brecha social entre lo urbano, lo rural, y lo étnico con sentido de identidad y pertinencia territorial y se hará posible la construcción de un ciudadano del mar.

2.2.4 Ubicación del Distrito de Riohacha

2.2.4.1 Geografía

El Distrito de Riohacha, se encuentra ubicado sobre la costa Caribe del departamento. Ocupa cerca de la cuarta parte del territorio departamental con una extensión de 491.383 hectáreas, de las cuales 133.980 (27%) pertenecen a zonas de resguardos indígenas, 134.444 (27%) al Parque Nacional Natural Sierra de Santa Marta y 4.784 (0,9%) al Santuario de Flora y Fauna de los Flamencos.

2.2.4.2 Límites

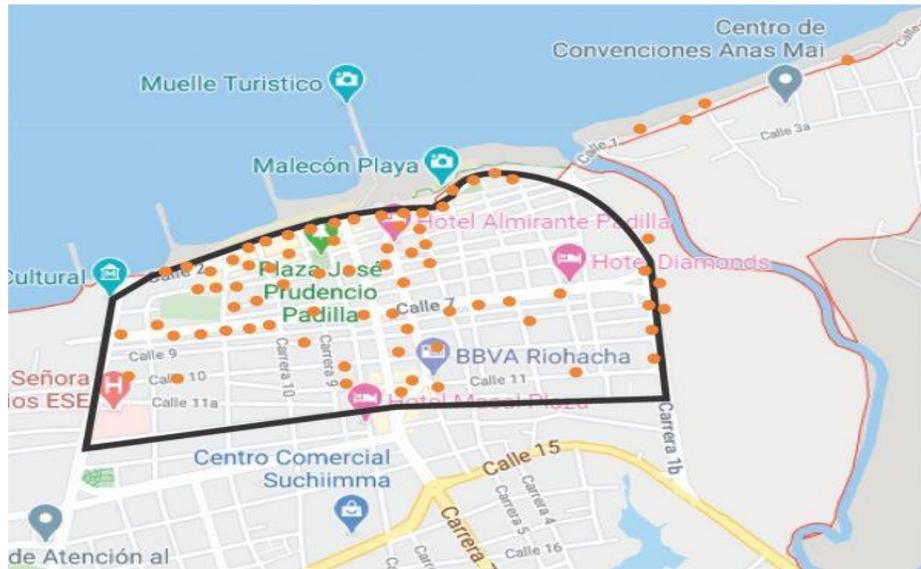
Norte: Desembocadura del río Ranchería. Latitud 11° 30´ - Longitud 72° 54´

Sur: Cerro Oquí, cerca al río Ranchería. Latitud 10° 55´ - Longitud 73° 22´

Este: Punto NP-7-CET-84.487. Latitud 11° 12´ - Longitud 72° 32´

Oeste: Boca de La Enea, cerca al río Tapias. Latitud 11° 20´-Longitud 73° 13´

Figura 3. Ubicación Distrito Riohacha



Fuente. Plan de Desarrollo Distrital 2020 – 2023 “Riohacha cambia la Historia”

2.2.5 Dinámica del Sector Turismo del Distrito de Riohacha

La Cámara de Comercio de La Guajira, ha venido desarrollando en los tres últimos años proyectos de desarrollo turísticos para convertir al territorio en un destino único especializado que oferta turismo de sol y playa, etnoturismo (turismo aborigen como producto diferenciador), ecoturismo, turismo cultural y la posibilidad de desarrollar deportes extremos y náuticos, apuntándole a un mercado especializado, que conlleve a la construcción de cadenas productivas de valor que generen desarrollo económico rentable y sostenible.

Así mismo, también se desarrolló con el apoyo de esta entidad, un proyecto de internacionalización del turismo de la alta y media Guajira, derivado del Plan de Acción de la Ruta Competitiva. Esta experiencia permitió consolidar un discurso territorial turístico, nombrado Inmersión Guajira, y un núcleo de empresarios con paquetes turísticos estructurados, dirigidos al segmento de mercado definido en la estrategia de la Ruta Competitiva. De este modo, se empezó a consolidarse la Iniciativa Clúster del Turismo de la Alta y Media Guajira.

En la actualidad la cámara de comercio está desarrollando en Palomino el proyecto denominado: “Mejoramiento de las capacidades de gestión del destino y competitividad turística en el departamento de La Guajira”, el cual permitirá que se complementen los avances del proceso de la Ruta Competitiva del Turismo de la Alta y Media Guajira, posicionando a Palomino como la puerta de entrada a este territorio y motivando, desde este lugar el desplazamiento hacia la zona norte de la península, de igual manera aprovechar las ventajas que da el municipio de Dibulla en cuanto a las posibilidades de aprovechamiento del área geográfica de la Sierra Nevada perteneciente a La Guajira, permitiendo el acceso y disfrute de distintos ecosistemas en un entorno cercano y accesible aprovechando el posicionamiento turístico de este icono.

En este sentido en el mes de abril se desarrolló el estudio denominado: “Dinámica del sector hotelero del distrito de Riohacha durante la temporada de semana santa de 2018”, el cual permitió entre otros aspectos, conocer la tasa de ocupación hotelera durante el periodo objeto de estudio, pernoctación, contratación temporal de personal, y satisfacción de los encuestados con la dinámica de las ventas, arrojando los siguientes resultados:

- La ocupación hotelera durante la Semana Santa de 2018 de acuerdo con la información suministrada por los empresarios encuestados fue del 67%. El porcentaje de huéspedes extranjeros fue del 8%, procedente principalmente de Alemania, Francia, España, Venezuela, Brasil y Estados Unidos.
- La pernoctación promedio fue dos noches con un 60%, seguido de una noche con un 30%, de tres noches con 8% y por último más de tres noches con 2%.
- Sobre el comportamiento de la actividad empresarial durante Semana Santa de 2018 con relación a la del 2017, el 54% de los encuestados opinó que disminuyó, el 20% respondió que se mantuvo estable, y el 26% opinó que tuvo un aumento.

- El 22% de los encuestados indicó haber incrementado el número de trabajadores durante este periodo, mientras que el 78% de las empresas encuestadas operó con la misma planta de personal.
- Sobre el grado de satisfacción de los empresarios con la temporada de Semana Santa de 2018, el 48% manifestó que fue bueno, el 38% que fue regular, el 10% que excelente y un 4% dijo que malo.
- Sobre los motivos que afectaron de manera desfavorable las ventas, los empresarios atribuyeron a situaciones como la competencia desleal, la recesión económica y la falta de atractivos turísticos en la ciudad de Riohacha, que la han convirtiendo en un lugar de paso de turistas para su traslado hacia otros lugares del Departamento.

2.3. SISTEMA DE VARIABLES

2.3.1 Definición nominal

Variable: Liderazgo

2.3.1.1 Definición conceptual

Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008, p. 171), expresan que el liderazgo “es el proceso en el cual incluyen líderes sobre seguidores y viceversa para lograr los objetivos de las organizaciones a través del cambio.

2.3.1.2 Definición operacional

El liderazgo como variable será medida por dimensiones e indicadores, a fin de conocer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el departamento de la Guajira.

2.3.2 Definición nominal

Variable: Gestión de destinos turísticos

2.3.2.1 Definición conceptual

Ejarde (2016, p. 16), infiere que la gestión de destino turístico no solamente implica prestar servicios de animación e información, trata fundamentalmente de satisfacer las demandas de los turistas garantizando la sostenibilidad del ambiente, dando valor a la identidad y personalidad del destino e implicando a la población local

2.3.2.2 Definición operacional

La gestión de destinos turísticos como variable será medida por dimensiones e indicadores, a fin de conocer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el departamento de la Guajira.

Tabla 1. Operacionalización de las variables

OBJETIVO GENERAL: Determinar el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	AUTORES
Describir los estilos de liderazgo presentes en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.	Liderazgo	Estilos de liderazgo	Autocrático Democrático Carismático Laisser Faire	Chiavenato (2012) Bernal y Sierra (2008) Davis y Newstron (2011)
Identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.		Enfoques modernos del liderazgo	Liderazgo transformacional Liderazgo estratégico Liderazgo de servicio Liderazgo basado en valores	Chiavenato (2012) Bernal y Sierra (2008) Davis y Newstron (2011)
Indicar el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.	Gestión de destinos turísticos	Entorno de la gestión de destinos turísticos	Sostenibilidad Competitividad	Flores (2014) Ejarde (2016) Pedro (2015)
Especificar el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.		Modelo de gestión	Modelo de sistema turístico Modelo de planificación turística Modelo de gestión de calidad Modelo de gestión para lograr sostenibilidad Modelo de gestión para lograr competitividad	Flores (2014) Álvarez (2007) Mara y Varcin (2008)
Establecer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira.		Este objetivo se alcanzará mediante cálculos estadísticos		

Fuente: Gómez (2020).

3. MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación es basada en un enfoque metodológico inspirado en el pensamiento positivista, desarrollada como una investigación descriptiva, correlacional y de campo, estudiando las variables de estudio, liderazgo y gestión de destinos turísticos en las empresas promotoras de turismo en el departamento de La Guajira. En esta fase se expone la metodología y procedimiento para efectuar la investigación, el tipo y diseño, población, técnica de recolección, validez, confiabilidad, y procedimiento de la investigación, estos para extraer los datos necesarios que permitan el desarrollo de los objetivos trazados.

3.1. PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio es una investigación cuantitativa; enmarcada en el paradigma positivista lógico, al hacer el recogimiento de datos para la prueba de hipótesis, basados en el análisis estadístico y la medición numérica, para definir patrones de comportamiento y confrontar teorías existentes. En opinión, de Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque cuantitativo considera un problema de estudio concreto y delimitado, las preguntas de investigación tratan sobre asuntos específicos, al plantear el problema de estudio, se determina que se ha investigado.

Así mismo, indican que en los resultados el investigador recoge datos numéricos de los participantes, fenómenos u objetos, estudiados y analizados con procedimientos estadísticos, denominados procesos de investigación cuantitativa. Haciendo referencia al enfoque positivista Martínez (2013), expone que se caracteriza porque ocupa la objetividad como vía para conseguir el conocimiento, encauzada a los resultados.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a Pelekais, Raspa, Finol, Neuman y Carrasquero (2015), al momento de escoger el tipo de investigación, se debe reflexionar detalladamente no sólo la problemática presentada, sino también lograr los objetivos al desarrollar lo cuestionado. El presente estudio se considera descriptiva correlacional en razón a que se va a determinar la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira.

