

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA

RAFAEL ENRIQUE GRIEGO BARROS

TESIS

Para obtener el grado de

MAGISTER EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA

RIOHACHA-LA GUAJIRA

2019



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN**

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO
EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA**

RAFAEL ENRIQUE GRIEGO BARROS

TESIS

Para obtener el grado de

MAGISTER EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

IRIS JIMÉNEZ PITRE

DIRECTORA DE LA INVESTIGACIÓN

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA

RIOHACHA-LA GUAJIRA

2019



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



Nota de Aceptación

Firma
Nombre:
Presidente del jurado

Firma
Nombre:
Jurado

Firma
Nombre:
Jurado

Riohacha, _____ de 2019



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



DEDICATORIA

A Dios bendito y poderoso
A mis padres
A mi esposa y mis hijos
A mis hermanos
A mis amigos más cercanos

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme en el camino correcto y hacer su voluntad en la consecución de mis estudios.

A mi esposa Anielka Duarte, a mis hijos Faner Andrés y Salome, por ser mi apoyo incondicional y su comprensión en el tiempo que estuve ausente.

A mi madre que siempre me apoyo con sus oraciones.

A mi padre que siempre me guio con sus consejos y siempre creyó en este proyecto de vida.

A mi directora Iris Jiménez por sus conocimientos y acompañamiento en todo el proceso de este proyecto.

Al personal docente y directivo de la Maestría.

A Sandy Romero y Jaider Quintero por sus asesorías.

A Lorena Gómez y Martha Castrillón por sus aportes al proyecto.

RESUMEN

El proyecto de investigación, tuvo como objetivo: analizar la gestión del conocimiento en las empresas del sector Turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Con este proyecto se analizaron los procesos, los actores que hacen parte del sector turismo, ya que el Turismo se identifica como una de las apuestas y uno de los ejes estratégicos económicos más importantes de nuestro país, Siendo el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha una de las regiones que cuenta con una cantidad insuperable de sitios turísticos. Con esta investigación se analizó la gestión del conocimiento en las diferentes empresas que hacen parte del sector turístico, específicamente: los hoteles, agencias de viajes, sector transporte aéreo y terrestre. Por otra parte, los referentes teóricos de la investigación están dados por: los autores que más aportan a esta investigación en el tema de la gestión del conocimiento son: Colon & Ramírez (2011), Alzate & Gallego (2012), Balmori y Schmelkes (2012), Ortiz (2014), Liberona y Ruiz (2013), Linares, Piñero, Rodríguez & Pérez (2014), Calvopiña, Fierro, Velasco, & Torres (2017). Los autores que aportan a esta investigación en el tema del turismo son: Flores & Gadotti (2011), Panosso & Lohman (2012), Pérez, Vázquez & Álvarez. (2012), Romero (2014), Moscoso (2014), Romero y Terán (2017), Calvopiña, Velasco, Pacheco & Aldaz (2018). El enfoque que tiene esta investigación es Mixto, ya que en la parte cuantitativa se medirán las variables Gestión del conocimiento y Turismo, a través del software SPSS Versión 25 y en la parte cualitativa se medirá la variable turismo teniendo en cuenta documentos de políticas públicas de los programas del sector turismo en el Distrito de Riohacha. Por otra parte, La investigación es de tipo proyectivo, porque se plantea un diagnóstico de la gestión del conocimiento en el sector turístico de Riohacha y finalmente se proponen lineamientos estratégicos para mejorar la gestión del conocimiento. El diseño de esta investigación es no experimental, ya que en esta no se va a modificar las variables de gestión del conocimiento y turismo,

directamente, será una investigación de campo, ya que los datos requeridos se obtendrán directamente en el sitio u objeto de estudio donde se presta del turismo del distrito de Riohacha. Así mismo es transeccional, pues la medición de la variable se hará una única vez. De la misma forma, el estudio se realizará en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha , donde se considera las siguiente población: Población 1: Las personas que trabajan en la dirección de turismo del Distrito de Riohacha, en cabeza de la secretaria de desarrollo económico, Población 2: las personas que trabajan en las agencias de viajes, Población 3: las personas que trabajan en los hoteles y hostales, Población 4: las personas que trabajan en el terminal de transporte Aéreo y terrestre. Para el tamaño de la muestra, se utilizará el censo poblacional, considerando que el tamaño de la muestra es muy pequeño. Se aplicó un cuestionario con alternativas de respuesta tipo Likert, con cinco (5) opciones, las cuales son: (5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) Algunas veces, (2) Casi Nunca, (1) Nunca, para las variables Gestión del conocimiento y Turismo.

Finalmente, se espera como resultado del proyecto, tener una situación clara de cómo se está gestionando la información del sector turístico actualmente en el distrito de Riohacha y partiendo de esto, y de las necesidades de nuestro entorno, proponer lineamientos para gestionar el conocimiento efectivamente.

Palabras Claves: Turismo, Gestión del Conocimiento, Empresas del sector Turismo.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, se denomina: Gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar la economía de la región.

Teniendo en cuenta el auge que tiene la gestión del conocimiento, y el turismo, hoy en día se hace necesario hacer una gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo, del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, con el fin de identificar y analizar los procesos de la gestión del conocimiento que se llevan a cabo por parte de dichas empresas.

Por lo tanto, es necesario desarrollar y gestionar el conocimiento que se tiene, logrando que la información se convierta en acciones que creen valor. Esto requiere no solo la incorporación de plataformas tecnológicas de colaboración, buenos programas de entrenamiento, desarrollo de procesos eficientes o manuales corporativos, sino que además se requiere revisar y realizar cambios de actitudes y cambios culturales que permitan y potencien la adquisición, el aprendizaje y el uso amplio y colaborativo de este conocimiento Liberona y Ruiz (2013).

Por otra parte, la ubicación estratégica que tiene el distrito de Riohacha, hace del Turismo una de las fuentes de riqueza de la región, debido a la diversidad de sitios que posee. Esta actividad requiere que las empresas ligadas al sector, tengan una mejor organización en sus procesos, y esta se puede optimizar a través de la gestión del conocimiento.

Por consiguiente, aplicar la gestión del conocimiento al sector del turismo entrega, un rango de beneficios significativos como permitir crear memorias organizacionales y herramientas de acceso al conocimiento que reduce tiempo de búsqueda y fácil compartición del conocimiento, facilitando el desarrollo e innovación de nuevos productos, además del desarrollo de la habilidad para

aprender, la adquisición y captura de conocimiento tácito (Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres, 2017).

En este orden de ideas, en la región caribe, el Distrito de Riohacha es una de las ciudades más importantes en el sector turístico de Colombia y con muchas cosas por hacer en este campo, debido a su riqueza cultural, riqueza económica y por ende goza de una ubicación estratégica que lo hace uno de los sitios turísticos más visitados por nacionales y extranjeros, Según el Centro de Información Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el año 2016 llegaron al departamento de La Guajira 25.036 visitantes extranjeros no residentes, con un porcentaje de variación del 181,7% con respecto al año 2015.

Por todo lo anterior, se requiere analizar cómo es la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo del distrito, teniendo en cuenta las necesidades de la región, la diversidad de sitios turísticos con los que cuenta la región. De igual manera, se presenta esta investigación de tipo proyectiva, la cual contiene la siguiente estructura: El capítulo I presenta: el planteamiento del problema, Formulación del problema, los objetivos, la Justificación y la delimitación del problema. El capítulo II contiene el marco teórico, donde se muestran los antecedentes de la investigación, los fundamentos teóricos, los diferentes enfoques respecto al análisis y el aporte que ofrece el investigador de este proyecto. El capítulo III identifica la población objetivo, el tipo de estudio, las fuentes de información, el diseño de la investigación, los materiales y equipos, así como las técnicas de análisis y el procedimiento que se llevó a cabo en la investigación. El capítulo IV presenta análisis y discusión de los resultados obtenidos de la investigación.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Adicionalmente, se identifica las referencias de libros, artículos y páginas de autores que exponen sobre los temas de estudios de este proyecto, así como los anexos y apéndices.

Tabla de contenido

1.	EL PROBLEMA	11
	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
	1.1.1 SISTEMATIZACIÓN del PROBLEMA	16
	OBJETIVOS	17
	1.1.2 OBJETIVO GENERAL	17
	1.1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
	1.4 JUSTIFICACIÓN.....	17
	1.5 DELIMITACIÓN	21
2.	MARCO TEÓRICO	22
	2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
	2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	25
	2.2.1 GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	25
	2.2.2 TURISMO.....	32
	2.2.3 Gestión del Conocimiento en el Sector Turismo	41
	2.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	43
3.	METODOLOGÍA	47
	3.1 ENFOQUE	47
	3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	47
	3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
	3.4 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	48
	3.5 POBLACIÓN.....	49
	3.6 MUESTRA	50
	3.7 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	51
	3.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	53
	3.9 Validez y confiabilidad del instrumento.....	55
	3.10 PROCEDIMIENTO	58
4.	RESULTADOS	60
	4.1 Análisis de Resultados.....	60
	4.1.1 Análisis y Discusión de los Resultados	61
5.	CONCLUSIONES	86
6.	RECOMENDACIONES.....	87

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es un área importante para aplicar la gestión del conocimiento, En este orden de ideas, el turismo en otros lugares del mundo, por citar en Ecuador, se desarrolla de acuerdo con la influencia que ejercen sus dos grandes corrientes: la emisiva y la receptiva. La primera se vincula con las agencias de viaje y la segunda con las operadoras de turismo, las cuales realizan las actividades de servicio que se ofrecen en el territorio ecuatoriano a los clientes que arriban al país Calvopiña, Velazco, Pacheco & Aldaz (2018).

En el ámbito nacional, Romero & Terán (2017) describen la actividad de la profesionalización en la gestión turística “permitirá elevar el nivel de calidad de los productos turísticos, pudiendo así satisfacer las necesidades y preferencias de la demanda”. Así mismo, la profesionalización de la actividad turística debe ser un objetivo, pero a la vez una responsabilidad y un compromiso del Estado colombiano. Estos autores manifiestan que en las regiones con alta actividad turística (Bogotá, costa Caribe, Eje Cafetero, San Andrés), “se realizan acciones y proyectos con la cooperación público-privada para consolidar el turismo como motor de crecimiento y convertirlo en un sector de clase mundial”. De igual forma el turismo tanto en la costa Caribe como Bogotá, el Eje Cafetero, San Andrés y otras regiones “cuentan con atributos para ser en uno de los destinos más atractivos de Latinoamérica: su oferta cultural, hotelera y gastronómica, infraestructuras y arquitectura, fortaleza económica y dinámica empresarial, su clima y la calidez de su gente” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010, p. 1).

Por otra parte Según la hipótesis de Cepeda (2016), La actividad turística durante los últimos 14 años en Colombia ha evidenciado un crecimiento significativo, gracias a las diversas políticas de turismo, planes de desarrollo y estrategias que

se han implementado durante los dos últimos gobiernos para promocionar el país y posicionarlo como atractivo ante los ojos de propios y visitantes mediante campañas como “Colombia es pasión”, “Colombia el riesgo es que te quieras quedar”, “Colombia es realismo mágico” y “La respuesta es Colombia”.

En la región caribe, las ideas alrededor de una buena gestión turística en el Caribe colombiano implican la proyección de la iniciativa de innovación alrededor de estos aspectos, que fundamentan iniciativas tales como la diversificación territorial de los flujos turísticos, planeamiento estratégico, cooperación público-privada, profesionalización, redes de cooperación e integración de programas con el Viceministerio de Turismo, que serán abordadas una por una Romero y Terán (2017).

Según el informe socio económico del departamento de la Guajira del año 2017, En el departamento de La Guajira se cuenta con múltiples productos turísticos que aún no se han podido posicionarse a nivel nacional, solamente se destaca la Península de La Guajira y la zona de Dibulla que comprende a Palomino, que ocupan un lugar privilegiado por los recursos con los que cuentan. En la actualidad la actividad turística en el corregimiento Palomino, municipio de Dibulla, se ha consolidado como receptor de turistas, en su mayoría extranjeros, siendo una región que ha encontrado en el turismo una oportunidad para reactivar su economía. La ubicación privilegiada del territorio, al encontrarse en un punto equidistante de atractivos turísticos periféricos como el Parque Tayrona, además de ser paso hacia el Cabo de la vela o Punta Gallinas en la Alta Guajira, considerados en el caribe colombiano como destinos con alta reputación y afluencia de turistas, genera oportunidades para el desarrollo de dinámicas económicas que giran alrededor de la actividad turística en este territorio.

Por lo anterior es importante analizar los destinos turísticos que son más llamativos a los turistas, debido a su posición geográfica o su entorno, con el fin de identificar los aspectos que se deben aplicar e incorporar en esta región del caribe colombiano, con el objetivo de tener una gestión del conocimiento eficiente del

turismo. Así mismo, las empresas a nivel nacional están generando estrategias que permiten generar innovación en los servicios ofertados a los turistas, ya que se identifica a menudo, que las empresas que realizan esto, generan mayor productividad y se posicionan mejor en el mercado.

En este orden de ideas, en la región caribe, el Distrito de Riohacha es una de las ciudades más importantes en el sector turismo de Colombia y con muchas cosas por hacer en este campo, debido a su riqueza cultural, riqueza de recursos naturales y por ende goza de una ubicación estratégica que lo hace uno de los sitios turísticos más visitados por nacionales y extranjeros, diariamente recibe una cantidad considerable de personas que vienen a visitar, a descansar y a conocer una de las culturas más importantes de la humanidad, la cultura wayuu, que ofrece las siguientes posibilidades a los turistas que visitan la región:

- ✓ El Turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha ofrece una cantidad innumerable de sitios turísticos esplendorosos, que poseen una vista natural y cultural indiscutible.
- ✓ Dentro de los atractivos turísticos más importantes se tienen: las playas de Riohacha, el santuario de fauna y flora los flamencos, entre otros.
 - ✓ El Turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha ha tenido un crecimiento muy importante, para citar un ejemplo de ese incremento, entre 2010 y 2016 el flujo de visitantes extranjeros creció 282%, según cifras de Migración Colombia y cálculos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.¹ Por citar otra estadística, comparando el primer cuatrimestre del 2010 con el del 2017, hubo un alza en el número de personas transportadas en un 396%, al pasar de 2.065 en 2010 a 10.256 en lo corrido de este año.²

¹ (<http://www.portafolio.co/economia/la-guajira-le-muestra-su-potencial-turistico-a-empresarios-del-pais-507429>).

² (<http://www.portafolio.co/economia/la-guajira-le-muestra-su-potencial-turistico-a-empresarios-del-pais-507429>).

Sin embargo, el Turismo no se ha explotado efectivamente para alcanzar el umbral esperado para el desarrollo económico de la región, se requiere generar gestiones que permitan generar ventajas competitivas y dinamizar la economía, a partir del Turismo como principal sustento de la región. Bajo esta perspectiva, se hace necesario realizar una adecuada gestión del conocimiento, con el fin de tener información veraz y organizada de la información turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

En la actualidad se puede observar que, al llegar los turistas a la ciudad, no gozan de conocimiento específico acerca de los diferentes sitios, la historia y la cultura de la región, se dispone en principio de pocos guías turísticos que puedan establecer un contacto directo con el turista, desde que la llegada a la capital por medio del transporte aéreo o terrestre. Así mismo se puede observar que en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, las agencias de viaje, los hoteles, las empresas transportadoras y la dirección de Turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, ofrecen al turista servicios de todo tipo de manera desarticulada.

De igual manera el turista llega al Distrito de Riohacha, sin una orientación o una información veraz y eficiente de todos del turismo que se pueden ofrecer en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, esto se ve reflejado o resumido en las siguientes falencias:

- ✓ Al llegar al aeropuerto Almirante Padilla no existe una información organizada ni eficiente del turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Al llegar al terminal terrestre, no existe una información organizada ni eficiente del turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Las agencias de viajes del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha ofrecen información incompleta del turismo que tiene la región.

De igual manera,

- ✓ Los hoteles y hostales del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha ofrecen información incompleta de todos los sitios turísticos que tiene en la región.
- ✓ Las empresas prestadoras de servicio de transporte, carecen de capacitación a sus empleados acerca de del turismo que se tiene en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ No existe capacitación permanente o actualizada de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En síntesis, el municipio se caracteriza por la inexistencia de un sector secundario, se carece prácticamente de cualquier tipo de actividad industrial y ni siquiera puede hablarse de una actividad incipiente, pero con grandes oportunidades para el desarrollo de actividades como el turismo de calidad, manufacturas en gran volumen, explotación de recursos. Plan de Desarrollo “Riohacha incluyente y sostenible 2016-2019”.

Todo lo anterior demuestra que no existe una articulación entre la empresa privada (hoteles, terminales, agencias de viajes, hostales, etc.) y el Estado (Direcciones de Turismo tanto del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha).

De seguir ocurriendo esta situación, generaría como consecuencia la poca afluencia de turistas al Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, la poca dinamización de la economía de la región, así como la afectación al desarrollo y competitividad en el entorno nacional e internacional.

Así mismo, se verá muy afectada la economía de la región, las agencias de viajes, los hoteles, se verán en la necesidad de disminuir la nómina de empleados, el gremio transportador notara una disminución de pasajeros, tanto en el transporte terrestre como en el aéreo, sin dejar de un lado aquellas personas que de una u otra manera sobreviven del turismo, con productos culturales que se ofrecen en la región, como: las mochilas, las manillas, sombreros, bolsos, que son productos

creados por personal de la cultura wayuu, la cual atraviesa en estos momentos muchos problemas en su calidad de vida.

Por todo lo anterior, se requiere desarrollar gestión del conocimiento teniendo en cuenta las necesidades de la región, la diversidad de sitios turísticos con los que cuenta la región, es importante que desde las direcciones de turismo se incentive a los ciudadanos a generar competitividad, a proponer soluciones en pro de la promoción y conocimiento del turismo. En este contexto, se hace indispensable como propósito de esta investigación, analizar la gestión del conocimiento a las empresas del sector turismo que se ofrecen en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, así mismo, teniendo en cuenta los resultados del análisis, proponer lineamientos estratégicos que conlleven a mejorar la gestión del conocimiento y por ende a dinamizar la economía del sector turísticos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantean el siguiente interrogante:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo es la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo, en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

1.2.1 SISTEMATIZACIÓN del PROBLEMA

¿Cómo Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

¿Cómo analizar las políticas en materia de turismo que ofrece el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

¿Cómo mejorar la gestión del conocimiento, en las empresas de turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha?

OBJETIVOS

1.2.2 OBJETIVO GENERAL

Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.

1.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Proponer lineamientos estratégicos aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es importante, porque determinara el estado actual que tienen las empresas relacionadas con el tema del turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, con el fin de identificar y reconocer esta actividad como principal eje dinamizador de la economía y competitividad de la región, así mismo se aplicara una adecuada gestión del conocimiento, con el fin de identificar los puntos y componentes claves y de esta forma organizar los procesos del turismo de la región eficientemente. Este proyecto beneficiara a las empresas dedicadas al turismo en la región, como son: los hoteles, hostales, las agencias de viajes y los comerciantes de los productos diseñados por la cultura wayuu. Por otra parte, beneficiara a la dirección de turismo, tanto del distrito como

del departamento, ya que contarán de la mano con una investigación que le ayudara a llevar de manera eficaz una organización en los procesos relacionados con la gestión del conocimiento a las empresas del sector turismo que residen en la región, mediante los lineamientos definidos para mejorar la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo del Distrito de Riohacha.

Esta investigación va de la mano con una de las apuestas del departamento de la Guajira, el Plan de Desarrollo “Oportunidad para Todos y Propósito de País-2016-2019”, en su apartado H, expone: el desarrollo del turismo con vocación internacional, donde el departamento le apostara a convertir el turismo en el principal eje económico de la región.

Así mismo va de la mano con una de las apuestas del distrito de Riohacha, el plan de desarrollo, “Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019”, el cual nos dice sobre el desarrollo turístico: se orientará el aprovechamiento de la mega biodiversidad ambiental y las potencialidades de los municipios, soportadas en la naturaleza y el ambiente para consolidar el eco y etnoturismo, complementados con mejores condiciones de infraestructura, organización empresarial del sector y seguridad, aprovechando que la comisión regional de competitividad identificó el turismo como la ruta de la competitividad. Se tiene como meta, de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. Por otra parte, como lo afirma Dos Anjos., et al., (2011), Para que la Gestión del conocimiento (GC) produzca efectos prácticos en las empresas turísticas debe estar plenamente amparada por las decisiones y compromisos de la administración en cuanto a las iniciativas necesarias en términos de desarrollo estratégico y organizacional, e inversiones en infraestructura tecnológica y cultura organizacional celebrando el trabajo en conjunto y compartido.

Teniendo en cuenta el crecimiento que ha tenido el turismo, como lo establece el informe socioeconómico del sector turismo, realizado por la cámara de comercio de la guajira (2017), Este sector viene presentando un favorable desempeño

económico en Colombia. Si se compara con los países de la región y el mundo, el turismo colombiano crece por encima de ellos. En los últimos años, la actividad ha avanzado a una tasa promedio del 12%. Según cifras de la Organización Mundial de Turismo, en Colombia durante 2016 el crecimiento del sector fue del 15%. Colombia viene creciendo por encima de la mayoría de los países latinoamericanos. El crecimiento en los últimos años ha sido de más del 10%, versus un 5% de Latinoamérica y un 4% del mundo. Las cifras reportadas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo referencian que entre 2010 y 2015 el número de turistas internacionales creció un 70%; el empleo un 17%; la inversión extranjera un 700%; las divisas un 52. La injerencia del turismo en el PIB se mantiene y viene creciendo más del 2,6%.

De igual manera, cepeda (2016), en su tesis, hace referencia a: en el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 uno de los principales vacíos que afecta la competitividad del sector es, la formación en turismo del recurso humano que se desempeña en este segmento de la economía, según datos consignados en el Ranking de Competitividad de la Industria de los Viajes y el Turismo del Foro Económico Mundial (Mincit, 2014). Actualmente, el 6.1% del PIB del país es aportado por el sector turístico (Radio Santa Fe, 2016).

Bajo este contexto se hace conveniente realizar este proyecto, con el fin de aplicar lineamientos al turismo del distrito de Riohacha, apoyado en la gestión del conocimiento, así mismo, tener la información veraz y organizada de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo del turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha , en términos generales será de gran necesidad realizar la gestión del conocimiento del turismo tanto para el sector privado, como para el sector público de la región.

Esta investigación justifica su desarrollo debido a los beneficios y aportes significativos en aras de aplicar gestión del conocimiento y así, mejorar el capital humano que llevan a cabo los procesos en las entidades públicas, privadas y

personas, relacionadas con el turismo y donde tenga incidencia, y por consiguiente es importante destacar desde diferentes puntos de vista lo siguiente:

Desde el **punto de vista Teórico**, este proyecto de investigación plantea realizar un diagnóstico, identificar, documentar, y analizar todos los aportes que sirvan de base para las variables de estudio, de forma tal que se pueda dar respuesta a la importancia de realizar gestión del conocimiento al turismo en el distrito, así mismo ampliara el espectro existente sobre el tema de gestión de conocimiento. El resultado obtenido en este proyecto de investigación, servirá como base para la realización de otras investigaciones que deseen realizar gestión del conocimiento al turismo en otras regiones del país.

Desde el **aspecto Metodológico**, es destacable, porque la forma o el procedimiento en que se realiza la investigación fue importante para obtener la información necesaria, la identificación y el análisis, así como la determinación de la gestión para el desarrollo del proyecto, el cual podrá ser utilizado, previa adaptación, como base para empresas del sector turismo que deseen aplicar gestión del conocimiento como estrategia para mejorar sus procesos.

Desde el **punto de vista práctico**, Los resultados se refleja en la implementación de los lineamientos estratégicos para la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo, con el fin de generar nuevas estrategias en la implementación de sus procesos.