Con relación a las investigaciones descriptivas Chávez (2010, p. 136), señala que se busca recolectar datos relacionadas con la realidad de las personas, situaciones, objetos o fenómenos, tal cual se mostraron al momento de recolectarlos. El citado autor describe que se mide sin cometer inferencias ni hipótesis.

En este orden de ideas, Méndez (2009), plantea que la investigación descriptiva identifica las características del universo investigado, señalando formas de actitudes y conducta, definiendo comportamientos concretos y descubriendo pruebas asociadas entre las variables de investigación. Igualmente, enuncia que el propósito busca delimitar los hechos conformantes del problema de investigación. En ese orden, el presente estudio se concibe de tipo descriptivo, dado que su propósito será recolectar información directamente el departamento de la Guajira tal como se presenten los hechos.

La presente investigación se considera de tipo descriptiva, para Bernal (2011), la investigación descriptiva está precedida por las preguntas de investigación formuladas por el investigador, soportadas especialmente en técnicas como la entrevista, encuesta, revisión documental u observación.

Aunado a ello, el estudio se considera de tipo correlacional al medir la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira. Al respecto, Hernández et al (2014), expresan que asocian variables a

partir de patrones predecibles para un grupo; estimando la relación existente entre dos o más conceptos, variables o categorías en un contexto particular. Según Chávez (2010), los estudios de correlación tienen el propósito de comprobar el grado de relacionamiento entre las variables revelando el punto en que depende una de la otra.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En opinión de Hernández et al (2014), el diseño de investigación es una estrategia para conseguir la información requerida en una investigación, adicionalmente lo plantea como un estudio que no varía de modo deliberado de las variables independientes con el interés de ver el efecto sobre otra variable. Para este estudio, se considera no experimental, de campo y transversal.

En la investigación de campo Arias (2016), lo expone como un método que recoge los datos de modo directo de la realidad presentada. Al respecto, Bavaresco (2013), infiere el estudio de campo como aquel realizado en el lugar donde se sitúa el objeto estudiado, admitiendo un discernimiento a fondo del problema de parte del investigador, manipular con mayor seguridad los datos. Por lo expuesto, la investigación se considera de campo ya se recolectará la información directamente en el departamento de La Guajira.

Además, la presente investigación se traza como no experimental, según Hernández et al (2014) indica que el investigador no manipula intencionadamente la variable, los fenómenos son observados de la manera como suceden en su espacio natural para analizarlos. Por otra parte, Kerlinger y Lee (2012) señalan que en el estudio no experimental la manipular de las variables no es posible o asignar de modo aleatorio los tratamientos o a los participantes, de hecho, no se estimula o se administra nada a los partícipes del estudio. En este orden, el presente estudio está enmarcado como diseño no experimental, al realizarse mediante observación y análisis de las variables tal como se presentarán.

Por otra parte, se considera transversal, la cual según Chávez (2010), son aquellas en la cuales las variables son estudiadas sin considerar la evolución de tiempo y solo una vez. En este orden y dirección, Hernández et al (2014) infieren que son aquellos en donde los datos se recolectan en un tiempo y momento único. Su finalidad es la descripción de las variables y el análisis de su interrelación e incidencia en un momento dado; lo cual, es precisamente lo que pretende para dicha investigación. Por lo que, el estudio se considera transaccional o transversal dado que solo se evaluarán las variables liderazgo gestión de destinos turísticos en un solo momento.

3.4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

De acuerdo con Niño (2011), los datos que se obtienen en el desarrollo de una investigación, hacen parte del cuerpo de información de los objetos en estudio, fenómenos o hechos y componen el insumo primordial de la investigación. Este, manifiesta que la recolección de datos estriba de factores como objeto de estudio, variables, técnica escogida, el problema, hipótesis, muestras, entre otros. De igual modo, considera dos tipos de datos: primarios y secundarios.

Para Arias (2016), la fuente es el indivisible conjunto de elementos que suministran datos o información de acuerdo a su naturaleza. Dice que las fuentes pueden ser secundarias proporcionando datos documentales y vivas o primarios aportados por el sujeto. Para esta investigación son aplicadas fuentes primarias y secundarias, esbozadas a continuación.

3.4.1 Información primaria

Considerando lo expreso por Niño (2011), los datos primarios son los extraídos por el estudioso directamente de la realidad. De igual manera, Bonilla (2011) manifiesta la información primaria como aquella obtenida directamente a partir del objeto de estudio o las partes que integran o componen éste, sin haber sido sometida a proceso alguno de transformación, validación o depuración.

El presente estudio, aplico fuentes primarias relacionadas con la información entregada por los gerentes y funcionarios de las empresas públicas y privadas que promocionan los destinos turísticos del departamento de La Guajira. A quienes, se aplicó como técnica la encuesta y el cuestionario de instrumentos, extrayendo así la información dando respuesta a los interrogantes al efectuar el trabajo de campo.

3.4.2 Información secundaria

Según Méndez (2013), las fuentes secundarias son datos transcritos por personas de documentos de otro antes escrito o de un suceso o acontecimiento documentado. En ese orden, Niño (2011) argumenta los datos secundarios como consulta de estudios previos que fueron realizados por otras personas y valen de reseña a otros proyectos.

En la presente investigación, los datos secundarios se concentraron en la indagación documental, apoyado en la consulta de libros, artículos, revistas, normas y tesis, entre otros. Que favorecieron la construcción de los antecedentes, bases teóricas y metodológicas.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población

De acuerdo al criterio de Parra (2010), la población es el conjunto de elementos que la conforman, objetos o seres que contiene las características, observaciones y mediciones requeridas en una investigación. Al respecto, Balestrini (2013), indica que es un conjunto infinito o finito de personas o casos, con características comunes. Considerando los aspectos descritos, la población está conformada por los líderes públicos y privados, además de gestores turísticos públicos y privados del Departamento de la Guajira.

Es de hacer notar, que se adoptará el muestreo no probabilístico para el cual se escogerán las unidades informantes y en forma completamente arbitraria, es

decir, veintitrés (23) y gerentes cuarenta y siete (47) funcionarios de los entes público y gestores turísticos de las poblaciones destinos: Distrito Especial, Cultural y Turístico de Riohacha, San Juan del Cesar, Dibulla y Uribía, por cuanto ellos están configurados como promotores del desarrollo turístico de su población tomando en cuenta los siguientes criterios: poseen las mismas características, y se encuentran ubicadas en el ámbito espacial contemplado para el presente estudio.

En este orden de ideas, Parra (2010) exponen que un muestreo no Probabilístico intencional corresponde a procedimientos para la selección de muestras donde intervienen factores diferentes al azar. Este tipo de muestreo busca obtener muestras representativas a partir de la inclusión de grupos supuestamente típicos. Al respecto, Arias (2016) dice que el muestreo Intencional, es aquel donde los elementos son escogidos según criterios o juicios establecidos con anterioridad por el investigador. Esta investigación, presenta una población conformada acorde con la información entregada por los entes mencionados, lo cual, se refleja en la tabla 2.

Tabla 2. Distribución de la Población

	Gerentes	Funcionarios
Dirección Departamental de Turismo	1	8
Secretaria Distrital de Turismo del Distrito Especial, Cultural y Turístico de Riohacha	1	3
Dirección de Turismo de San Juan del Cesar	1	2
Dirección de Turismo Dibulla	1	2
Dirección de Turismo Uribia	1	2
Gestores Turísticos privado	18	30
Total	23	47
Total, general	70	

Fuente: Gómez (2018)

3.5.2 Muestra

En opinión de Parra (2010), la muestra una porción de elementos pertenecientes a un conjunto definido con características similares denominada población. Al respecto, Arias (2016) expone que cuando por diversos razones resulta imposible abarcar lo totalidad de los elementos que conforma la población accesible, se

recurre o lo selección de la muestra.

Al respecto, Chávez (2010) expone que la muestra es parte representativa de la población, que conllevan a causar los resultados de una investigación. Se caracteriza por qué sirve para extraer datos que resulta relevantes al estudiarlos, porque incluye su totalidad. En ese sentido, el tamaño de la muestra que aplica en la investigación presente, se calculará utilizando la fórmula para universos finitos expuesta por Chávez (2007, p. 164)

$$n = \frac{4xNxpqxq}{E^2(n - 1) + 4xpqxq}$$

Dónde:

n = muestra

4 = constante

N= población

p y q = son las varianzas (50)

E² = error al cuadrado (7)

Aplicando la fórmula se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{4x70x50x50}{7^2(70 - 1) + 4x50x50}$$

$$n = \frac{700000}{3381 + 10000}$$

$$n = \frac{700000}{13381}$$

$$n = 52,3 = 52$$

De esta manera, la muestra para la totalidad de la población quedó conformada por cincuenta y dos (52) sujetos.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En opinión Hernández et (2014) implica un plan minucioso que conduce a reunir datos con objetivos específicos. Dentro de este contexto Hurtado (2015) que las técnicas son los procedimientos implementados para la recolección de información. Cabe acotar, que se utilizara para efectos del estudio la observación como técnica mediante encuesta la cual según Méndez (2009), comprende un instrumento de observación formado por preguntas donde las respuestas son tabuladas según las respuestas del encuestado, lo cual, permitirá el conocimiento de los encuestados relacionado con la investigación.

Aunado a ello, como instrumento se utilizará un cuestionario el cual de acuerdo al criterio de Tamayo y Tamayo (2006) está estructurado por preguntas en series contestadas por escrito buscando la información necesaria en la realización de la investigación. El mismo estará conformado por cuarenta y cinco (45) ítems con preguntas cerradas de tipo dicotómico: Para el cual se utilizará la ponderación de opciones de respuestas siguiente:

Tabla 3. Ponderación de las opciones de respuestas

Afirmativas	Opciones de respuesta
2	Si
1	No

Fuente: Gómez (2020)

3.7. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

3.7.1 Validez del instrumento

De acuerdo con Méndez (2009), la validez es el grado percibido en una prueba para medir lo propuesto, dicho de otra manera, la validez implica establecer en una prueba conocer lo que mide. En esta investigación, se elaboró un formato de validación buscando estimar el nivel de validez de las afirmaciones enunciadas en un cuestionario, sometiéndolo a juicio de tres (3) expertos en turismo, los cuales emitieron su concepto en relación a cada ítem formulado, en concordancia con las

dimensiones y los respectivos indicadores, reflejados en la matriz de variables.