Desde el **punto de vista social**, Motivar a las empresas públicas y privadas del sector turismo a aplicar una buena gestión del conocimiento con el fin de adaptarse a los cambios que genera el entorno social, ya que podrán contar con información eficiente y organizada del Turismo que ofrece el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

En términos generales teniendo en cuenta que la economía de la región en estos momentos atraviesa una crisis (46,95% Pobreza extrema, tomado de la página del banco de la república), este proyecto genera una salida a la misma, debido a la organización que aplica la gestión del conocimiento al turismo de la región,

coadyuvando al desarrollo y competitividad, generando emprendimiento permanente y dinamizando la economía de la región.

1.5 DELIMITACIÓN

Los datos requeridos para la presente investigación se obtendrán de la dirección de turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, Agencias de viajes, hoteles, hostales, y demás empresas vinculadas al turismo. Poblaciones de acuerdo a las muestras que se obtengan en el desarrollo del proyecto. La investigación se realiza en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha. Los recursos financieros del proyecto serán asumidos por el co-investigador de este proyecto.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los nexos entre conocimiento, información y toma de decisiones en el turismo han sido abordados fundamentalmente a nivel de destinos turísticos, detallándose carencias en el estudio de dichas relaciones en el ámbito de las organizaciones empresariales que interactúan en los propios destinos. El hecho se aprecia en la débil producción científica de artículos académicos que contribuyen a explicar la toma de decisiones y la gestión del conocimiento en entidades del sector, donde aunque se reconoce su importancia, se evidencian enfoques empíricos insuficientes, carencia de modelos, metodologías y visiones poco sistémicas Batista, Velázquez, Díaz & Ronda (2015).

Es importante identificar los diferentes estudios relacionados con el objeto de esta investigación, donde se trabajan las variables de Gestión del conocimiento y del turismo. En este contexto las referencias de los trabajos citados a continuación, guardan estrecha relación con este trabajo de investigación, debido a las orientaciones teórico-conceptuales acerca de la importancia que tienen la gestión del conocimiento y turismo los resultados de los antecedentes se presentan a continuación:

Calvopiña, Velasco, Pacheco & Aldaz (2018), en su estudio, la gestión del conocimiento en la operación turística de Riobamba. Revista Retos turísticos V 17, desarrollado en la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). Establece como objetivo la gestión del conocimiento generada mediante las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en las operadoras de turismo de Riobamba (provincia de Chimborazo, Ecuador). Los métodos empleados fueron la revisión documental y las encuestas, es decir que la metodología aplicada es de tipo mixto. Al final, las operadoras de turismo de Riobamba demostraron que un 75% de ellas no aplicaba estrategias orientadas a aprovechar la gestión del conocimiento para

optimizar el talento humano de la organización. También se comprobó que los recursos humanos eran subutilizados en el 70% de las operadoras, por lo que el aporte de estos no resultaba significativo para la consolidación de la empresa. En cuanto a los procesos se observó la insuficiente aplicación de estrategias de gestión del conocimiento, ya que el aprovechamiento de la misma se ve limitado a un 60%, así como también se refleja en la parte de los servicios prestados por los operadores con un 50% de la misma.

Este estudio constituye un aporte importante para la presente investigación, debido a la aplicación de este sistema como referencia para la aplicación de estrategias de la variable de estudio de la gestión del conocimiento, en las empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito de Riohacha, como lo son las agencias de viajes, los hoteles y hostales, las empresas transportadoras, los guías turísticos. Donde a través de la gestión del conocimiento se genere mayor competitividad y se logre posicionar a la ciudad de Riohacha como uno de los destinos turísticos más importante de Colombia y del mundo, así mismo aplicar un diagnóstico de la gestión del conocimiento tanto en los procesos como en la calidad de los servicios que llevan a cabo estas empresas privadas, así como las entidades públicas vinculadas al tema del turismo en la región.

Ortiz (2014), en su artículo gestión del conocimiento y principales aportes de la Revista Criterio Libre: 265-302, desarrollado en la universidad libre de Colombia. Manifiesta como objetivo que la gestión del conocimiento se ha convertido en un poderoso instrumento para auscultar y desarrollar parámetros en la producción del conocimiento. La metodología aplicada es de tipo mixto, en donde lo cualitativo se fundamenta en los enfoques hermenéutico-interpretativo y lo cuantitativo en el enfoque bibliométrico.

A tal efecto, este artículo apporto al proyecto en la parte del análisis de la gestión del conocimiento del distrito de Riohacha, más exactamente en la aplicación de este tema en las empresas de turismo de la región, como lo son: las agencias de viajes, los hoteles y las empresas transportadoras de la región, así mismo esto

generara puntos clave al conocimiento generado en la investigación. Esta investigación permite realizar gestión del conocimiento al turismo con el fin de establecer estrategias, para que puedan ser aplicado a las empresas públicas y privadas del sector, dedicadas al turismo en el distrito de Riohacha, con el fin de dinamizar la economía de la región.

Romero & Terán (2017), en su estudio: Gestión e innovación del turismo en el Caribe colombiano. Turismo y Sociedad, XXI, pp. 87-106. El cual tiene como objetivo, identificar los destinos turísticos inteligentes, se tratan los aspectos que se deben aplicar y las regiones turísticas en Colombia, los aspectos que se deben aplicar e incorporar en el caribe colombiano para una eficiente gestión e innovación del turismo. Este establece que Las empresas turísticas en general están generando una dinámica orientada a fomentar su capacidad de innovación; se observa así que las organizaciones que incorporan la innovación a sus procesos y adoptan una actitud abierta al cambio se posicionan y compiten mejor en el mercado.

Este artículo plantea para poder lograr el objetivo propuesto, se ha trazado, desarrollar una metodología con un diseño de investigación exploratorio y con un enfoque fundamentalmente cuantitativo. Este estudio es importante, ya que apporto a la presente investigación, lo siguiente: proporciona una gestión acorde a las variable de estudio del turismo del distrito, así como establece lineamientos estratégicos planteado en esta investigación a través de los siguientes aspectos: las redes de cooperación entre los hoteles, las agencias de viajes y los transportadores; las alianzas público privadas, la gestión estratégica y fortalecimiento de del turismo, tanto a las empresas privadas como a las estatales, relacionadas con el turismo, como a las personas propias y turistas que visitan del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Al formular la propuesta de proyecto, es importante identificar cada una de las variables de estudio, así mismo este genera una comprensión y un mejor entendimiento de las mismas. En este contexto los autores ofrecen definiciones que permiten acercar o tener una visión acertada de dichas variables, de igual manera tener un enfoque más específico del contexto en el cual se pueden trabajar. Por esta razón se presentan a continuación las referencias de diferentes autores relacionados con las variables a analizar en este proyecto de investigación.

2.2.1 GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

La gestión del conocimiento es uno de los temas más importantes en la actualidad, ya que ofrece a las organizaciones un plus en el manejo y uso adecuado de que es lo que se tiene y que es lo que me genera nuevos conocimientos que son aprovechados para generar innovación y competitividad en la organización. Con la llegada del siglo XXI, la humanidad se enfrenta a la creciente implantación de la sociedad del conocimiento Linares, Piñero, Rodríguez & Pérez (2014).

Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017), el conocimiento es todo lo que nosotros tenemos que nos ayuda a interpretar el entorno y, como consecuencia, a actuar. El conocimiento se puede dar entonces de dos maneras : tacita y explicita, lo que implica básicamente que el primero es interiorizado por la persona y tiene carácter subjetivo, mientras que el segundo se da estructuradamente, está documentado y es objetivo en la mayoría de los casos.

Hablando de la gestión como tal, expone Ortiz (2014), Desde la perspectiva de la gestión, se ha venido desarrollando un fuerte constructo que marca una tendencia importante en la generación del valor en las organizaciones centrado en lo que se ha definido como un nuevo recurso, el cual es: el conocimiento.

Existe un amplio acuerdo entre investigadores, empresarios y gerentes de que el conocimiento constituye uno de los activos intangibles estratégicos para la

organización. Sin embargo, la sola posesión del conocimiento o su almacenamiento, por muy valioso que sea, no garantiza el lograr grandes ventajas competitivas. Es necesario desarrollar y gestionar el conocimiento que se tiene, logrando que la información se convierta en acciones que creen valor. Esto requiere no solo la incorporación de plataformas tecnológicas de colaboración, buenos programas de entrenamiento, desarrollo de procesos eficientes o manuales corporativos, sino que además se requiere revisar y realizar cambios de actitudes y cambios culturales que permitan y potencien la adquisición, el aprendizaje y el uso amplio y colaborativo de este conocimiento Liberona y Ruiz (2013).

En este mismo contexto la gestión del conocimiento precisa una serie de definiciones, dadas por los autores importantes que se destacan en la materia, los cuales se muestran a continuación: La gestión del conocimiento consiste en optimizar la utilización de este recurso, el conocimiento, en la gestión del conocimiento hay dos procesos fundamentales – cada uno de ellos se subdivide en otros, pero los básicos son dos: uno es la creación de conocimiento y el otro, la transmisión de conocimiento, La gestión del conocimiento proporcionará destacada colaboración y la asociación de trabajo. Con ello se garantizará que las regiones maximicen el valor de sus activos de información y conocimiento y que ayude a sus ciudadanos a usar su creatividad y habilidades mejor, dando lugar a una mayor eficacia y una mayor innovación Alzate & Gallego (2012).

ADQUISICIÓN Y DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO

la gestión del conocimiento, entendida como procesos que tienen que ver con capturar, elaborar, transmitir, almacenar y compartir el saber de una organización, no es una moda, sino que es algo que «ha venido para quedarse» en la Administración, por lo que cuando se habla de gestión del conocimiento, se refiere a la Investigación, Desarrollo e Innovación; todo con el objeto de mejorar a los funcionarios que ofrecen mejores servicios al ciudadano, mejorar el territorio para

que esté más cohesionado, con un desarrollo territorial urbano y rural sostenible, mejorar el bienestar y poder ser económicamente avanzado. Así; se puede hablar de tres vías para la obtención de conocimiento, una interna y dos externas, de la misma manera que en el caso de la empresa privada: la del desarrollo interno de I+D+I, la cooperación; y las redes Calvopiña et al., (2018).

Por otra parte, Colon & Ramírez (2011) describen la gestión del conocimiento es un proceso que se da de manera cíclica. A continuación se presentan los pasos establecidos por estos autores:

a) Identificación del conocimiento: La gestión del conocimiento posee diversas herramientas para identificar el conocimiento: los directorios y las páginas amarillas de expertos, los mapas de conocimiento, las topografías del conocimiento, los mapas de activos del conocimiento, los mapas de fuentes del conocimientos, que se utilizan indistintamente en función de los objetivos propuestos, pero todos con resultados probados en diversos contextos. .

b) Adquisición del conocimiento: Una vez identificado el conocimiento en la organización, este crece y se multiplica en la medida en que se utiliza. Esto exige a las organizaciones que se encuentran en constante proceso de transformación, trabajar intensamente para renovar su conocimiento. Es precisamente por eso, que la gestión del conocimiento no puede considerarse como un proceso aislado en la organización sino alineado con sus estrategias.

c) Desarrollo del conocimiento: Este proceso de creación o desarrollo del conocimiento no es más que un proceso de desarrollo de las competencias y habilidades de los individuos que pertenecen a la organización, es un proceso donde se propicia el establecimiento de un ambiente que favorezca el surgimiento de nuevas ideas para fomentar la innovación y de esta forma, generar soluciones que contribuyan al progreso de la sociedad en general.

d) Distribución del conocimiento (compartir): Es preciso considerar, que el conocimiento se transfiere mediante acciones personales y, por tanto, este proceso puede realizarse desde un centro de distribución del conocimiento hacia

uno o varios grupos específicos de individuos, entre y dentro de los grupos y equipos de trabajo de la organización o entre individuos. Para esto, se soportan en herramientas tecnológicas, crean determinadas plataformas, software que facilitan compartir y distribuir el conocimiento, aunque ello no significa que este último se utilice igualmente por todos los individuos en la organización.

e) Uso del Conocimiento: En el ciclo de los procesos estratégicos de la gestión del conocimiento, el uso del conocimiento se ubica casi al final; sin embargo, esta ubicación es relativa, debido a que los procesos de identificación, adquisición, desarrollo y distribución del conocimiento siempre se encuentran en consonancia con las necesidades de los usuarios. Por eso, es necesario considerar un sistema de gestión de información que facilite información actualizada sobre las necesidades de los usuarios con vistas a lograr una eficiente gestión del conocimiento.

f) La retención del conocimiento: significa conservar la información y los conocimientos utilizados por medio de un sistema de gestión documental que respalde la acción de la organización y que facilite su consulta en el momento necesario. Con ello, se escribe la historia de la organización, su evolución, como una manera más de enfrentar los nuevos cambios y desafíos, que renovada y de manera constante, impone la sociedad moderna a sus instituciones.

ALMACENAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y USO DEL CONOCIMIENTO

El almacenamiento, la actualización y el uso que se le da al conocimiento, deben ser procesos fundamentales dentro de una organización, es por eso que Sandoval (2013), manifiesta que, El objetivo principal del proceso de gestión del conocimiento consiste en mejorar la calidad de las decisiones que se toman en las organizaciones, esto se logra gracias a que se dispone de información fiable y válida que es entregada de manera oportuna y segura. Estos procesos permiten mejorar la eficiencia en las organizaciones debido a la masificación, almacenamiento y utilización del conocimiento en sus procesos productivos y

administrativos, reduciendo la necesidad de redescubrirlo cada vez que se necesitan.

Existen varios modelos que permiten la actualización y uso del conocimiento, estos son citados por Linares et al. (2014), el cual manifiesta: El modelo Nonaka Takeuchi establece como base el conocimiento tácito (subjetivo) aunque aborda el explícito (objetivo). Propone cuatro formas de conversión del conocimiento, una en la que a partir de la interacción de grupos de personas (socialización) el conocimiento se traslada de tácito a tácito. Luego la exteriorización, donde el conocimiento se transforma de tácito a explícito. Mediante la combinación o distribución del conocimiento se genera de explícito a explícito. Tras la interiorización o la asociación del aprendizaje mediante la práctica y la recepción de experiencias, se transforma el conocimiento de explícito a tácito nuevamente.

El modelo de Andersen pretende crear una infraestructura organizativa con el fin de ganar sabiduría que favorezca la invención y el aprendizaje desde una perspectiva individual. Tiene la responsabilidad de compartir y crear procesos y sistemas que permiten la captura, el análisis y la distribución de estas habilidades. En esencia propone que sean implementados dos tipos de herramientas: por un lado el conocimiento empaquetado, que comprende la generalización de buenas prácticas, la utilización de metodologías y herramientas indicadas y la creación de una biblioteca de propuestas e informes Linares et al. (2014).

El modelo KPMG Consulting tiene un enfoque de relación entre la estructura organizativa, la cultura, el liderazgo, los mecanismos de aprendizaje, las actitudes de las personas y la capacidad de trabajo en equipo. Su objetivo es centrarse en los aspectos que definen el aprendizaje y los resultados a corto y largo plazo que estos ofrecen para la organización.

Este mismo autor, establece el modelo por capas, el cual explica que: La primera fase está orientada a elaborar un modelo para la gestión del conocimiento que sea capaz de adquirir el conocimiento tácito y transformarlo en un conocimiento explícito. Una vez transformado el conocimiento se almacenará para quedar

disponible, mediante un sistema informático, para ser utilizado por aquellos tutores que necesiten apoyo en el diseño de un curso online. El modelo que se elaboró da respuesta a los siguientes pilares fundamentales del estudio: La gestión eficaz del conocimiento requiere una sinergia entre los profesionales encargados de generar la información, La gestión del conocimiento requiere de un soporte tecnológico que permita a los profesionales almacenar y administrar el conocimiento y La gestión del conocimiento es un proceso de mejora continua, por lo que se requiere compartir, mantener, reutilizar y actualizar el conocimiento.

Por otra parte como lo explica, Colon & Ramírez (2011), donde explican que dentro del uso del conocimiento, se hace necesario considerar un sistema de gestión de información que facilite información actualizada sobre las necesidades de los usuarios con vistas a lograr una eficiente gestión del conocimiento.

CAPACITACIÓN DEL CONOCIMIENTO

La capacitación es uno de los factores que ayuda a la generación de nuevos conocimientos, catalogando este como principal factor del nuevo paradigma de evolución, generación y conversión del conocimiento, tiene características que hacen que con el uso aumente su producción, pues no se agota al utilizarse y toma valor a partir de las experiencias personales que se agregan, formal o informalmente, a medida que ocurren sus procesos de transformación, que se presentan mediante las cuatro etapas: combinación, interiorización, exteriorización y socialización Godoy, Roldan & Sánchez (2014), los cuales se explican a continuación por este autor:

Combinación. Permite a los equipos de trabajo interinstitucionales compartir el conocimiento al desarrollar proyectos conjuntos coordinados por la red.

Interiorización. Facilita a la red la captura de los conocimientos de cada uno de los actores involucrados en un canal de distribución común que permite circular constantemente a través de la red.

Exteriorización. Articula el canal de conocimiento circundante hacia los nodos de trabajo conjunto y la red, a los cuales también les permite convertir el conocimiento allí resultante de tácito a explícito para documentarlo en la red.

Socialización. Facilita la aplicación de los conocimientos propios de cada actor que permanecen tácitos en los nodos de trabajo, en los cuales se podrá compartir en red.

Como lo expone Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017), una adecuada gestión del conocimiento facilita la innovación, porque siempre se contará con los procesos actualizados, lo que permite incluir cualquier modificación en el menor tiempo posible, aumentando la eficacia y efectividad de los mismos y contribuyendo a que el capital intelectual de las organizaciones se mantenga en constante crecimiento (Alzate Molina, C. A., & Gallego Álvarez, G. A., 2012). Gestión es hacer que las cosas sucedan en cualquier área del conocimiento; sin embargo, cuando se dice gestión del conocimiento se está hablando de creación, transferencia, almacenamiento, aplicación y uso del conocimiento mismo (Balmori, R., & Schmelkes, C., 2012).

La gestión del conocimiento implica tomar a cargo los flujos de información y llevarlos a las personas adecuadamente en concordancia con la capacidad de reacción y rapidez que implica el mercado turístico; debido a lo cual las tecnologías de información y comunicación (TIC), llegan a ser la herramienta apropiada para recolectar, transferir, asegurar y administrar de manera sistemática la información, además de convertirse en los sistemas que permiten perfeccionar el uso del conocimiento Calvopiña et al. (2018).

TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Como lo expone Calvopiña, Velasco, Pacheco & Aldaz (2018), las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se convierten en la herramienta idónea para la recolección, transferencia, la seguridad y la administración sistemática de la información, junto con los sistemas que permiten optimizar el uso del

conocimiento. En este contexto Las nuevas tecnologías ofrecen a la humanidad diferentes aplicaciones que permiten a los usuarios consultar e intercambiar información desde cualquier lugar, solo con tener conexión a internet.

Calvopiña et al. (2018), en su estudio: La gestión del conocimiento en la operación turística de Riobamba. Revista Retos turísticos V 17, desarrollado en la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). Establece como objetivo la gestión del conocimiento generada mediante las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en las operadoras de turismo de Riobamba (provincia de Chimborazo, Ecuador).

La gestión del conocimiento implica tomar a cargo los flujos de información y llevarlos a las personas adecuadamente en concordancia con la capacidad de reacción y rapidez que implica el mercado turístico; debido a lo cual las tecnologías de información y comunicación (TIC), llegan a ser la herramienta apropiada para recolectar, transferir, asegurar y administrar de manera sistemática la información, además de convertirse en los sistemas que permiten perfeccionar el uso del conocimiento Calvopiña et al., (2018).

2.2.2 TURISMO

Como lo expone Calvopiña, Velasco, Pacheco & Aldaz (2018), el turismo es una actividad humana de gran desarrollo, que ejerce su influencia en los ámbitos políticos, económicos, sociales, culturales, tecnológicos, ambientales y éticos del mundo.

El turismo como toda actividad se emplaza dentro de un espacio con connotaciones sociales, culturales y de identidad; en otras palabras hace uso de un territorio construido socialmente. Esta construcción se encuentra definida por el hombre a partir de su acción social intencional sobre la naturaleza. Moscoso (2014).

El turismo debe propender [a] un desarrollo sostenible de la actividad [para que logre] ser más competitivo en relación [con] otros países de la región, esto

únicamente se logra con capacitación, tecnología, recursos financieros y capacidad administrativa en el manejo de programas y proyectos que impulsan el desarrollo del sector. Romero y Terán (2017).

Del turismo se definen como las diferentes actividades que realiza una persona en un sitio turístico, diferente al que reside normalmente, ya sea deporte, recreación, gozo, conocimiento de la cultura, etc.

El establecimiento comercial que presta servicios de distribución de del turismo actuando como intermediario entre el consumidor y las demás prestadoras de servicios turísticos es denominado agencia de viajes.

Las agencias de viaje son empresas comerciales cuya finalidad es realizar viajes. Por consiguiente, son prestadoras de servicios, que informan, organizan y toman todas las medidas necesarias, en nombre de una o más personas que desean viajar. Ofrecen todas las prestaciones de servicios relativas a transporte, hotelería y manifestaciones turísticas de todo tipo, y organizan viajes individuales o colectivos a un precio determinado, sea a través de programas establecidos por ellas mismas, sea por la elección libre de los clientes. Dos Anjos., et al., (2011).

CONCEPTO Y COMPONENTES DE LA OFERTA TURÍSTICA

En su estudio Pérez, Vázquez & Álvarez (2012), según la OMT (Organización Mundial del Turismo) (1998), considera que los componentes del turismo (ver figura Nro. 1) son:

1. El espacio geográfico, es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda, y que ofrece atracciones como clima, paisaje, playas, monumentos históricos, cultura de la población residente, entre otros.
2. La oferta, compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.
3. La demanda, formada por el conjunto de productos, servicios o posibles consumidores de Bienes y Servicios turísticos.

4. Los operadores del mercado, que son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, los tour operadores, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.
5. El espacio turístico es la parte material donde se ejercita el turismo, con su propia localización geográfica y características físicas, localización temporal en relación con los centros emisores y el clima durante la temporada turística. Asimismo, es el destino del viaje, lugar de la estancia, depositario de los recursos turísticos que motivan el viaje que son proyectados en la imaginación idealizada del ocio desde la perspectiva del espacio emisor y contienen los símbolos de la experiencia turística como “mirada turística”, luego determina las actividades turísticas a realizar. También, incluye el conglomerado de consumo que pretende rentabilizarlo para satisfacer las necesidades de supervivencia de los turistas y recibe el impacto del turismo.

La oferta está representado por el “paquete turístico” en aras de la búsqueda de nuevos mercados, las grandes compañías se esfuerzan por alcanzar una mayor cuota de mercado y una mayor concentración, lo que acaba configurando un sector oligopolístico en el que se pueden manipular los flujos origen-destino. Estas compañías funcionan con economías de escala y con productos homogéneos y rígidos que integra los servicios básicos a consumir por el turista. Típico de esa época son los “paquetes turísticos todo incluido” de sol y playa.

La demanda y comportamientos tradicionales han sido superados por nuevas modas y preferencias, y por los nuevos intereses de la población muy móvil, experimentada y sofisticada en cuanto a viajes y ocio. La OMT (1991) reconoce que la nueva demanda se concentra alrededor de la valorización de algunos de los siguientes recursos turísticos: el patrimonio natural, la cultura, el mar y el cuerpo

humano. En fin, se demandan múltiples espacios turísticos diferenciados y diferenciadores que puede ser interpretado como un fenómeno socio-antropológico (González, 2005).

González (2005) explica que los operadores turísticos son los facilitadores de la relación entre el espacio turístico y la oferta y demanda. Desde la perspectiva del modelo turístico de los años 60, los operadores turísticos proliferan -sobre todo en los mercados emisores- al acceder a la conjunción de servicios del aglomerado turístico del destino y ofertar productos turísticos masivos en un mercado con desplazamientos más concentrados en espacio y tiempo. Esos productos turísticos rendían beneficios a través de la reproducción en grandes cantidades de paquetes idénticos, consiguiendo importantes economías de escala y bajos costos unitarios. El mismo autor referenciando a Donaire (1999) y López Marín (2001) considera que el escenario donde se desarrollaba el modelo turístico de los años 90 impacta en los operadores turísticos, entre otras, por las siguientes razones:

- ✓ Los turistas buscan productos turísticos flexibles y diferenciadores en contraste con los productos masificados, implicando un mayor esfuerzo y costo en la gestión de su conformación.
- ✓ Impacto de la TIC, facilitándole al turista obtener información de muchas otras fuentes de información para sustentar sus decisiones de compra, además puede contratar directa servicios deseados con los prestarios en el destino, obviando la función intermediaria del operador turístico
- ✓ Mercado turístico competitivo y globalizado, incrementando la competencia entre los operadores turísticos donde se hace más difícil generar productos competitivos.
- ✓ Entorno turístico cambiante, recurriendo a empresas posicionadas en el servicio en vez de crear esa capacidad, debido a que una vez creada quizás ya no sea tan relevante para el éxito de la empresa.

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO

Según Panosso & Lohman (2012), Existen 6 Elementos del sistema Turístico, los cuales se describen a continuación:

1. Atractivos turísticos: Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

2. Superestructura: Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión. En la Guajira existen por ej.: Dirección de Turismo del Departamento, Dirección de Turismo del Distrito de Riohacha, la Cámara de Comercio de la Guajira.
3. Infraestructura: Definida por el diccionario de la Real Academia Española como el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera. En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico. Son 3 tipos de infraestructura: (1) marítima, (2) terrestre y (3) aérea.
4. Servicios: En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al

momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista pero son necesarios.

5. La demanda (turistas): Ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora.
6. La comunidad receptora: Se trata de los residentes locales que de manera directa (como los prestadores de servicios turísticos) o de manera indirecta (población en general o recurso humano de diversas empresas) tienen contacto con la comunidad turística.

FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA

En este orden, Romero (2014), define que es fundamental identificar los factores que determinan la demanda turística de una región, donde se encuentran: los factores económicos, factores motivacionales, factores demográficos, factores geopolíticos y factores de mercado. De igual modo este autor manifiesta que: los Factores económicos son los más determinantes a la hora de tomar decisiones sobre la demanda de servicios y productos turísticos, A mayor nivel de renta, existen más posibilidades de que esa demanda aumente. Existe una relación directa entre el precio de un servicio o producto turístico y la cantidad demandada en un sentido inverso, es decir, cuanto mayor sea el precio, menor será la cantidad que se demande del servicio o producto en cuestión.

Los factores Motivacionales: es fundamental tener en cuenta tanto el comportamiento del consumidor como el proceso de decisiones del mismo, que conllevan a su vez al estudio de los aspectos subjetivos del proceso de compra de quien demanda un servicio o producto turístico y a sus necesidades. Las

motivaciones del turista pueden adivinarse teniendo en cuenta la salud, el deseo de conocer otras culturas, la necesidad social de cambio de actividad y rutina, el estatus y prestigio, la diversión y el esparcimiento. Los factores demográficos: son aquellos que están directamente relacionados con la edad del individuo y su deseo de viajar. Por tanto, es interesante saber las características de una población y su forma de relacionarse. Los factores geopolíticos atienden a conflictos relacionados con la organización social, los valores, los símbolos, las creencias y las costumbres en el proceso de sus transformaciones culturales dentro del territorio, a su riqueza humana y ecológica y cómo afectan a la promoción y desarrollo del turismo. Entre los factores de mercado se encuentran los factores relativos a la comercialización del producto afectada por la gestión del conocimiento del producto en sí, la comunicación y publicidad que se le ha asignado, la presencia del canal de distribución, las tecnologías disponibles y la competencia. También afectan los concernientes a la producción y se relacionan con las infraestructuras y los servicios complementarios, la zona euro y el sistema monetario, los controles sanitarios, además de con los factores que se han estudiado anteriormente, como por ejemplo la situación sociopolítica del destino, la seguridad y el riesgo de las personas durante el viaje.

Estos factores son importantes y determinan en gran parte la concurrencia del grado de turistas que visitan una región.

ACTORES DEL TURISMO

De igual manera es importante identificar la notabilidad que tiene el turismo en las regiones, como lo explica, Romero & Terán (2017), la relevancia que está adquiriendo el desarrollo del turismo en todas las regiones del país requiere que las instituciones que soportan las actividades propias del turismo tengan conocimiento de un segundo idioma, posean las habilidades y competencias para desempeñar sus labores de acuerdo con estándares de calidad y estén familiarizadas con los conceptos de atención al cliente, así como el dominio de los

elementos de información en cultura general colombiana y otros conceptos que permitirán el fomento de una cultura turística.

Los actores que intervienen en el turismo son empresas o personas que están relacionada directamente con el turismo.

Según Jiménez & Jiménez (2013), los Actores de la planificación turística son:

El mercado (empresario): se refiere a la organización del mercado a través de los diferentes tipos de empresarios, como agentes de viaje, hoteleros, transportadores (los cuales tienen las mismas responsabilidades respecto de la estructura del producto y del contacto del turista con los demás prestadores), el director y planificador; este último es el que está más introducido en el campo: tiene capacidad prospectiva, tiene la responsabilidad de la empresa y colabora con las labores promocionales (esto se observa mayormente en provincias).

El Estado: es actor que antes tenía el papel principal en la planificación y que hoy, con la descentralización administrativa, ha cedido parte de su protagonismo a lo región y local, así como a la empresa privada o mixta. Su actuación se ejerce a tres niveles: nacional (ministerios), regional y local. El nivel local es el que tiene mayor oportunidad para crecer porque es el encargado de reevaluar o eliminar obstáculos, suministrar recursos y ser facilitadores (ellos manejan su territorio propio).

Comunidad de tránsito y comunidad del lugar: la primera corresponde a las comunidades por donde se desplazan los turistas hacia el destino y la segunda, a los residentes del destino o receptoras. Tanto unas como otras deben ser involucradas efectivamente en el proceso planificador.

ONG: nacionales o internacionales, las cuales han hecho sentir su presencia por lo que han logrado transmitir al poblador del destino ().

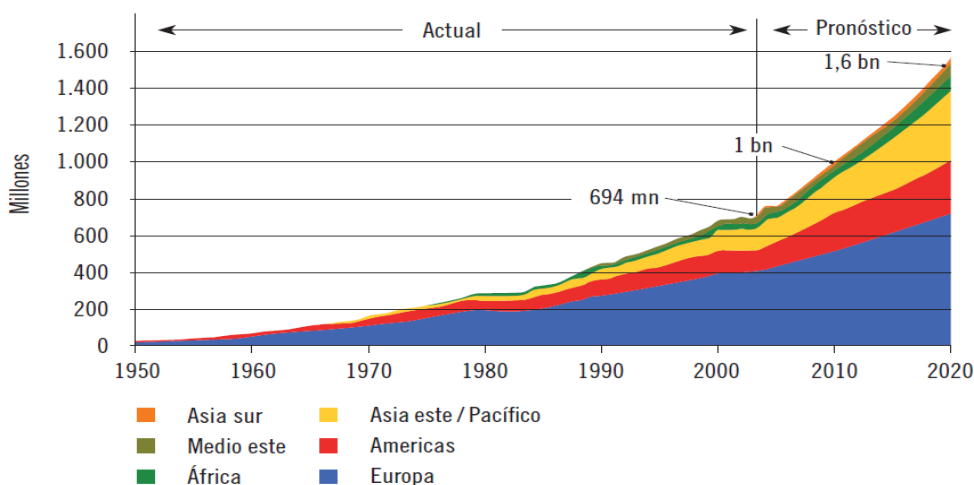
Por otra parte, en definitiva; el turismo es una forma de vida del ser humano; el turismo es una expresión cultural. El turismo es la cultura del viaje humano. La cultura es la seña de identidad del hombre como especie diferenciada; con una

realidad y un concepto previo, base de todo el desarrollo cultural que es el lenguaje; sin él no crece ni se desarrolla la cultura Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017).

Por consiguiente, Romero (2014), manifiesta que, según las estadísticas arrojadas por la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecen y se consolida la tendencia al alza, manteniéndose así sus previsiones en el total de llegadas internacionales. La OMT pronostica un crecimiento continuado del turismo internacional hasta el año 2020 con valor de hasta el 4% de ritmo de crecimiento anual. A continuación, se muestra una gráfica que muestra la demanda turística desde los años 50 hasta previsiones hechas hasta el año 2020, según la OMT.

Grafico 1.

Demanda Turística desde los años 50, hasta 2020.



Pronóstico de demanda de llegadas internacionales hasta alcanzar cerca de 1600 millones = [1,6 bn en inglés] para el año 2020. Fuente: OMT

Nota. 694 mn = 694 millones de viajeros

<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

Fuente: Romero 2014.

Según Tourism Towards 2030 (El Turismo hacia 2030), un estudio de la OMT recientemente actualizado sobre previsiones a largo plazo y análisis de tendencias futuras del turismo, se calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerá un 3,3% al año de media entre 2010 y 2030.

Este porcentaje representa alrededor de 43 millones más de llegadas de turistas internacionales cada año, lo cual llevaría a alcanzar un total de 1.800 millones de llegadas en 2030.

2.2.3 GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR TURISMO

“El turismo en Colombia se ha convertido en el tercer renglón de la economía en exportaciones y el primero del sector servicios” (Mincit, 2014). Para poder mantener el crecimiento de la llamada industria sin chimeneas, es importante tener en cuenta que el sector turístico a nivel global se ha ido transformando, ya que las personas que toman la decisión de viajar y conocer otros lugares buscan experiencias significativas, las cuales se pueden generar a partir de los diversos actores que intervienen en los procesos de la actividad turística. Cepeda (2016). Así mismo este autor manifiesta que: De acuerdo a lo planteado en las diversas políticas de turismo se ha podido identificar que una de las falencias de la actividad turística es el poco personal calificado para el desarrollo de dicho sector, de ahí que se vea la importancia de implementar estrategias que permitan la gestión del conocimiento para el recurso humano. A partir de esto, se puede plantear que si la gestión del conocimiento se ha considerado un pilar para la competitividad, dicho aspecto puede determinar el crecimiento del sector turístico en Colombia.

La Gestión del conocimiento (GC) contribuye mostrando la importancia de la creación, almacenamiento y transferencia del conocimiento, a fin de obtener innovación y ventajas competitivas (Tabla 1). De esta manera, colabora con las prácticas de la GC y la importancia de mantener el staff de empleados; Asegurando su conocimiento del consumidor/cliente y permitiendo el uso del conocimiento para entender el mercado y el ámbito del turismo.

Cuadro 1.

Contribuciones de la GC a las empresas turísticas.

Autor/año	Contribuciones
Formica e Xiang, 2007	El artículo presenta implicaciones para la gestión del conocimiento y la gestión estratégica para incentivar a las empresas turísticas, debido a los desafíos y las rápidos cambios en el ámbito en el cual actúan estas empresas amenazas provocadas por los rápidos cambios en el ámbito en el cual actúan estas empresas.
Yang e Wan, 2004	El artículo se propone identificar las prácticas de gestión del conocimiento que son implementadas en los hoteles, la forma en que se llevan a cabo y los desafíos que enfrentan. Los resultados se centran en el hecho de que las prácticas de gestión del conocimiento pueden beneficiar a los hoteles, implementando programas y con el apoyo cultural para la adquisición, difusión y retención del conocimiento
Yang, 2004	Las mejores prácticas de aprendizaje organizacional son las que son identificadas por los individuos y aplicadas apropiadamente y de forma útil a la información; para luego, a través del proceso de aprendizaje colectivo, evaluar esta información y convertirla en conocimiento organizacional. La obtención del aprendizaje conforma un flujo continuo
Yang, 2008	El artículo muestra que a pesar de que existan actitudes individuales para compartir y almacenar el aprendizaje, cuando se relaciona con la difusión del conocimiento la respuesta es moderada. Esto marca la necesidad de los gestores de adoptar prácticas que estimulen que se comparta el aprendizaje individual y organizacional.

Fuente: Dos Anjos., et al., (2011).