3.7.2 Confiabilidad del instrumento

Para Hernández et al (2014), la confiabilidad de medición de un instrumento se determina con diversas técnicas, que valoran el grado de respuesta emitido por su aplicación a un mismo sujeto arrojando iguales resultados. Según los citados autores, para los instrumentos tipo dicotómicos se confiabilidad mediante el coeficiente de Kuder-Richardson, donde existen respuestas correctas e incorrectas. Kuder y Richardson establecieron diversos modelos para la estimación de la consistencia de la confiabilidad de una prueba, siendo reconocido el denominado fórmula 20, representado de la siguiente manera:

Dónde:

r_{tt} =coeficiente de confiabilidad.

N =número de ítems que contiene el instrumento.

V_t = varianza total de la prueba.

$\sum pq$ = sumatoria de la varianza individual de los ítems.

$$r_{tt} = \frac{n}{n-1} * \frac{v_t - \sum p.q}{v_t}$$

Para calcular la confiabilidad de Kuder-Richardson del instrumento diseñado para la investigación, se usó el programa SPSS 22, el cual permitió realizar los cálculos respectivos, arrojando un resultado de $r_{tt}=68$ para la variable liderazgo y un $r_{tt}= 0,74$ para la variable gestión de destinos turísticos

Tabla 4. Baremo para la interpretación de la confiabilidad

Baremo	Interpretación
0.81 a 1.00	Muy alto
0.61 a 0.80	Alto
0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Bajo
0.01 a 0.20	Muy bajo

Fuente: Hernández et al (2014)

3.8. PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

En relación al tratamiento estadístico se asignan a los datos recolectados códigos a partir de símbolos o números, como los señalan (Hernández et, 2014), con el objeto de resumir la información derivada del ejercicio para preparar el análisis. Asimismo, pueden existir en los instrumentos valores perdidos determinados por ítems sin respuestas o cuando son marcadas dos opciones, de igual manera, a los datos deben asignárseles codificación.

De esa forma, una vez codificados todos los ítems se procederá a tabularlos, Chávez (2010) expone que la tabulación es una técnica que el investigador emplea para procesar información recolectada, permitiéndole organizar los datos relativos a los ítems, indicadores y variables.

Para el presente estudio y considerando su naturaleza de investigación orientado el desarrollo de los objetivos específicos, utilizando estadística descriptiva; Hernández et al (2014), indican que, si el estudio es descriptivo, como esta investigación por ende el tratamiento estadístico será descriptivo. La cual, considera un tratamiento estadístico para calcular la distribución de frecuencia absoluta y relativa, al igual que la media aritmética, sirviendo como plataforma al calcular los resultados, sujetos a discusión, análisis, como para presentar las conclusiones y recomendaciones.

Estos datos serán agrupados, estructurados para su posterior análisis a través de una hoja de cálculo Excel en cuyas filas se plasmarán los sujetos objeto de estudio y en las columnas los ítems formulados con todas las alternativas de respuestas posibles, para luego pasar esta información al programa de análisis estadístico SPSS 22.

Con respecto, a la media se estableció un cuadro de rango, basado en alternativas de respuestas en escala utilizadas en el instrumento, para su interpretación, en el cual se observa rango y categoría, de forma tal que se puedan

interpretar el análisis de los resultados de los indicadores, dimensiones y variables presentados en el capítulo IV.

Tabla 5. Interpretación de los resultados de la Media

Rango	Categoría
$1 \leq 1,4$	Insatisfactorio
$1.5 \leq 2.0$	satisfactorio

Fuente: Elaboración propia (2019)

Es de hacer notar, a los datos obtenidos se le aplicará el coeficiente Chi-cuadrado (χ^2), para establecer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira, cuya fórmula según Hernández et al (2014) es la siguiente:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde: \sum significa sumatoria

O es la frecuencia observada en cada celda.

E es la frecuencia esperada en cada celda.

3.9. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En la búsqueda de resolver los objetivos de la investigación, se establece un paso a paso que permita hilar cada una de las aristas requeridas para generar los resultados óptimos, dando solución a la problemática propuesta en el estudio y en su formulación del problema.

- Se establecieron los objetivos correspondientes a la temática abordada.
- Se planteó la justificación y delimitación de la investigación.
- Se reconocieron antecedentes relacionados con la variable esencia de estudio.
- Posteriormente se efectuó una revisión teórica, para estructurar el marco teórico, destacando la conceptualización de variables, dimensiones e indicadores.

- Se elaboró el cuadro de operacionalización de las variables, referenciando las dimensiones e indicadores.
- Se diseñó el instrumento para recolectar los datos, validado por expertos que aportaron su opinión, indicando correcciones y se determinó la confiabilidad,
 - Finalmente son analizados los resultados, emitiéndose las conclusiones y recomendaciones concerniente a la problemática investigada.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se llevó a cabo para determinar el liderazgo en la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Para lo cual, los datos arrojados luego de la aplicación del instrumento a los gerentes y funcionarios de los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, se tabularon mediante el uso de estadísticas descriptivas en función de los indicadores, dimensiones y variables.

Para ello, se construyeron tablas de doble entrada donde se muestran los resultados apoyados en la medida de tendencia central media aritmética, por indicador, dimensiones y variables analizadas. Asimismo, se confrontarán los resultados obtenidos, con los planteamientos de los autores con los cuales se fijó posición en la fundamentación teórica. A continuación, mostrados los resultados obtenidos para cada uno de las dimensiones y los indicadores correspondientes a las variables del estudio, dando una interpretación de los mismos.

4.1. DIMENSIÓN ESTILOS DE LIDERAZGO

El objetivo de esta dimensión es: Identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. En la tabla 6, se observan los resultados de los indicadores correspondientes a la dimensión estilos de liderazgo, la cual obtuvo un valor para la media de 1,46; lo cual según el baremo de medición de la media se ubica en una categoría satisfactoria, es decir existe presencia del atributo.

Tabla 6. Dimensión estilos de liderazgo

Ítems	Indicadores	Media	Categoría
1, 2, 3,	Autocrático	1,85	satisfactorio
4, 5, 6,	Democrático	1,26	insatisfactorio
7, 8, 9	Carismático	1,40	insatisfactorio
10,11,12	Laisser Faire	1,33	insatisfactorio
Dimensión		1,46	Satisfactorio

Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo a la información recolectada se evidencia una categoría insatisfactoria en los indicadores Democrático, Carismático, y Laisser Faire, mientras que el indicador autocrático presenta una categoría satisfactoria, de acuerdo a la interpretación de resultados de la misma, por lo que existe una alta presencia del atributo, lo cual permite determinar que estilos de liderazgo está presentes en el Departamento de la Guajira.

Al respecto, Davis y Newstrom (2006), los estilos de liderazgo se presentan como modelos totales de filosofía corporativa, al igual que de los rasgos, habilidad y actitudes del líder, quien muestra en su comportamiento el grado de influencia. En otras palabras, es el modo del individuo de percibir las indicaciones del individuo que los dirige. En ese ejercicio, se distinguen básicamente los estilos democrático, liberal y autocrático. Es decir, es la forma en que lo percibe el capital humano al cual dirige. Distinguiendo básicamente los estilos: autocrático, democrático y liberal o laissez faire.

En los resultados expuestos para el indicador autocrático se evidencia que la media arrojó un valor de 1,85; lo cual la ubica en la categoría satisfactorio de acuerdo al baremo prediseñado para tal fin, resultados que demuestran, de acuerdo a la información suministrada por la muestra encuestada, que los directores de las organizaciones em estudio, manifiestan su superioridad, imponiendo su autoridad y tomando las decisiones de acuerdo a su voluntad.

Lo anteriormente expuesto, coincide con las apreciaciones de Davis y Newstrom (2011) para quienes el liderazgo autocrático es un estilo negativo

habitual, dado que opera con amenazas y castigos, aunque puede parecer positivo, como el caso del autócrata benevolente, quien concede ciertas retribuciones a los trabajadores. Es basada, en la jerarquía de una estructura formal en la cual el líder es escogido por los demás participantes para coordinar y dirigir los procesos representativos del grupo.

En este sentido, de acuerdo a la opinión expuesta por los encuestados, los gerentes de los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, aplican el liderazgo autocrático, el cual posee habilidades y experiencia que no comparte con sus subordinados, presionándolos y dándoles ordenes sin permitir su participación u opinión en la toma de decisiones.

Tomando en consideración los resultados del indicador democrático se observa que el valor de la media es de 1,26; lo cual según el baremo para tal fin concierne a la categoría insatisfactorio. Por lo que, en las organizaciones en estudio los líderes no toman en cuenta a sus compañeros en la toma de decisiones, ni valoran las sugerencias del talento humano a su cargo.

Lo expuesto difiere del postulado de Rodas y Arroyo (2009), para quienes, el liderazgo democrático se caracteriza como intensamente relevante para las relaciones interpersonales del talento humano, facilitando la participación de los colaboradores referente a las acciones y decisiones tomadas en la empresa, permitiendo la identificación y apropiación de los objetivos organizacionales.

Por lo antes expuesto, se infiere que de acuerdo a la opinión de los encuestados los líderes de los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, no escuchan al capital humano que dirige, ni los hacen partícipes en la toma de decisiones, ni comparten con sus colaboradores las funciones básicas a realizar para el logro de los objetivos trazados.

Los resultados expuestos demuestran que la media arrojó un valor de 1,49;

correspondiente a la categoría insatisfactorio de acuerdo al baremo previamente diseñado. Por lo cual no existe presencia del atributo, ya que en la organización objeto de estudio el talento humano no siente admiración por sus superiores, además, los gerentes no tienen poder de persuasión sobre el talento humano, ni están comprometidos con las metas establecidas.

Al respecto, Bernal y Sierra (2008) expresan que, en el liderazgo carismático, en el liderazgo carismático se caracteriza por su capacidad de persuasión generando una admiración positiva en sus seguidores, basándose en el vínculo emocional. Es así como, los líderes carismáticos establecen metas e ideales compartidos que desean alcanzar a partir del compromiso personal y sus seguidores los consideran protectores.

Con base a los señalamientos anteriores se evidencia los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, no se aplica el liderazgo carismático. En este sentido, el liderazgo carismático, el líder da mucha libertad a sus subordinados, basándose en la relación de confianza y amistad para dirigir.

Lo resultados expuestos demuestran que la media del indicador *laisser Faire* arrojó un valor de 1,33; correspondiente a la categoría insatisfactorio, es decir no hay presencia del atributo, ya que en la institución no les permiten a los subordinados tomar decisiones referentes a los proyectos turísticos, ejerciendo los directores autoridad sobre el personal a su cargo, además la política aplicada por los directivos no permite que el talento humano, se desempeñen según su criterio.

Al respecto, Rodas y Arroyo (2009), indican que en este estilo el líder le brinda autonomía de decisión a sus miembros ejerciendo su autoridad en muy pocas ocasiones, su política es dejar pasar, dejar hacer; lo cual, estimula la incertidumbre en sus seguidores al momento de tomar decisiones.

En opinión del investigador, en el liderazgo *Laisser Faire*, se otorga la libertad

completa para adoptar las decisiones grupales o individuales; existiendo una participación mínima del líder, debido a que no tiene confianza en su habilidad de liderazgo.

4.2. DIMENSIÓN ENFOQUES MODERNOS DEL LIDERAZGO

El objetivo de esta dimensión es: Identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. En la tabla 7, se observan los resultados de los indicadores correspondientes a la dimensión enfoques modernos del liderazgo, la cual obtuvo un valor para la media de 1,53; lo cual según el baremo de medición de la media se ubica en una categoría satisfactoria, es decir existe presencia del atributo.

Tabla 7. Dimensión enfoques modernos del liderazgo

Ítems	Indicadores	Media	Categoría
13, 14, 15	Liderazgo transformacional	1,52	satisfactorio
16, 17, 18	Liderazgo estratégico	1,46	satisfactorio
19, 20, 21	Liderazgo de servicio	1,44	satisfactorio
22, 23, 24	Liderazgo basado en valores	1,70	satisfactorio
Dimensión		1,53	Satisfactorio

Fuente: Elaboración propia (2020)

Los anteriores resultados son evidencias del nivel satisfactorio en los enfoques modernos del liderazgo, es de hacer notar que los indicadores liderazgo transformacional, liderazgo estratégico, liderazgo de servicio y liderazgo basado en valores, arrojan valores satisfactorios de acuerdo al baremo de medición, siendo el de mayor presencia el liderazgo basado en valores.

Los resultados expuestos, concuerdan con la postura de Bernal y Sierra (2008), para quienes debido a la relevancia del liderazgo para las organizaciones ha ido desarrollándose al surgiendo nuevos enfoques: transformacional, estratégico, de servicio y basado en valores. Desde esa orientación, el punto de vista del autor refiere el objetivo principal del líder es estimular sentimientos y emociones positivas en el grupo. En este sentido, es de vital importancia para las organizaciones que los lideres tomen en cuenta estos enfoques.

De acuerdo a los resultados expuestos en la presente tabla la media del indicador liderazgo transformacional es de 1,52; ubicándose de acuerdo al baremo diseñado para tal fin en la categoría satisfactorio, es decir según la opinión de la muestra encuestada, en las instituciones objeto de estudio los directivos inspiran al grupo comunicando expectativas sobre los proyectos turísticos a ejecutar, mediando en la solución a los conflictos que se presentan entre el capital humano, e involucrándolo en el desarrollo de los proyectos turísticos.

Al respecto, Paz y Yapes (2009) plantean que el liderazgo busca la articulación de los objetivos del líder y lo de sus seguidores, consiguiendo un direccionamiento hacia metas comunes que den respuesta a las necesidades encontradas en el contexto, realizando contribuciones efectivas a la organización, con responsabilidad social, valores y compromisos definidos. En este sentido, en este enfoque el líder se basa en sacar provecho tanto de su habilidades y conocimientos como los de sus seguidores en pro del logro de las metas organizacionales.

En cuanto a los resultados del indicador liderazgo estratégico, la media arrojó un valor de 1,46; ubicándose en la categoría satisfactorio, de acuerdo al baremo destinado para tal fin. En opinión de los encuestados, en las instituciones objeto de estudio la dirección asume la conducción de las estrategias para lograr los objetivos planteados, propiciando el compromiso de todo el personal de la organización en el desarrollo de los proyectos turísticos, además, ponen su empeño en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Los resultados expuestos, concuerdan con la postura de Bernal y Sierra (2008), este tipo de liderazgo se presenta cuando la dirección de las organizaciones asume la conducción requerida para el diseñar e implementar de la filosofía corporativa misión, visión, objetivo y estrategias organizacionales para lograrlos, de igual forma, busca el compromiso de los colaboradores en la organización para que se esmeren en los propósitos empresariales a alcanzar.

En este sentido, se infiere que el liderazgo estratégico es un proceso donde

los líderes deben lograr la participación y el compromiso de del talento humano, para implementar acciones estratégicas que permitan el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

En los resultados correspondientes a este indicador se puede apreciar que la media arrojó un valor de 1,44; ubicándose en la categoría satisfactorio, de acuerdo al baremo de medición previamente establecido, por lo que de acuerdo a la opinión de la muestra encuestada los directivos de las organizaciones objeto de estudio promueven el desarrollo integral de sus colaboradores, instando a el interés general sobre el particular y motivando al personal a desarrollarse dentro del área turística.

Al respecto, Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008) indican que este estilo de liderazgo resalta la importancia como principal característica de un líder es la de trascender su interés personal buscando el beneficio del prójimo, promoviendo, animando y facilitando el desarrollo profesional de sus seguidores. En este sentido, en el liderazgo de servicio se trata de promover una cultura de colaboración entre el talento humano, motivándolo al logro de las metas organizacionales.

En el indicador liderazgo basado en valores la media refleja un valor de 1,70; ubicándose en la categoría satisfactoria. De acuerdo a la opinión de los informantes los directivos de las instituciones objeto de estudio los directores promueven el respeto y el desarrollo integral en la organización.

Al respecto, Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008), este estilo, exige la trasmisión de la práctica efectiva de los valores humanos dentro de las organizacionales, para garantizar la dignidad, el respeto de los empleados en las organizaciones, y promover en el sitio de trabajo un espacio donde los colaboradores puedan desarrollar su integralidad y no mirar únicamente el desarrollo organizacional. En opinión del investigador, en el liderazgo basado en valores el líder pone de por medio la moral, e respeto, basando su dirección en la confianza.

Tabla 8. Variable liderazgo

Ítems	Dimensión	Media	Categoría
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	Estilos de liderazgo	1,46	Satisfactorio
13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24	Enfoques modernos del liderazgo	1,53	satisfactorio
Variable liderazgo		1,50	Satisfactorio

Fuente: elaboración propia (2020)

En la tabla 8, se presentan los resultados correspondientes a la variable liderazgo, donde la media refleja un valor de 1,50 perteneciente a la categoría satisfactoria de acuerdo al baremo, previamente diseñado para tal fin; al igual que sus dos dimensiones estilos de liderazgo y enfoques modernos del liderazgo, lo cual indica que existe presencia del atributo.

Los resultados anteriores, evidencian que en los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, los directores ejercen su papel de líder guiando al personal humano al alcance de los planes turísticos.

Al respecto, Laussier y Achua (2002, citado en Bernal y Sierra 2008) expresan que el liderazgo es un proceso donde el líder influyen sobre sus seguidores para conseguir los objetivos corporativos a través del cambio. En opinión del investigador, el liderazgo es dirección del capital humano, en pro del alcance de las metas y objetivos organizacionales. En opinión del investigador, el liderazgo es dirección del capital humano, en pro del alcance de las metas y objetivos organizacionales.

4.3. DIMENSIÓN ENTORNO DE LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

El objetivo de esta dimensión: indicar el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. En la tabla 9, se presentan los resultados de la dimensión entorno de la gestión de destinos turísticos, demostrando la media un valor de 1,68;

correspondiente a la categoría satisfactoria, de acuerdo al baremo previamente diseñado para tal fin.

Tabla 9. Entorno de la gestión de destinos turísticos

Ítems	Indicadores	Media	Categoría
25, 26, 27	Sostenibilidad	1,74	satisfactorio
28, 29, 30	Competitividad	1,63	satisfactorio
Dimensión		1,68	Satisfactorio

Fuente: elaboración propia (2020)

Los resultados expuestos demuestran que los indicadores de la dimensión entorno de la gestión de destinos turísticos sostenibilidad y competitividad presentan una media correspondiente a la categoría satisfactorio, al igual que la dimensión, lo cual indica que existe presencia del atributo, es de hacer notar, que la media más alta la presenta el indicador sostenibilidad.

Al respecto, Flores (2014), señala que el destino turístico, así como su gestión, no debería analizarse de una forma aislada, sino enfocarse en una visión sectorial y territorial de los destinos, debe estar integrado en la realidad socioeconómica y medio ambiental del territorio donde se localiza y, por otro lado, también deberá integrarse en el mercado turístico donde participa. Para el investigador el entorno de la gestión de destinos turísticos, debe tomar en cuenta todos los elementos y actores que forman parte del mismo, para lograr una mejor gestión.

En el indicador se evidencia que la media presenta una media e 1,74; lo la ubica de acuerdo al baremo pre diseñado, en la categoría satisfactorio. Po lo cual, de acuerdo a la opinión de los encuestados, en las empresas objeto de estudio, se da el uso óptimo a los recursos ambientales de los destinos turísticos, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y apoyando la conservación de los recursos naturales.

Con base a los resultados expuesto, se puede inferir que existe concordancia con la postura de la OMT, (2004) citado por Flores (2014), quien expone que la sostenibilidad se conceptualiza como el uso óptimo a los recursos ambientales que

son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y apoyando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. En este sentido, la sostenibilidad es aprovechar los recursos naturales como factor de desarrollo turístico teniendo en cuenta su preservación.

Los resultados referentes al indicador competitividad demuestran un valor para la media de 1,63, correspondiente a la categoría satisfactoria de acuerdo al baremo preestablecido para tal fin. De acuerdo a la opinión emitida por los directores y funcionarios de los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, se integran productos con valor añadido que los ayude a proteger los recursos de los destinos turísticos, manteniendo diferenciación que lo distinga de sus competidores y desarrollando recursos económicos que promuevan el destino turístico.

Con base a los resultados expuestos, se infiere que existe relación con la postura de Flores (2014), puede decirse que el concepto de competitividad ha evolucionado desde el enfoque tradicional a su vez se asocia a la consecución de unos buenos resultados comerciales, como consecuencia de una buena dotación de recursos, hacia un enfoque fundamentado en la ventaja competitiva, asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos a lo largo del tiempo. En este sentido la competitividad es la capacidad de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado turístico al cual van dirigido.

4.2.5. Dimensión modelo de gestión

El objetivo de esta dimensión es: especificar el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. En la tabla 10, se presentan los resultados correspondientes a la dimensión modelo de gestión de destino turístico, evidenciándose un valor para la media de 1,43; lo cual la ubica en una categoría satisfactoria de acuerdo al baremo de medición pre establecido para tal fin.