Teniendo en cuenta el orden de las contribuciones de los autores del cuadro anterior, se deben considerar los siguientes aspectos:

1. Teniendo en cuenta las amenazas que se presentan en el sector turismo, debido a los repentinos cambios y la dinámica que existe hoy en día el tema del turismo, se debe generar por parte de los gerentes de las empresas turísticas las oportunidades de capacitación y aprendizaje que ofrece el estado con el fin de crear nuevos conocimiento que conlleven a nuevas

estrategias que permitan dinamizar la economía del distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

2. Tener en cuenta la falta de información explícita del turismo en los hoteles, hostales y agencias de viajes, se hace necesario la adquisición y difusión de nuevos conocimientos, con el fin de generar valor y calidad en la prestación del servicio a los turistas que visitan el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
3. Teniendo en cuenta lo que dice Calvopiña et al., (2017): uno de los pilares básicos para definir proyectos de gestión del conocimiento. Es importante crear en las empresas de turismo del distrito una cultura organizacional que permita generar diferentes estrategias en sus procesos, procedimientos y metodologías.
4. Es importante identificar el conocimiento, esto hace que la gestión del conocimiento se aplique de manera correcta mediante la actualización de nuevos conocimientos que permitan generar un aprendizaje y así se genere calidad en el capital humano de las empresas dedicadas al turismo en el Distrito.

2.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Definición Nominal de la Variable:

Gestión del conocimiento.

Turismo

Definición Conceptual:

Gestión del conocimiento: es la infraestructura organizacional orientada a implementar procesos y procedimientos que al actuar sobre bases de datos, información y conocimientos estructurados respecto de la problemática de innovación de los usuarios favorece la utilización del capital intelectual de la organización con la finalidad de generar productos y servicios que contribuyan al

impulso de la competitividad empresarial. Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017).

Turismo: El turismo es la ciencia social con desarrollo trascendente e injerencia política, económica, social, cultural, tecnológica, ambiental y ética en el mundo actualmente; se trata de una tendencia global que implica el conocimiento y reconocimiento de valores humanos, naturales y culturales con implicaciones de interculturalidad, dinamización de la economía y distribución de la riqueza, entre otros asuntos inter-relacionados. Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017).

Definición Operacional: la variable Gestión del conocimiento, se medirá a través de las siguientes dimensiones:

Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento en las empresas relacionadas con el turismo en el Distrito de Riohacha. Esta se medirá a través de las siguientes Sub dimensiones e indicadores presentados en la Tabla 1.

Definición Operacional: La variable turismo, se medirá a través de las siguientes dimensiones:

Componentes de la oferta turística. Esta se medirá a través de las siguientes Sub dimensiones e indicadores presentados en la Tabla 1.

Analizar políticas públicas establecidas por el sector turismo. Esta se analizara a través de referencias bibliográficas.

Lineamientos estratégicos para la Gestión del Conocimiento del turismo en el Distrito de Riohacha. Esta se medirá a través de las siguientes dimensiones e indicadores presentados en el cuadro 2.

Cuadro 2.

Operacionalización De Variables

Objetivo General: *Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.*

Objetivos Específicos	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento	Adquisición y Difusión del conocimiento
			Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento
			Recursos y herramientas tecnológicas
			Capacitación y entrenamiento
Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	TURISMO	Componentes que intervienen en la oferta turística.	Elementos del sistema turístico
			Factores que determinan la demanda turística
			Actores del turismo
Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	TURISMO	Políticas públicas en relación a los programas del sector turismo	Revisión Bibliográfica
Proponer lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	TURISMO	Lineamientos para la gestión del conocimiento del turismo.	Este objetivo se alcanza una vez se logren los objetivos anteriores.

Fuente: Elaboración Propia

Matriz Documental de Políticas Publicas

Objetivo	Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.		
Políticas Publicas	Programas	Objetivo	Plan de desarrollo
	Riohacha Turismo Sostenible y Competitivo	Fomentar el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística, mediante el aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, el fortalecimiento productivo de comunidades étnicas y la innovación de los productos y servicios de la cadena de valor turística que se ofertan en el Distrito de Riohacha.	"Riohacha incluyente y sostenible 2016-2019".
	Riohacha turismo incluyente, conectividad, competitividad.	Mejorar la conectividad para el turismo del Distrito a nivel regional, nacional e internacional a través de la ampliación de rutas y/o frecuencias aéreas, calidad en el servicio de transporte turístico y gestión en el ámbito marítimo.	Riohacha incluyente y sostenible 2016-2019".
	Visita a Riohacha ciudad promesa - promoción	Fortalecer la promoción del Distrito como destino turístico, resaltando sus atractivos y aumentando la demanda a nivel regional, nacional e internacional, implementando mecanismos que promuevan la gestión eficiente y la participación del sector privado.	Riohacha incluyente y sostenible 2016-2019".
	Turismo somos todos: articulación institucional.	Mejorar la articulación intersectorial e institucional con la participación del sector privado, para desarrollar mecanismos que promuevan la gestión eficiente del turismo en el Distrito de Riohacha	Riohacha incluyente y sostenible 2016-2019.

3. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación, se requiere implementar una metodología acorde al proyecto, mediante el uso de técnicas e instrumentos que permitan llegar a cumplir con lo propuesto. Así mismo se realizará el tipo y diseño de la investigación, población, técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de análisis de la información.

La investigación: La gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha , tiene un enfoque Mixto, Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio Sampieri, Fernández, & Baptista (2014).

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo proyectiva, ya que se ocupa de cómo deben ser las cosas, para alcanzar unos fines y funcionar adecuadamente, Duarte & González (2015).

Bajo este concepto, se puede afirmar que este tipo de investigación es aplicable al proyecto de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito de Riohacha, ya que en sus objetivos se plantea una situación diagnóstica, se identifican los procesos, políticas y componentes de la oferta turística, y luego se plantea modificar esto, a través de unos lineamientos estratégicos aplicados a la gestión del conocimiento del turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, donde se apliquen redes de cooperación, alianzas público-privadas, gestión estratégica y capacitación permanente con las empresas vinculadas al sector turismo.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de esta investigación es no experimental, ya que en esta no se va a modificar las variables de gestión del conocimiento y turismo, directamente. La investigación no experimental, como afirma Hernández, Fernández & Baptista (2014). Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que puede variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009b).

Por consiguiente, será una investigación de tipo transeccional, por que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado Hernández, Fernández & Baptista (2014).

Por otro lado será una investigación de campo, ya que los datos requeridos se obtendrán directamente en el sitio u objeto de estudio donde se presta el turismo, como lo es, el distrito de Riohacha. Esto permitirá que la respuesta al diagnóstico y situación actual de la información.

3.4 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El procedimiento para establecer la investigación propuesta y cumplir con los objetivos, se logró en cinco etapas, de la siguiente manera:

1. Se definió el problema, donde de hace el planteamiento del mismo, la formulación los objetivos y la justificación y la delimitación.
2. Marco teórico: se realizó una revisión bibliográfica de las variables de estudio: gestión del conocimiento y el turismo en el distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, lo cual conlleva a obtener los antecedentes de la investigación, los fundamentos teóricos y el sistema de variables.

3. Se definió la metodología a aplicar en la investigación, mediante: el enfoque, la metodología a aplicar, el tipo de investigación, la técnica y elaboración del instrumento de recolección de la información, mediante una encuesta, y la metodología implementada para el procesamiento y análisis de los datos.
4. Se aplicó el instrumento de recolección de los datos a: personal adscrito a las empresas públicas y privadas del sector turismo en del distrito de Riohacha con el fin de identificar las necesidades de dichas empresas en la aplicación de la gestión del conocimiento.
5. Por último se hará un análisis de los datos obtenidos y la interpretación de los resultados, así como las conclusiones y las recomendaciones que se establecerán para generar los lineamientos estratégicos que deben aplicar las empresas del sector turístico del distrito, en relación con los objetivos planteados en esta investigación.

3.5 POBLACIÓN

Según Hernández, Fernández y Baptista (2017), señalan que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. El estudio se realizará en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. El estudio considera la siguiente población:

Población 1: Los funcionarios de mayor rango que trabajan la Secretaria de desarrollo Económico del Distrito de Riohacha, más específicamente, en la dirección de turismo y dirección de TIC.

Población 2: los gerentes y asistentes de las agencias de viajes.

Población 3: los gerentes y secretarías que trabajan en los hoteles y hostales.

Población 4: los gerentes de las empresas de transporte Aéreo y terrestre, ubicadas en las terminales.

Luego se hizo una distribución proporcional de cada una y de acuerdo a las principales poblaciones con base en el tamaño de cada una. Después de haber hecho la distribución se utilizó el método del Muestreo aleatorio simple. Como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 3.

Población

Población	Discriminación	Número	%
Secretaria de desarrollo económico del Distrito de Riohacha	Dirección de Turismo	2	4%
	Dirección de TIC	2	
Agencias de viajes	Agencias de Viajes	17	15%
	Empresas de Tours	6	5%
Hoteles y Hostales	Hoteles	60	54%
	Hostales	14	13%
Terminal	Aérea	4	4%
	Terrestre	5	5%
Total		110	100%

Fuente: elaboración propia. Con datos suministrados por la Cámara de Comercio de la Guajira.

3.6 MUESTRA

Censo Poblacional 1: Los funcionarios de mayor rango que trabajan la Secretaria de desarrollo Económico del Distrito de Riohacha, más específicamente, en la dirección de turismo y dirección de TIC, y la dirección de cultura del Distrito de Riohacha, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: $n_1 = 4$.

Censo Poblacional 2: los gerentes de las agencias de viajes, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: $n_2 = 23$

Censo Poblacional 3: la población son: los gerentes y las secretarias de las personas que trabajan en los hoteles y hostales, Aguilar (2005) dice: Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y se desea saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula:

Dónde:

N= Tamaño de la población: 74

$Z^2\alpha$ = constante (1,96², si la seguridad es del 95%)

p= proporción esperada.5%

q=1-p (en este caso 1-0.05 = 0.95).

d= precisión (en este caso usare el 5%)

Al remplazar en la fórmula:

$$n = \frac{74 * 1,96^2 * 5\% * 95\%}{(5\%^2) * (74 - 1) + (1,96^2) * 5\% * 95\%} = 37$$

n=37 Hoteles y Hostales.

Censo poblacional 4: los gerentes de las empresas de transporte Aéreo y terrestre, ubicadas en las terminales, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: n4= 9.

3.7 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de datos es la forma como se va a recoger la información de las variables del objeto de estudio, como afirma Hernández, Fernández & Baptista (2014). La recolección se basa en instrumentos estandarizados. Es uniforme para todos los casos. Los datos se obtienen por observación, medición y documentación. Las técnicas de recolección de datos permiten la obtención de la información teniendo en cuenta el objeto de estudio, su entorno, su cultura, etc.

En este proyecto se tuvo en cuenta, dos fuentes para la recolección de la información:

- ✓ **Fuente Primaria:** La recolección de la información se realizará a través de cuestionario aplicados a la Dirección de Turismo del Distrito de Riohacha, cuestionario aplicados a las agencias de viajes, cuestionario aplicado a los propietarios de los hoteles más reconocidos, cuestionario a los guías turísticos, así como cuestionarios dirigidos a los actores que intervienen en el proceso de del turismo del distrito de Riohacha, con el fin de identificar como se está llevando a cabo la información y los procesos de del turismo en la ciudad.
- ✓ **Fuente Secundaria:** los datos se obtendrán de tesis y artículos relacionados con la gestión del conocimiento y el Turismo en Colombia y a nivel internacional.

Así mismo en este proyecto se utilizó la técnica de recolección de datos de análisis de contenido, Según tinto (2013), El análisis de contenido es descrito como un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. Bardin (2002) La definición planteada por Laurence Bardin (1996 2^ae p. 32) es quizás una de las más completas al definirlo como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”, para esta investigación se hizo un análisis de la importancia del turismo, teniendo en cuenta el documento del plan de desarrollo 2016-2019 del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha y el plan de desarrollo 2016-2019 del Departamento de la Guajira, con el fin de complementar la información obtenida en las encuestas, con respecto a la variable Turismo.