Tabla 10. Dimensión modelo de gestión de destino turístico

Ítems	Indicadores	Media	Categoría
31, 32, 33	Modelo de sistema turístico	1,58	satisfactorio
34, 35, 36	Modelo de planificación turística	1,41	insatisfactorio
37, 38, 39	Modelo de gestión de calidad	1,30	insatisfactorio
40, 41, 42	Modelo de gestión para lograr sostenibilidad	1,56	satisfactorio
43, 44, 45	Modelo de gestión para lograr competitividad	1,29	insatisfactorio
Dimensión		1,43	Satisfactorio

Fuente: Elaboración propia (2020)

Los resultados expuestos, demuestran que los indicadores modelo de gestión de calidad y modelo de gestión para lograr competitividad presentan una media insatisfactoria, mientras, los indicadores modelo de sistema turístico, modelo de planificación turística y modelo de gestión para lograr sostenibilidad tienen una media correspondiente a la categoría insatisfactoria de acuerdo al baremo previamente establecido para tal fin.

Los resultados anteriores son acordes a lo que manifiesta Flores (2014), quien señala que la perspectiva sistémica, es fundamental para la comprensión del fenómeno turístico como resultado de las interacciones y combinaciones que se producen en los diferentes componentes de la oferta turística y de éstos con los turistas. En este sentido, de acuerdo a la opinión del investigador, los modelos de gestión van a definir la forma de gestionar cada destino acorde a sus condiciones y ventajas.

En consideración a la media del indicador modelo de sistema turístico, esta refleja un valor de 1,58; correspondiente a la categoría satisfactoria de acuerdo al baremo previamente diseñado, en este sentido, de acuerdo a la opinión de los encuestados, la planificación del sector tiene como objetivo un desarrollo formado por todas las partes el sistema , siendo la demanda turística el mercado actual y potencial; la oferta turística está conformada por las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y promoción del turismo.

Lo resultados expuestos guardan relación con la postura de Flores (2014), quien señala que en este modelo el turismo es considerado como un sistema en el

que la demanda es el mercado turístico actual y potencial y la oferta está conformada por las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y promoción del turismo. En opinión del investigador, en este modelo se toman en cuenta todos los elementos turísticos disponibles, en pro de lograr ser atractivos y competitivos.

La media correspondiente al indicador modelo de planificación turística presenta un valor de 1,41; ubicándose en la categoría satisfactoria, es decir se aplican procesos correspondientes a este modelo, ya que de acuerdo a la opinión de los encuestados se realiza una planificación física de las atracciones turísticas de cada destino, concibiendo la promoción exponencial de los destinos turísticos con el fin de mejorar la receptividad turística e incorporando las necesidades del entorno medioambiental.

Los resultados señalados, coinciden con la postura de Flores (2014), para quien la planificación es un elemento básico del turismo, pues favorece la optimización de los impactos positivos y la minimización de los negativos, en este sentido, la planificación condiciona el éxito y la longevidad de cualquier destino turístico, por el tiempo, esfuerzo y recursos destinados a la planificación. En este sentido, la planificación del turismo es una de las tareas primordiales, ya que se determinan los objetivos, a alcanzar, acordes a la región donde se desarrolle el plan.

Los resultados correspondientes al indicador modelo de gestión de calidad evidencia que la media arroja un valor de 1,30: perteneciente a la categoría insatisfactorio de acuerdo al baremo previamente establecido para tal fin. Por lo anterior se puede inferir que en las organizaciones objeto de estudio no toman en cuenta la satisfacción de los turistas para hacer la planificación, ni las necesidades de los clientes al planificar la gestión de los destinos turísticos. Además, no se desarrollan estudios para conocer las expectativas de los turistas para poder incluirlas en la planificación.

Los resultados expuestos difieren de la postura de Flores (2014), quien explica

que los modelos de gestión de calidad se incorporan a la satisfacción del cliente como uno de los elementos clave para identificar las necesidades y expectativas del mismo. En este sentido, los modelos de gestión de calidad buscan complacer al público objeto conforme a sus percepciones, cubriendo así, las expectativas y necesidades de los mismos.

Los resultados correspondientes al indicador modelo de gestión para lograr sostenibilidad demuestran una media con un valor de 1,56; correspondiente a la categoría satisfactoria de acuerdo a el baremo de medición previamente establecido. Con lo anterior se permite deducir que los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, promueven la conservación natural, de la identidad cultural, ejecutando una planificación que mantenga la equidad social del desarrollo.

Los resultados expuestos, coinciden con el postulado de Flores (2014), estos modelos turísticos recogen los tres elementos fundamentales para el logro de la sostenibilidad, como es la conservación natural y cultural, la viabilidad económica del turismo social y del desarrollo, si bien cada uno de ellos plantea un recorrido diferente para llegar a ella. Para el investigador, este modelo promueve la generación de ingresos, así como el bienestar social, conservando al mismo tiempo los recursos naturales, y garantizando la continuidad de la oferta turística y su continuidad en el tiempo.

El indicador modelo de gestión para lograr competitividad se ubica en la categoría insatisfactoria de acuerdo al baremo pre establecido, reflejando un valor de la media de 1,29. De acuerdo a la opinión de la muestra encuestada, no se ejecutan políticas que promuevan la creación de la ventaja competitiva nacional, ni se desarrollan modelos reconocidos para la creación de la ventaja competitiva nacional.

Estos resultados difieren de la opinión de Flores (2014), quien explica que la competitividad de destinos turísticos da origen a una serie de procesos que buscan que el destino turístico demuestre ventaja sobre otros que lo hagan atractivos a los turistas. teniendo una ventaja competitiva ante sus competidores. En este sentido, el investigador infiere que se deben realzar los atractivos turísticos de cada destino, así como ofrecer servicios que los hagan resaltar ante sus competidores.

Tabla 11. Variable gestión de destinos turísticos

Ítems	Dimensión	Media	Categoría
25, 26, 27, 28, 29, 30	Entorno de la gestión de destinos turísticos	1,68	satisfactorio
31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 40,41, 42,43, 44, 45	Modelo de gestión de destino turístico	1,43	satisfactorio
Variable gestión de destinos turísticos		1,56	Satisfactorio

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la tabla 11, se presentan los resultados correspondientes a la variable gestión de destinos turísticos, reflejando una media de 1,56; correspondiente a la categoría satisfactorio de acuerdo al baremo previamente establecido para tal fin. Al igual que sus dos dimensiones: Entorno de la gestión de destinos turísticos y modelo de gestión de destino turístico, lo cual indica que existe presencia del atributo.

Con base a los resultados expuestos, se puede inferir que Es de hacer notar, que los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, realizan una gestión de destinos turísticos, en pro de posicionar el Departamento, mediante la satisfacción de los turistas, transmitiendo una imagen atractiva a los mismos.

Los resultados expuestos tienen coincidencia con la postura de Ejarde (2016, p. 16), quien infiere que la gestión de destino turístico no solamente “implica prestar servicios de animación e información, trata fundamentalmente de satisfacer las demandas de los turistas garantizando la sostenibilidad del ambiente, dando valor a la identidad y personalidad del destino e implicando a la población local”. En opinión del investigador, la gestión de destinos turísticos debe verificar múltiples y

diversas formas atendiendo a la estructura y grado de madurez del territorio donde se encuentra.

4.4. CÁLCULO DE CHI-CUADRADO

Este punto corresponde al objetivo encaminado a establecer la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de La Guajira para para lo cual se calculó el Chi-cuadrado, mediante el software estadístico SPSS 25, para poder medir el grado de incidencia, que tiene una variable sobre la otra, lo cual se refleja en la siguiente tabla, donde se evidencia su significancia.

Tabla 12. Prueba de chi cuadrado

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44,582 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	40,950	1	,000		
Razón de verosimilitud	57,752	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	43,724	1	,000		
N de casos válidos	52				
a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 12,02.					
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2					

Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo al valor de significancia que es $p \leq 0,05$ el resultado es significativo, es decir, el nivel de significancia bilateral arrojado es 0,00, por lo que se acepta que existe asociación entre las variables y por lo tanto se concluye que ambas variables liderazgo y gestión de destinos turístico, son dependientes, es decir existe una relación entre ellas. Esto significa que existe más de un 5% de probabilidad de que existe asociación entre las variables sea cierta en la población.

CONCLUSIONES

Luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los gerentes y funcionarios de las empresas promotoras de turismo públicos y privados de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, al analizar los resultados mediante el uso de la estadística descriptiva y confrontarlos con las teorías expuestas en los fundamentos teóricos se llega a las siguientes conclusiones:

En el **primer objetivo** referido a describir los estilos de liderazgo presentes en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se evidenció que los directores de las organizaciones en estudio, manifiestan su superioridad, imponiendo su autoridad y tomando las decisiones de acuerdo a su voluntad. No obstante, en estudio los líderes no toman en cuenta a sus compañeros en la toma de decisiones, ni valoran las sugerencias del talento humano a su cargo.

Aunado a ello se determinó que en la organización objeto de estudio el talento humano no siente admiración por sus superiores, además, los gerentes no tienen poder de persuasión sobre el talento humano, ni están comprometidos con las metas establecidas. Aunado a ello, se logró constatar que en las instituciones no les permiten a los subordinados tomar decisiones referentes a los proyectos turísticos, ejerciendo los directores autoridad sobre el personal a su cargo, además la política aplicada por los directivos no permite que el talento humano, se desempeñen según su criterio.

Por otra parte, haciendo mención al **segundo objetivo**, que trata de identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se comprobó que en las instituciones objeto de estudio los directivos inspiran al grupo comunicando expectativas sobre los proyectos turísticos a ejecutar, mediando en la solución a los

conflictos que se presentan entre el capital humano, e involucrándolo en el desarrollo de los proyectos turísticos. Aunado a ello, se logró constatar que la dirección asume la conducción de las estrategias para lograr los objetivos planteados, propiciando el compromiso de todo el personal de la organización en el desarrollo de los proyectos turísticos, además, ponen su empeño en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Aunado a ello, se constató que los directivos de las organizaciones objeto de estudio promueven el desarrollo integral de sus colaboradores, instando a el interés general sobre el particular y motivando al personal a desarrollarse dentro del área turística, promoviendo el respeto y el desarrollo integral en la organización.

Haciendo mención al **tercer objetivo**, que trata de indicar el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira, se evidenció que en las de los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira. Se da el uso óptimo a los recursos ambientales de los destinos turísticos, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y apoyando la conservación de los recursos naturales. Aunado a ello, se comprobó que integran productos con valor añadido que los ayude a proteger los recursos de los destinos turísticos, manteniendo diferenciación que lo distinga de sus competidores y desarrollando recursos económicos que promuevan el destino turístico.

En este orden y dirección en el objetivo que trata de determinar el modelo de gestión de destinos turísticos aplicado en el departamento de La Guajira, se pudo constatar que la planificación del sector tiene como objetivo un desarrollo formado por todas las partes el sistema, siendo la demanda turística el mercado actual y potencial; la oferta turística está conformada por las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y promoción del turismo.

Aunado a ello, se comprobó que aplican procesos correspondientes a este modelo, ya que se realiza una planificación física de las atracciones turísticas de

cada destino, concibiendo la promoción exponencial de los destinos turísticos con el fin de mejorar la receptividad turística e incorporando las necesidades del entorno medioambiental.

No obstante, las organizaciones objeto de estudio no toman en cuenta la satisfacción de los turistas para hacer la planificación, ni las necesidades de los clientes al planificar la gestión de los destinos turísticos. Además, no se desarrollan estudios para conocer las expectativas de los turistas para poder incluirlas en la planificación.

Por otra parte, se determinó que promueven la conservación natural, de la identidad cultural, ejecutando una planificación que mantenga la equidad social del desarrollo. Sin embargo, no se ejecutan políticas que promuevan la creación de la ventaja competitiva nacional, ni se desarrollan modelos reconocidos para la creación de la ventaja competitiva nacional.

Con relación al **cuarto objetivo**, que trata de especificar el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se determinó que el nivel de significancia bilateral arrojado es 0,00, por lo que se acepta que existe asociación entre las variables, concluyéndose que ambas variables liderazgo y gestión de destinos turísticos, son dependiente, es decir existe una relación entre ellas. Esto significa que existe más de un 5% de probabilidad de que existe asociación entre las variables sea cierta en la población.

Con base a lo anteriormente expuesto, se infiere que los entes públicos y gestores turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira aplica el liderazgo autocrático primordialmente, aplicando los enfoques modernos de liderazgo, cumpliendo con los enfoques de la gestión de destinos turísticos en procura de la sostenibilidad y la competitividad, utilizando los modelos de gestión de destino turístico

RECOMENDACIONES

Luego de aplicar el instrumento de recolección de datos a los gerentes y funcionarios de las empresas promotora de turismo públicos y privados que gestionan el turísticos de las poblaciones destinos del Departamento de La Guajira, analizar los resultados mediante el uso de la estadística descriptiva y confrontarlos con las teorías expuestas en las bases teóricas y realizar las conclusiones se hacen las siguientes recomendaciones:

En el objetivo que trata de determinar los estilos de liderazgo presentes en la gestión de destinos turísticos en el departamento de La Gua describir los estilos de liderazgo presentes en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se recomienda a los directivos tomar en cuenta a sus compañeros en la toma de decisiones, además de valorar las sugerencias del talento humano a su cargo, en pro de logro efectico de las metas propuestas. Asimismo, se recomienda que los directores les permitan a sus subordinados desempeñarse según su criterio, dándole libertad de poder tomar decisiones en los proyectos que se lleven a cabo.

Por otra parte, haciendo mención al objetivo que trata de identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se recomienda, mantener involucrados al talento humano en el desarrollo de los proyectos turísticos, propiciando el compromiso de todo el todo el personal en el desarrollo de los mismos.

En cuanto al objetivo que trata de indicar el entorno de la gestión de destinos turísticos de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. se hace necesario mantener el uso óptimo a los recursos ambientales

de los destinos turísticos, mediante los procesos ecológicos esenciales y apoyando la conservación de los recursos naturales. Así como también, mantener las estrategias que los diferencien de sus competidores.

Haciendo mención al objetivo que trata de especificar el modelo de gestión de las empresas promotoras de desarrollo turístico en el Departamento de La Guajira. Se recomienda tomar en cuenta la satisfacción de los turistas, así como sus necesidades al planificar la gestión de los destinos turísticos. Desarrollando estudios que les permitan conocer las expectativas de los turistas de forma que las incluyan en los planes turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aamodt, M. (2010). Psicología industrial organizacional . Mexico: Cengage Learning Editores.
- Acosta Marín, J. (2011). Implementación de un modelo de gestión de conocimiento en los procesos organizacionales. Caso DISAN. Bogotá, Colombia: Tesis. Pontificia Universidad Javeriana .
- Alles, M. A. (2010). Desempeño por competencias: evaluación de 360 grados . Argentina: Granica .
- Amorós, E. (2011). COMportamiento organizacional: en busca del desarrollo de ventajas competitivas . Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: Introduccion a la metodología científica . Caracas, Venezuela : Episteme. Sexta edición.
- Arraut Camargo, L. C. (2011). La innovacion de tipo organizacional en las empresas manufactureras de Cartagenas de Indias. Cartagena de Indias, Colombia: Universidad Tecnologica de Bolivar.
- Barbosa Ramirez, D., Mihi Ramirez, A., & Noguera Hidalgo, A. (2014). Gestión del conocimiento y liderazgo: Perspectiva de relación. Bogotá, Colombia: Revista diversitas. Perspectivas en psicología. Volmen 1.
- Barbosa Ramirez, D., Mihi Ramirez, A., & Noguera Hidalgo, A. (2014). Gestión del conocimiento y liderazgo: Perspectiva de relación. Bogotá: Revista Diversitas-perspectiva en psicología. Universidad del Rosario.
- Barbosa, M. (2012). La gestión del conocimiento desde la perspectiva de la dirección estrategica de recursos humanos. Bogota: Universidad del Rosario.

- Barquero Cabrero, J., Barquero Cabrero, C., Huertas Colomina, M., & Rodriguez de Luder, S. (2010). Marketing de clientes. ¿Quién se ha llevado a mi cliente? España: McGraw Hill. Interamericana.
- Bellon, L., Suástegui, A., & Quiroz, J. (2015). Efecto de la incertidumbre en un proceso de cambio organizacional en empresas comerciales. Guadalajara, Mexico: Red de investigadores en competitividad .
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson Education. Tercera edición.
- Berrio Caballero, H. J. (2013). Gestión del conocimiento como base para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas. Riohacha, La Guajira : Revista dimensión empresarial. Volumen 11.
- Bonilla Blanchar, E. (2011). Metodología de la investigación. Un enfoque práctico. Bogotá: Gente nueva editorial.
- Brooking, A. (2004). El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio. Barcelona: Paidós.
- Brunet, L. (2011). El clima de trabajo en las organizaciones . Mexico: Trillas .
- Camisón, C., & Villar, A. (2014). La innovación organizacional como facilitador de capacidades de innovación tecnológica y desempeño de la empresa. Journal of Business Research.
- Carneiro Caneda, M. (2010). Dirección estratégica innovadora . España: Netbiblo.
- Casanueva, J. C., & Gallego Agueda, M. (2010). Capital social e innovación: una perspectiva interdepartamental . Management Reneue, 21.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos . Mexico : McGraw Hill.
- Contreras Contreras, F., & Tito Huamani, P. (2013). La gestión del conocimiento y las políticas públicas . Lima, Perú: Universidad María Auxiliadora.

- Contreras Medina, D., & Díaz Nieto, E. (2014). La gestión del conocimiento factor clave de competitividad. Un estudio de los modelos y paradigma. Contribuciones a la economía.
- Coulter, R. (2014). Administración. Mexico: Pearson.
- Cruz Alvarez, J., & Abreu, J. L. (2011). Proceso de innovación en empresas sociales: una perspectiva de CI. Revista intelectual. Volumen 11.
- Cuadrado Vega, O. I. (2014). Caracterización de la innovación en el sector de la salud. Estudio de caso; empresas presatadoras de servicios de salud y estética de la ciudad de Cartagena. Cartagena: Tesis de Maestría. Universidad Tecnologica de Bolivar .
- Daft, R. (2011). Teoría y diseño organizacional . Mexico: CENGAGE Learning.
- Davenport, W., & Prusat, G. (2011). Como las organizaciones manejan lo que saben. Buenos Aires, Argentina : Pearson Education.
- Del Pino Romero, C., & Galán Fajardo, E. (2010). Internet y los nuevos consumidores: el nuevo modelo publicitario. Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, 55.
- Delgado-Verde, M., Martin - de Castro, G., Navas-lopez, J., & Cruz-Gonzalez, J. (2013). Capital social, capital intelectual e innovacion del producto. Evidencia empirica en sectores manufactureros. Revista Innovar Journal, 98.
- Dessler, G., & Varela Jarez, R. (2014). Adminstración de recursos humanos: Enfoque latinoamericano. Mexico: Pearson educacion.
- García Gonzalez, F. (2014). Concepto sobre innovación. Bogotá: Asociación colombiana de facultades de ingeniería.
- García Rubiano, M., & Forero Aponte, C. (2015). Contrato psicologico y cambio organizacional en una entidad perteneciente al sector terciario de la ciudad de Bogotá. Bogotá: Universidad pontifica de Colombia.

- García Vesga, M. C., & Dominguez, E. (2013). Desarrollo teorico de la resiliencia y su aplicación en situaciones adversas. Mexico: Revista latinoamericana de Ciencias sociales.
- García, O., Quintero, J., & Arias, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional . Antioquia: Centro de investigaciones y consultoría de la Universidad de Antioquia.
- Gómez Ortiz, R. (2014). Gestión del conocimiento: tecnología e innovación . Mexico: Limusa.
- Gómez Vargas, M., & García Alsina, M. (2015). Factores influyentes de la gestión del conocimiento en el contexto de la investigación universitaria. Buenos Aires, Argentina: Revista del instituto de investigaciones .
- Gonzalez, J., & Rodriguez, M. (2010). Modelos de capital intelectual y sus indicadores . Cuadernos de Administración.
- Grant, R. (2014). Direccion estrategica. Conceptos tecnicas . Madrid: ALCALA.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación . Mexico : Mc Graw Hill Education. Sexta edición.
- Hernández, V. (2017). La gestión del conocimiento en las organziaciones . Bogotá: Alfaomega.
- Herrera, S. (2010). La importancia de la educación en el desarrollo: la teoría del capital humano y el perfil del capital humano y el perfil edad ingresos por nivel educativo. Argentina: Viedman y Carmen de Paragones.
- Hidalgo, A. (2011). La gestión de innovación como proceso. Costa Rica: Conocimiento, Innovación y Desarrollo, Impresión Gráfica del Este, .
- Hirsh, J., & Kang, S. (2015). Mecanismos de conflicto de identidad: Incertidumbre, ansiedad y el sistema de inhibición del comportamiento. Revisión de personalidad y psicología social.