3.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Los instrumentos sirven para medir las variables que intervienen en el proceso de una investigación. En esta investigación los instrumentos utilizados son los siguientes:

- ✓ Cuestionario, aplicado a la Dirección de Turismo y dirección de cultura del Distrito de Riohacha.
- ✓ Cuestionario, aplicado a las agencias de viajes.
- ✓ Cuestionario, aplicado a los hoteles y hostales.

En el presente proyecto de investigación se utilizara un (1) cuestionario para las variables Gestión del conocimiento y Turismo.

El instrumento que se aplicó para medir las variables gestión del conocimiento y Turismo, fue un cuestionario tipo encuesta, el cual según Hernández, Fernández y Baptista (2011): "consiste en un conjunto de preguntas de una o más variables a medir". Dicho cuestionario está conformado por un total de 42 preguntas, de las cuales veinte una (21) medirán la variable Gestión del Conocimiento y las otra veinte una (21) medirán la variable turismo. Estos ítems provienen de las variables en mención de este proyecto, así como sus dimensiones e indicadores, organizado con preguntas cerradas, con cinco (5) alternativas tipo Likert: con cinco (5) opciones de respuestas, las cuales son: Siempre (S), Casi siempre (CS), Algunas veces (AV), Casi Nunca (CN), Nunca (N), teniendo en cuenta la puntuación que se le da a cada opción así: (5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) Algunas veces, (2) Casi Nunca, (1) Nunca. el cual se muestra en el siguiente cuadro 4:

Cuadro 4.

Instrumento De Recolección De Datos

OBJETIVO GENERAL	Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha para dinamizar el Turismo y el desarrollo económico de la región			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento.	Adquisición y Difusión del conocimiento	1,2,3,4,5,6
			Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento	7,8,9,10,11,12,13, 14
			Recursos y herramientas tecnológicas	15,16,17,18
			Capacitación y entrenamiento	19,20,21
Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	TURISMO	Componentes que intervienen en la oferta turística.	Elementos del sistema turístico	22,23,24,25,26,27,28
			Factores que determinan la demanda turística	29,30,31,32,33,34,35
			Actores del turismo	36,37,38,39,40,41,42
Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha	TURISMO	políticas establecidas públicas en relación a los programas del sector turismo	Revisión Bibliográfica	
Proponer lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.		Lineamientos para la gestión del conocimiento del turismo.	Este objetivo se alcanza una vez se logren los objetivos anteriores.	

3.9 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Toda medición o instrumento de recolección de datos, debe reunir tres requisitos esenciales: Confiabilidad, Validez y Objetividad. (Hernández et al, 2014). Estos autores definen:

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.

La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir.

La objetividad se refiere al grado en que este es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador.

Teniendo en cuenta la validez del instrumento de esta investigación, este fue sometido a un proceso de validación, a través de los juicios de expertos, en este caso fue revisada por dos (2) expertos, para lo cual se realizó un instrumento de validación de contenido, donde estos realizaron una evaluación rigurosa de los ítems que contenía cada una de las variables objeto de estudio de este proyecto. (Ver Anexo A).

Teniendo en cuenta las sugerencias que emitieron los expertos, se corrigieron algunas preguntas y se adicionaron otras, con el fin de darle el punto final a un instrumento que permitiera alcanzar los objetivos planteados, teniendo en cuenta las dimensiones, los indicadores y el ítem correspondientes. (Ver anexo B). Ya corroborada la validez del instrumento, se procedió a evaluar la confiabilidad del mismo.

Como lo expresa Hernández et al, 2014: la confiabilidad varía de acuerdo con el número de indicadores específicos o ítems, que incluya el instrumento de medición. Cuanto más ítems haya, mayor tendera a ser esta, lo cual resulta lógico. En este orden de ideas, se aplicó el coeficiente de Alpha Cronbach, que es el método indicado cuando el cuestionario a aplicar contiene varias alternativas de respuesta, utilizando la herramienta SPSS versión 25, donde realizaron los cálculos, a través del análisis de fiabilidad, a través de la siguiente ecuación:

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Donde:

r_{tt} = Coeficiente Alfa de Cronbach

K = Número total de ítems del cuestionario

$\sum S_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de cada ítem

S_t^2 = Varianza de puntuaciones totales

Con este procedimiento se obtuvo un nivel de confiabilidad así:

Analizando en términos generales, se puede concluir que este proyecto es altamente confiable, ya que el cálculo del Alfa de Cronbach, dio como resultado $\infty=0,893$ (Ver Anexo C).

Para la variable gestión del conocimiento, $\infty=0,916$, como se muestra, lo cual corrobora que el instrumento en esta variable es altamente confiable, según los criterios definidos en el cuadro 5.

Para la variable Turismo, $\infty=0,869$, lo cual corrobora que el instrumento en esta variables es altamente confiable (ver Anexo C), según los criterios definidos en el cuadro 5.

Cuadro 5.

Confiabilidad de las variables

Variable	Confiabilidad	Variable	Confiabilidad
Gestión del Conocimiento	$\infty=0,916$	Turismo	$\infty=0,869$

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 6.

Interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad de un instrumento.

RANGO	CONFIABILIDAD
0,81-1	Muy Alta
061-080	Alta
041-060	Media
0,21-040	Baja
0-0,20	Muy Baja

Fuente: Corral (2009)

El cuadro 7 muestra la categoría de análisis para la interpretación de los datos obtenidos en el presente proyecto, tal como lo especifica a continuación:

Categoría de análisis para la interpretación de la media.

Cuadro 7.

Categoría de análisis para la interpretación de la media.

RANGO	INTERVALO	CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN
1	$4.21 < \bar{x} \leq 5$	Muy Alta	Indica que el objeto de estudio tiene un nivel muy alto.
2	$3.40 < \bar{x} \leq 4.20$	alta	Indica que el objeto de estudio tiene un alto nivel de frecuencia.
3	$2.61 < \bar{x} \leq 3.40$	moderada	Indica que el objeto de estudio tiene un nivel moderado.
4	$1.81 < \bar{x} \leq 2.60$	Baja	Indica que el que el objeto de estudio tiene un nivel Bajo
5	$1 < \bar{x} \leq 1.80$	Muy Baja	Indica que el objeto de estudio tiene un nivel Muy Bajo

Fuente: Griego (2019).

El cuadro 8 muestra la categoría de análisis para la interpretación de los datos obtenidos en el presente proyecto, tal como lo especifica a continuación:

Cuadro 8.

Categoría de análisis para la desviación estándar

Rango	Intervalo	Categoría
1	$3,00 < DE \leq 3.99$	Alta dispersión
2	$2.00 < DE \leq 2,99$	Moderada dispersión
3	$1.00 < DE \leq 1.99$	Baja dispersión
4	$0,00 \leq DE \leq 0,99$	Muy baja dispersión

Fuente: Elaboración Propia.

3.10 PROCEDIMIENTO

El procedimiento aplicado por el autor de este proyecto fue el siguiente:

1. Planteamiento del problema: se consultó sobre temas de interés por parte del autor del proyecto, dando lugar a la revisión documental, para construir el planteamiento del problema, así como la formulación del problema, sistematización del problema, objetivos, objetivo general, objetivos específicos, justificación, delimitación.
2. Marco teórico: teniendo en cuenta los antecedentes y el planteamiento del problema, y después de aprobado los objetivos y al justificación, se procedió a la indagación de los referentes bibliográficos, para generar los antecedentes de la investigación, así como de la fundamentación teórica de las variables gestión del conocimiento y la variable turismo, y la gestión del conocimiento en el turismo, identificación de las variables, definición operacional, tabla de operacionalización de las variables de estudio.
3. metodología: teniendo en cuenta las teorías, se procedió a realizar el enfoque, tipo de investigación, diseño de la investigación, procedimiento de la investigación, población objeto de estudio, la muestra, técnicas de recolección de la información, instrumento de recolección de la información que se muestra a través de la tabla de instrumento de recolección de datos.
4. La validez y confiabilidad del instrumento: con el fin de tener un instrumento válido y confiable, este fue sometido a verificación de dos (2) expertos en la materia, después de realizada las correcciones del mismo se procedió a su aprobación y luego a calcular la confiabilidad (coeficiente de Cronbach) de cada una de las variables que forman la investigación, donde este arrojó como resultado una excelente confiabilidad.
5. Resultados: ya contando con la verificación y confiabilidad del instrumento, se procedió a la aplicación de recolección de la información, mediante la encuesta realizada a los actores que intervienen en el sector turismo del distrito especial, Turístico y Cultural de Riohacha.



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



6. El análisis y discusión de los resultados: teniendo las encuestas ya realizadas, se procedió a realizar el análisis en la herramienta SPSS Versión 25, utilizando las formulas de la media y la desviación estándar, donde se elaboraron unas tablas correspondientes a cada uno de los indicadores relacionados en la tabla de operacionalización de las variables.
7. Desarrollo de lineamientos estratégicos, basados en el análisis de las encuestas y en las políticas establecidas por la alcaldía distrital de Riohacha.
8. Por último se realizaron las conclusiones y las recomendaciones a tener en cuenta para futuras investigaciones.

4. RESULTADOS

En este capítulo se detallaran los resultados obtenidos, posteriores a la información recolectada del análisis estadístico, por medio de las funciones: Media y Desviación estándar, correspondientes a los indicadores que se encuentran en cada una de las dimensiones correspondientes al proyecto que tiene como objetivo: aplicar gestión del conocimiento en las empresas del sector Turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, teniendo en cuenta las variables de Gestión del Conocimiento y Turismo.

4.1 Análisis de Resultados

Teniendo en cuenta la validez de los expertos y verificada la confiabilidad del instrumento que se utilizó para la recolección de la información, se procede a la aplicación del mismo con los actores claves.

La aplicación del instrumento, determino la información relacionada con la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo del distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

En este orden de ideas, el análisis y la interpretación de los resultados, Tamayo y Tamayo (2015) dicen, que este tema representa el proceso de convertir los fenómenos observados en datos científicos, para que a partir de ellos, se puedan obtener conclusiones válidas para el estudio. A continuación se hace la interpretación de los resultados, utilizando gráficos tabulados con las funciones de la media y la desviación estándar.

4.1.1 Análisis y Discusión de los Resultados

Objetivo Específico: Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Variable: Gestión del Conocimiento

Tabla 1.

Dimensión: Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento en sector Turismo

Ítem	Indicador	Media	Categoría	Desviación estándar	Categoría
1,2,3,4,5,6	Adquisición y difusión del conocimiento	3,93	Alta	1,04	Baja Dispersión
7,8,9,10,11,12,13,14	Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento	3,96	Alta	1,07	Baja Dispersión
15,16,17,18	Recursos y herramientas tecnológicas	4,10	Alta	1,1	Baja Dispersión
19,20,21	Capacitación y entrenamiento	3,20	Moderado	1,29	Baja Dispersión
Total		3,80	Alta	1,13	Baja Dispersión

Al analizar la tabla 1, correspondiente a la dimensión: Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento en sector turístico, tiene identificada por los indicadores: adquisición y difusión del conocimiento, Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento, Recursos y herramientas tecnológicas y la capacitación, al realizar el análisis estadístico de esta dimensión, dio como resultado, que la media fue del 3,80 ubicándose en una categoría alta y en una desviación estándar de 1,13 a lo cual corresponde una baja dispersión de las respuestas.

Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas, existe un nivel alto en los procesos de gestión del conocimiento de las empresas del sector turístico; sin embargo falta un poco de gestión en las empresas del sector para llegar a obtener un muy alto nivel y así generar una excelente gestión

del conocimiento, mientras que en el análisis y difusión del conocimiento en las empresas del sector, presenta un nivel alto, el almacenamiento, actualización y uso del conocimiento, muestra un nivel alto, hace uso de herramientas tecnológicas en un nivel alto y la capacitación y el entrenamiento presenta un nivel moderado.

Por otra parte Hablando de la gestión como lo expone Ortiz (2014), donde manifiesta: Desde la perspectiva de la gestión, se ha venido desarrollando un fuerte constructo que marca una tendencia importante en la generación del valor en las organizaciones centrado en lo que se ha definido como un nuevo recurso, el cual es: el conocimiento.