- Hurtado, J. (2010). Metodología de la investigación holística. Venezuela: Fundación Suypal.
- Joia, L., & Malheiros, R. (2010). Evidencias empiricas de las alianzas estrategicas en el capital intelectual de la empresa. Portugal: Revista de administración y contabilidad .
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2010). Introduccion al marketing. Madrid: Prendice Hall. 10 edición.
- Liberona, D., & Ruiz, M. (2013). Analisis de las estrategias organizacionales y tecnologicas para implementar programas de gestión del conocimiento en empresas chilenas. Santiago de Chile: ELSEVIER DOYMA.
- Malaver, F., & Vargas, M. (2011). Formas de innovar, desempeño innovador y competitividad industrial. Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.
- Marulanda Echeverry, C., & López Trujillo, M. (2013). Modelo para la creación de conocimiento para Pymes. Cali, Colombia: Universidad Libre. Entramado, volumen 5.
- Maya, E. (2017). Método y técnicas de investigación. Caracas: Mc Graw Will.
- Mendez Alvarez, C. (2013). Metodologia diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Mexico: LIMUSA.
- Misas, G. (2010). Sistemas sociales de innovación y de producción y modelos productivos: dos enfoques conceptuales y metodologicos para explicar los procesos. Bogotá: Innovación para el desarrollo. Universidad Nacional de Colombia.
- Molina Morales, X., & Martpinez Fernández, T. (2012). Redes sociales: efectos del capital social en la innovación empresarial. . España: Revista Innovar, Volumen 22.
- Moncayo, D., Alvarado, P., & Soto, L. (2015). El clima organizacional dentro de una empresa. Revista, Contribuciones a la economía.

- Morales Campo, E. (2012). El conocimiento y la información como factores de integración en América Latina. México: UNAM.
- Morales Jaramillo, V., & Tirapé Moran, R. (2013). Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa. Ecuador: Universidad Estatal de Milagros.
- Moya Muñoz, P. (2016). Sobre el concepto de innovación . Laboratorio de innovación y emprendimiento.
- Munch, L. (2011). Liderazgo y dirección. El liderazgo del siglo XXI. Mexico : Trillas.
- Navas, J., & Guerra, L. (2016). Fundamentos de dirección estratégica. Thomson Reuters Civitas. Segunda edición.
- Niño Rojas, V. M. (2011). Metodología de la investigación diseño y ejecución . Bogotá: Ediciones de la U.
- Ochoa, M., & Santidrián, A. (2010). Capital intelectual y creación de valor en las. Revista de capital intelectual. Emerald group publishing. Vol. 11. .
- Odriozola, S. (2013). Una propuesta alternativa al concepto del llamado capital humano. Porto Alegre: Textos & Contextos . Volumen 12. N, 2.
- Ortega Muñoz, V. J. (2013). Relación entre la innovación y desempeño organizacional: Un estudio empírico en empresas industriales del eje cafetero. Manizales: Tesis para Magíster. Universidad Nacional de Colombia.
- Ostos Mariño, J. (2010). Efecto mediador de la innovación organizacional en la relación entre el entorno y el desempeño organizacional en empresas de servicio. Lima, Perú: Tesis de Maestría. Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas.
- Pabón, C. (2016). Gestión del conocimiento y políticas de innovación. Bogotá: Revista la propiedad inmaterial. Universidad externado de Colombia.

- Padilla R., J. D. (2018). Aplicación del modelo de ciclo de vida como forma de mejoramiento de los destinos turísticos. Estudio de caso Leticia. Bogota: Universidad Externado de Colombia.
- Patlán Pérez, J., Martínez Torres, E., & Hernández Hernández, R. (2012). El clima y la justicia organizacional y su efecto en la satisfacción laboral. *International Administración & Finanzas*.
- Pérez Uribe, R., & Ocampo Guzman, D. (2015). Las pequeñas empresas bogotanas: sobrevivencia a la sostenibilidad. Bogotá: Nueva economía e innovación social.
- Peréz, C. M. (2011). La sabiduría secreta de Maquiavelo. Madrid: Libros en Red.
- Pineda, K., Morales, M. E., & Ortiz, C. (2011). Modelos y mecanismos de interacción. Universidad-emrpesa-Estado. Bogotá: Revista equidad & desarrollo .
- Pinzon C., J. F. (2020). Modelo de destino turistico inteligente - "Smart Destination" para la provincia de sabana centro, Tesis de Maestria. Bogota : Universidad Militar Nueva Granada.
- Ramírez Martínez, D., Martínez Ruiz, L., & Castellanos Domínguez, O. (2012). Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Revilla, E. (2011). Innovación tecnologica: Ideas básicas. Fundacion Cotec.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2013). Administración. Un empresario competitivo. Mexico: Pearson Educacion.
- Rocha Novoa, Y. (2016). Gestión del conocimiento como estrategia innovadora para fortalecer el talento humnao en la funcion gerencial en empresas del sector de la construcción . Sucre: Universidad tecnológica de Bolivar.

- Rodriguez Díaz, M., & Gonzalés Millan, J. (2013). Gestión del conocimiento y el capital intelectual a través de los modelos universitarios. Barranquilla : Investigación científica y tecnologica .
- Saavedra Herrera, L. (2017). Propuesta de modelo para mitigar la resistencia al cambio en organizaciones en fusión o adquisición. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Silva, J. (2014). Metodología de la investigación. Elementos básicos. Caracas, Venezuela: Colegial Bolivariana.
- Solarte, M., & Solarte, C. (2017). Influencia de la cultura organizacional y la innovación en la orientación al mercado de las empresas de familia de la ciudad de Pasto. Pasto: Tesis de Maestría. Universidad de Manizales CESMAG.
- Tamayo y Tamayo, M. (2010). El proceso de la investigación científica. Mexico: Limusa S.A.
- Uribe Pérez, R., & Ramirez Salazar, M. (2016). Componentes organizacionales que explican la gestión de la innovación y el conocimiento en las pymes colombianas. Universidad EAN.
- Vallejo Aristizabal, D. J. (2011). Condiciones necesarias para implementar una propuesta de gestión de conocimiento en el Caja de Compensación Familiar de Caldas-Comfamiliares. Manizalez: Maestría Tesis, Universidad Nacional de Colombia .
- Vara, A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa, UN metodo efectivo para las ciencias empresariales. Lima: Instituto de invetigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
- Zapata, G., Mirabla, A., & Canet, M. (2015). El entorno de la organización . Santo domingo: Ciencia y sociedad.

Anexo A. Instrumento de validación
LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DE LAS
EMPRESAS PROMOTORAS DE DESARROLLO TURISTICO EN EL
DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA

ELIS JACOBO GÓMEZ
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAESTRIA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO
SOSTENIBLE
RIOHACHA, LA GUAJIRA, 2018

OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	OBEJTIVO GENERAL: Determinar la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira											
				PERTINENCIA											
				#	PREGUNTAS	Dimensión		Objetivos		Indicadores		REDACCIÓN			
						P	NP	P	NP	P	NP	A	NA		
Describir los estilos de liderazgo presentes en el Departamento de la Guajira	Liderazgo	Estilos de liderazgo	Autocrático	1	El director manifiesta su superioridad										
				2	El gerente impone su autoridad										
				3	El gerente toma decisiones de acuerdo a su voluntad										
			Democrático	4	El líder toma en cuenta sus compañeros en la toma de decisiones										
				5	Los líderes valoran las sugerencias del talento humano a su cargo										
				6	El líder toma en cuenta sus opiniones en la elaboración de los proyectos										
			Carismático	7	Siente admiración por sus superiores										
				8	Los gerentes tienen poder de persuasión sobre el talento humano										
				9	Los directores están comprometidos con las metas establecidas										
			Laisser Faire	10	En la institución les permiten tomar decisiones referentes a los proyectos turísticos										
				11	Los directores ejercen autoridad sobre el personal a su cargo										
				12	La política aplicada por los directivos dejar que las personas se desempeñen según su criterio										

Fuente: Gómez (2018)

P: pertinente NP: No pertinente. Escala: Si, No

OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	OBEJTIVO GENERAL: Determinar la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira											
				PERTINENCIA											
				#	PREGUNTAS	Dimensión		Objetivos		Indicadores		REDACCIÓN			
						P	NP	P	NP	P	NP	A	NA		
Identificar los enfoques modernos del liderazgo utilizados en el Departamento de la Guajira.	Liderazgo	Enfoques modernos del liderazgo	Liderazgo transformacional	13	Los directivos inspiran al grupo comunicando expectativas sobre los proyectos turísticos a ejecutar.										
				14	Median en la solución a los Conflictos que se presentan entre el capital humano.										
				15	Involucran al talento humano en el desarrollo de los proyectos turísticos.										
			Liderazgo estratégico	16	La dirección asume la conducción de las estrategias para lograr Los objetivos planteados.										
				17	Propician el compromiso de todo el personal de la organización en el desarrollo de los proyectos turísticos.										
				18	Los gerentes ponen su empeño en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.										
			Liderazgo de servicio	19	Promueven el desarrollo integral de sus colaboradores										
				20	Insta el interés general sobre el particular.										
				21	Motivan al personal a desarrollarse dentro del área turística.										
			Liderazgo basado en valores	22	Promueven el respeto en las organización										
				23	Los directivos promueven el desarrollo humano integral										
				24	Los directivos promueven el desarrollo integral										

Fuente: Gómez (2018)

P: pertinente NP: No pertinente. Escala: Si, No

OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	OBEJTIVO GENERAL: Determinar la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira											
				PERTINENCIA											
				#	PREGUNTAS	Dimensión		Objetivos		Indicadores		REDACCIÓN			
						P	NP	P	NP	P	NP	A	NA		
Describir el entorno de la gestión de destinos turísticos en el Gestión de destinos turísticos		Entorno de la gestión de destinos	Sostenibilidad	25	Se da el uso óptimo a los recursos ambientales de los destinos turísticos										
				26	En la institución se mantienen los procesos ecológicos esenciales										
				27	La institución apoya la conservación de los recursos naturales										
			Competitividad	28	Se integran productos con valor añadido que los ayude a proteger los recursos de los destinos turísticos										
				29	Mantiene diferenciación que lo distinga de sus competidores .										
				30	Se desarrollan recursos económicos que promuevan el destino turístico.										

Fuente: Gómez (2018)

P: pertinente NP: No pertinente. Escala: Si, No

OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	OBEJTIVO GENERAL: Determinar la incidencia del liderazgo en la gestión de destinos turísticos en el Departamento de la Guajira												
				PERTINENCIA												
				#	PREGUNTAS	Dimensión		Objetivos		Indicadores		REDACCIÓN				
						P	NP	P	NP	P	NP	A	NA			
Determinar el modelo de gestión de destinos turísticos aplicado en el Departamento de la Guajira	Gestión de destinos turísticos	Modelo de gestión	Modelo de sistema turístico	31	La planificación del sector tiene como objetivo un desarrollo formado por todas las partes el sistema											
				32	La demanda turística es el mercado actual y potencial.											
				33	La oferta turística está conformada por las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y promoción del turismo											
			Modelo de planificación turística	34	Se realiza una planificación física de las atracciones turísticas de cada destino.											
				35	Se planifica la promoción exponencial de los destinos turísticos con el fin de mejorar la receptividad turística.											
				36	La planificación incorpora las necesidades del entorno medioambiental.											
			Modelo de gestión de calidad	37	Se toma en cuenta la satisfacción de los turistas para hacer la planificación											
				38	Se toman en cuenta las necesidades de los clientes al planificar la gestión de los destinos turísticos.											
				39	Se desarrollan estudios para conocer las expectativas de los turistas y poder incluirlas en la planificación.											
			Modelo de gestión para lograr sostenibilidad	40	La organización promueve la conservación natural											
				41	La institución promueve la preservación de la identidad cultural											
				42	Las planificación ejecutada mantiene la equidad social del desarrollo											
			Modelo de gestión para lograr competitividad	43	Se ejecutan políticas que promuevan la creación de la ventaja competitiva nacional											
				44	Se impulsan políticas que impiden la creación de la ventaja competitiva nacional.											
				45	Se desarrollas modelos reconocidos para la creación de la ventaja competitiva nacional.											

Fuente: Delgadillo (2018)

P: pertinente NP: No pertinente. Escala: Si, No

Anexo B. Matriz de Validación del Instrumento

Validadores	Valido: si/no	Correcciones
Validador 1	Si	Mejorar redacción items 1,3,7 26 y 27
Validador 2	Si	Mejorar redacción items 1,3,7 y 10
Validador 3	Si	Ninguna

Fuente: Elaboración propia (2018)

**Anexo C. Instrumento para la recolección de la información
LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS DE LAS
EMPRESAS PROMOTORAS DE DESARROLLO TURISTICO EN EL
DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA**

ELIS JACOBO GÓMEZ

INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAESTRIA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO
SOSTENIBLE
RIOHACHA, LA GUAJIRA, 2018**

INSTRUCCIONES

- El presente cuestionario contiene una serie de ítems que permitirán obtener la opinión de los gerentes con respecto a las variables: Liderazgo y gestión de destinos turísticos.
- Lea de manera cuidadosa cada afirmación antes de responder, siendo objetivo e imparcial al momento de emitir su respuesta, por cuanto los resultados serán utilizados con fines de investigación.
- Marque con una equis (X) sobre la alternativa que mejor representa su opinión en relación a los ítems indicados, ya que cada pregunta contiene dos (2) alternativas de respuestas, marca solo una de ellas, siendo estas: Si, No
- Responda la totalidad de ítems contenido en el instrumento; el cual se le hizo entrega, si a su criterio considera mal redactado alguno de los ítems, se le agradece colocar la observación al final del cuestionario o dirigirse al evaluador.

		SI	NO
Variable: Liderazgo			
Dimensión: Estilos de liderazgo			
	Indicador: Autocrático		
1	El director manifiesta su superioridad		
2	El gerente impone su autoridad		
3	El gerente toma decisiones de acuerdo a su voluntad		
	Indicador: Democrático		
4	El líder toma en cuenta sus compañeros en la toma de decisiones		
5	Los líderes valoran las sugerencias del talento humano a su cargo		
6	El líder toma en cuenta sus opiniones en la elaboración de los proyectos		
	Indicador: Carismático		
7	Siente admiración por sus superiores		
8	Los gerentes tienen poder de persuasión sobre el talento humano		
9	Los directores están comprometidos con las metas establecidas		
	Indicador: Laissez Faire		
10	En la institución les permiten tomar decisiones referentes a los proyectos turísticos		
11	Los directores ejercen autoridad sobre el personal a su cargo		
12	La política aplicada por los directivos dejar que las personas se desempeñen según su criterio		
	Dimensión: Enfoques modernos del liderazgo		
	Indicador: Liderazgo transformacional		
13	Los directivos inspiran al grupo comunicando expectativas sobre los proyectos turísticos a ejecutar.		
14	Median en la solución a los Conflictos que se presentan entre el capital humano.		
15	Involucran al talento humano en el desarrollo de los proyectos turísticos.		
	Indicador: Liderazgo estratégico		
16	La dirección asume la conducción de las estrategias para lograr Los objetivos planteados.		
17	Propician el compromiso de todo el personal de la organización en el desarrollo de los proyectos turísticos.		
18	Los gerentes ponen su empeño en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.		
	Indicador: Liderazgo de servicio		
19	Promueven el desarrollo integral de sus colaboradores		
20	Insta el interés general sobre el particular.		

21	Motivan al personal a desarrollarse dentro del área turística.		
	Indicador: Liderazgo basado en valores		
22	Promueven el respeto en las organización		
23	Los directivos promueven el desarrollo humano integral		
24	Los directivos promueven el desarrollo integral		
Variable: Gestión de destinos turísticos			
Dimensión: Entorno de la gestión de destinos turísticos			
	Indicador: Sostenibilidad		
25	Se da el uso óptimo a los recursos ambientales de los destinos turísticos		
26	En la institución se mantienen los procesos ecológicos esenciales		
27	La institución apoya la conservación de los recursos naturales		
	Indicador: Competitividad		
28	Se integran productos con valor añadido que los ayude a proteger los recursos de los destinos turísticos		
29	Mantiene diferenciación que lo distinga de sus competidores.		
30	Se desarrollan recursos económicos que promuevan el destino turístico.		
Dimensión: Modelo de gestión			
	Indicador: Modelo de sistema turístico		
31	La planificación del sector tiene como objetivo un desarrollo formado por todas las partes el sistema		
32	La demanda turística es el mercado actual y potencial.		
33	La oferta turística está conformada por las atracciones, transportes, instalaciones, servicios y promoción del turismo		
	Indicador: Modelo de planificación turística		
34	Se realiza una planificación física de las atracciones turísticas de cada destino.		
35	Se planifica la promoción exponencial de los destinos turísticos con el fin de mejorar la receptividad turística.		
36	La planificación incorpora las necesidades del entorno medioambiental.		
	Indicador: Modelo de gestión de calidad		
37	Se toma en cuenta la satisfacción de los turistas para hacer la planificación		
38	Se toman en cuenta las necesidades de los clientes al planificar la gestión de los destinos turísticos.		
39	Se desarrollan estudios para conocer las expectativas de los turistas y poder incluirlas en la planificación.		
	Indicador: Modelo de gestión para lograr sostenibilidad		
40	La organización promueve la conservación natural		
41	La institución promueve la preservación de la identidad cultural		
42	La planificación ejecutada mantiene la equidad social del		

	desarrollo		
	Indicador: Modelo de gestión para lograr competitividad		
43	Se ejecutan políticas que promuevan la creación de la ventaja competitiva nacional		
44	Se impulsan políticas que impiden la creación de la ventaja competitiva nacional.		
45	Se desarrollan modelos reconocidos para la creación de la ventaja competitiva nacional.		

Fuente: Elaboración propia (2018)

Anexo D. Cálculo de Kuder y Richarson

Confiabilidad liderazgo

Variable	LIDERAZGO																							
Dimensiones	Estilos de liderazgo												Enfoques modernos del liderazgo											
Indicadores	Autocrático			Democrático			Carismático			Laisser Faire			Liderazgo transformacional			Liderazgo estratégico			Liderazgo de servicio			Liderazgo basado en valores		
Preguntas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Sujetos																								
1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2
3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2
4	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
5	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1
6	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2
7	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1
8	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2
9	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1
10	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,680	24

Confiabilidad gestión de destinos turísticos

Variable	GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS																				
Dimensiones	Entorno de la gestión de destinos turísticos						Modelo de gestión de destino turístico														
Indicadores	Sostenibilidad			Competitividad			Modelo de sistema turístico			Modelo de planificación turística			Modelo de gestión de calidad			Modelo de gestión para lograr sostenibilidad			Modelo de gestión para lograr competitividad		
Preguntas Sujetos	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2
3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2
4	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2
5	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
6	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1
7	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2
8	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
9	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,741	21

Anexo E. Cálculos estadísticos
VARIABLE: LIDERAZGO

Variable Dimensiones	LIDERAZGO																							
	Estilos de liderazgo												Enfoques modernos del liderazgo											
	Autocrático			Democrático			Carismático			Laisser Faire			Liderazgo transformacional			Liderazgo estratégico			Liderazgo de servicio			Liderazgo basado en valores		
Indicadores Preguntas Sujetos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
6	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
7	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
8	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
9	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
13	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
14	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
17	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
18	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
19	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
21	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
22	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
23	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
24	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
25	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
26	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
27	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
28	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
29	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2
30	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2
31	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
32	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
33	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
34	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
35	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
36	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
37	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
38	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
39	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
40	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
41	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
42	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
43	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
44	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
45	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
46	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
47	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
48	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
49	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1

VARIABLE GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICO

Variable	GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS																				
Dimensiones	Entorno de la gestión de destinos turísticos						Modelo de gestión de destino turístico														
	Sostenibilidad			Competitividad			Modelo de sistema turístico			Modelo de planificación turística			Modelo de gestión de calidad			Modelo de gestión para lograr sostenibilidad			Modelo de gestión para lograr competitividad		
Indicadores	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
Preguntas																					
Sujetos																					
1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
5	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
6	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
7	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
8	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
9	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
10	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
11	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
12	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
13	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
14	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
15	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2
16	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2
17	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2
18	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2
19	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2
20	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2
21	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
22	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
23	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
24	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1
25	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
26	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
27	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
28	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
29	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
30	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
31	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
32	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
33	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
34	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
35	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
36	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
37	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
38	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
39	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
40	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
41	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
42	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1
43	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1
44	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1
45	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1
46	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1
47	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1
48	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1
49	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
50	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2
51	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1
52	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2