Sin embargo, Liberona y Ruiz (2013), manifiestan que: la sola posesión del conocimiento o su almacenamiento, por muy valioso que sea, no garantiza el lograr grandes ventajas competitivas. Es necesario desarrollar y gestionar el conocimiento que se tiene, logrando que la información se convierta en acciones que creen valor. Esto requiere no solo la incorporación de plataformas tecnológicas de colaboración, buenos programas de entrenamiento, desarrollo de procesos eficientes o manuales corporativos, sino que además se requiere revisar y realizar cambios de actitudes y cambios culturales que permitan y potencien la adquisición, el aprendizaje y el uso amplio y colaborativo de este conocimiento.

Por todo lo anterior, se puede identificar que es necesario hacer gestión del conocimiento y que este se da como un proceso que va desde la adquisición del conocimiento, pasando por la difusión del mismo y llevando este a almacenarlo para luego hacer buen uso del conocimiento y mantenerse en constante capacitación que es lo más importante, ya que este permite generar en las empresas del sector unas buenas estrategias que conlleven a llevar de manera correcta sus procesos.

Indicador: adquisición y difusión del conocimiento

Como se observa en la tabla 1, el indicador adquisición y difusión del conocimiento, muestra una media de 3,96, ubicándose en la categoría alta y una desviación estándar de 1,07, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados determinan que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un alto nivel, lo cual demuestra la importancia que tiene la adquisición y difusión del conocimiento que muestran en sus procesos las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, lo que determina que los procesos deben ir de la mano con las estrategias, estudio corroborado por, Colon & Ramírez (2011).

Indicador: Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento

Como se observa en la tabla 1, el indicador Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento, muestra una media de 3,93, ubicándose en la categoría alta y una desviación estándar de 1,04, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un alto nivel, es decir que las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, le están dando la importancia a tener de forma adecuada el almacenamiento de la información y por consiguiente hacer buen uso del conocimiento en todos sus procesos., lo cual coincide con lo dichos por Sandoval (2013), manifiesta que: estos procesos permiten mejorar la eficiencia en las organizaciones debido a la masificación, almacenamiento y utilización del conocimiento en sus procesos productivos y administrativos, reduciendo la necesidad de redescubrirlo cada vez que se necesitan.

Indicador: Recursos y Herramientas Tecnológicas

Como se observa en la tabla 1, el indicador Recursos y herramientas tecnológicas, muestra una media de 4,10, ubicándose en la categoría alta y una desviación

estándar de 1,10, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados determinan que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un alto nivel, lo cual demuestra la importancia que tiene para las empresas del sector turismo del distrito de Riohacha contar con herramientas tecnológicas que permitan servir de apoyo para almacenar el conocimiento, como lo corrobora Calvopiña et al., (2018), la gestión del conocimiento implica tomar a cargo los flujos de información y llevarlos a las personas adecuadamente en concordancia con la capacidad de reacción y rapidez que implica el mercado turístico.

Indicador: Capacitación y entrenamiento

Como se observa en la tabla 1, el indicador Capacitación y entrenamiento, muestra una media de 3,20, ubicándose en la categoría moderada y una desviación estándar de 1,29, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un nivel moderado con respecto a las capacitaciones que ofrecen las empresas del sector turismo a sus trabajadores, dentro de estas los individuos manifestaron que: la actualización de información presenta una media de 3,92, ubicándose en una categoría alta, en una desviación estándar de 1,13; lo contrario de podemos encontrar en la capacitación de idiomas extranjeros, la cual presenta una media de 2,60, presentando un nivel bajo y una desviación estándar de 1,29; la participación en cursos muestra una media de 3,07, presentando un nivel moderado y una desviación estándar de 1,29.

De igual manera, La capacitación es uno de los factores que ayuda a la generación de nuevos conocimientos, catalogando este como principal factor del nuevo paradigma de evolución, generación y conversión del conocimiento, tiene características que hacen que con el uso aumente su producción, pues no se agota al utilizarse y toma valor a partir de las experiencias personales que se agregan, formal o informalmente, a medida que ocurren sus procesos de

transformación, que se presentan mediante las cuatro etapas: combinación, interiorización, exteriorización y socialización. Godoy, Roldan & Sánchez (2014). Por lo anterior se hace necesario que las empresas tanto del sector privado como del sector publico deben realizar más capacitaciones en el tema del turismo, con el fin de incentivar a sus empleados en la generación de nuevos conocimientos a partir de sus experiencias interiorizando y exteriorizando esos conocimientos, conllevando esto a tener en las empresas del sector turismo del distrito de Riohacha, unos procesos actualizados y eficientes, para el aumento de su producción.

Objetivo Específico: Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Variable: Turismo.

Tabla 2:

Dimensión: Componentes que intervienen en la oferta turística.

Item	Indicador	Media	Categoría	Desviación estándar	Categoría
22,23,24,25, 26,27,28	Elementos del sistema Turístico	3,25	Moderado	1,15	Baja Dispersión
29,30,31,32, 33,34,35	Factores que determinan la demanda turística	2,93	Moderado	1,12	Baja Dispersión
36,37,38,39, 40,41,42	Actores del Turismo	2,29	Bajo	1,02	Baja Dispersión
	Total	2,82	Moderado	1,10	Baja Dispersión

Al analizar la tabla 2, correspondiente a la dimensión: Componentes que intervienen en la oferta turística, la cual está conformada por los indicadores: Elementos del sistema Turístico, Factores que determinan la demanda turística y Actores del Turismo, al realizar el análisis estadístico de esta dimensión, dio como resultado, que la media fue del 2,82 ubicándose en una categoría de un nivel

moderado y en una desviación estándar de 1,10 a lo cual corresponde una baja dispersión de las respuestas.

Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas, existe un nivel moderado en los componentes que intervienen la oferta turística en del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, conllevando esto a generar estrategias que permitan mejorar los procesos en los componentes que integran el sistema turístico de la región, como lo menciona En su estudio Pérez, Vázquez & Álvarez. (2012), identifican que: según la OMT (Organización Mundial del Turismo) (1998), considera que los componentes del turismo son: El espacio geográfico, la oferta, la demanda, los operadores del mercado, estos elementos requieren de mayor atención en sus procesos, ya que en el comportamiento de la dimensión Componentes que intervienen en la oferta turística, se observa que los indicadores Elementos del sistema Turístico y Factores que determinan la demanda turística, se encuentran por encima del promedio de la dimensión, en contraste con el indicador Actores del Turismo, que se encuentra por debajo del promedio de la misma.

Indicador: Elementos del Sistema Turístico

Como se observa en la tabla 2, el indicador Elementos del Sistema Turístico, muestra una media de 3,25, ubicándose en la categoría con un nivel moderado y una desviación estándar de 1,15, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un nivel moderado, lo cual demuestra en el distrito de Riohacha la falta de infraestructura hotelera suficiente, de agencias de viajes y otras empresas del sector turismo, así como los servicios que éstas ofrecen. Las personas manifestaron que las agencias de viajes en cuanto a la información de los servicios que prestan, presentan una media de 3,68, ubicándose en la categoría alta, con una desviación estándar de 1,24, es de

manifestar que según la media del indicador este promedio no se encuentra muy lejos del mismo.

así mismo haciendo una análisis más exhaustivo, los individuos manifestaron que: la infraestructura hotelera presenta una media de 2,60, ubicándose en una categoría baja, con una desviación estándar de 1,13, presentando una baja dispersión, de igual manera las personas manifestaron que aparte de los hoteles, las empresas estatales y privadas cuentan con una media de 2,56, lo cual demuestra un nivel bajo, así como la desviación de 0,94, los personajes también manifiestan una media de 2,81, es decir, un nivel moderado en la organización de los atractivos turísticos que tiene el Distrito de Riohacha.

Al respecto lo expuesto por, Panosso & Lohman (2012). Donde este especifica los seis (6) Elementos del sistema Turístico, se requiere que los atractivos turísticos tengan una organización por parte de la alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, lo cual permita generar competitividad y motivación al turista que visite la región, así mismo se debe mejorar en el tema de la infraestructura en lo que concierne a buenas vías de transporte, seguridad, de igual manera contar con empresas privadas llámese hoteles, agencia de viaje u operadores turísticos relacionadas con el sector turismo, que brinden al turista un servicio de calidad y eficiente, con el fin, de que el turista se lleve la mejor impresión de la ciudad y pueda recomendar a otras personas que visiten la región.

Indicador: Factores que determinan la demanda turística

Como se observa en la tabla 2, el indicador Factores que determinan la demanda turística, muestra una media de 2,93, ubicándose en la categoría con un nivel moderado y una desviación estándar de 1,12, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un nivel moderado, lo cual demuestra que en el distrito de Riohacha se necesita prestar mucha atención

en los factores que motiven al turista a visitar la región, teniendo en cuenta los factores económicos con los que cuenta el turista, así como los factores de mercado. Ya que es de resaltar, que para los individuos la dirección de turismo carece de organización en sus procesos, debido a que presenta una media de 2,67, ubicándose en un nivel moderado, con una desviación de 1,22. Así mismo los individuos manifestaron que las ofertas que realizan las empresas del sector turismo se realizan algunas veces durante el año, ya que presenta una media de 2,70, ubicándose en un nivel moderado, con una desviación estándar de 0,99.

Por otra parte las personas manifestaron que la dirección de turismo cuenta con pocos recursos financieros para invertir en el turismo, ya que este ítem presento una media de 2,38 ubicándose en una categoría de nivel bajo y una desviación de 1,17. Los factores económicos y motivacionales presentan una media de 2,42, ubicándose en una categoría de bajo nivel, y una desviación de 1,16, lo que indica que se debe prestar atención en este tema ya que el dinero es fundamental en la inversión de propios y extraños que visitan los sitios turísticos de la región. Los factores geopolíticos inciden de tal manera que para los individuos se presenta una media de 3,77, lo que hace de este un resultado de alto nivel, con una desviación de 0,98 lo que hace una muy baja dispersión en las respuestas.

Debido a lo anterior se puede se puede determinar que los factores mencionados por los individuos, son fundamentales y van en estrecha relación con lo expresado por Romero (2014), expone que: es fundamental identificar los factores que determinan la demanda turística de una región, donde se encuentran: los factores económicos, factores motivacionales, factores demográficos, factores geopolíticos y factores de mercado., También afectan los concernientes a la producción y se relacionan con las infraestructuras y los servicios complementarios, además de con los factores que se han estudiado anteriormente, como por ejemplo la situación sociopolítica del destino, la seguridad y el riesgo de las personas durante el viaje.

Estos factores son importantes y determinan en gran parte la concurrencia del grado de turistas que visitan una región.

Indicador: Actores del turismo

Como se observa en la tabla 2, el indicador Actores del Turismo, muestra una media de 2,29, ubicándose en la categoría con un nivel Bajo y una desviación estándar de 1,02, generando una baja dispersión en las respuestas. Estos resultados demuestran que, de acuerdo a las respuestas suministradas por las personas objeto de estudio reflejan un nivel bajo, lo cual indica que en el distrito de Riohacha se necesita prestar mucha atención en la forma como los hoteles, las empresas de transporte aéreo y terrestre y las agencias de viajes están prestando sus servicios a los turistas que visitan el distrito de Riohacha, se necesita realizar estrategias y alianzas que permitan generar en estas empresas, servicios eficientes a los turistas que visitan el distrito de Riohacha, con información actualizada, adecuada organización en sus procesos, así como la cantidad necesaria de guías turísticos suficientes que manejen diferentes idiomas, para ofrecer información eficiente y actualizada de los sitios turísticos que tiene el distrito, como lo corrobora Romero & Terán (2017), la relevancia que está adquiriendo el desarrollo del turismo en todas las regiones del país requiere que las instituciones que soportan las actividades propias del turismo tengan conocimiento de un segundo idioma, posean las habilidades y competencias para desempeñar sus labores de acuerdo con estándares de calidad y estén familiarizadas con los conceptos de atención al cliente, así como el dominio de los elementos de información en cultura general colombiana y otros conceptos que permitirán el fomento de una cultura turística.

De igual forma, dentro de los ítems correspondiente al indicador en mención, es de resaltar, que para las personas objetos de estudio, el turismo en Riohacha no se encuentra organizado, ya que presenta una media de 2,33, ubicándose en un nivel bajo y una desviación de 0,94, ubicándose una muy baja dispersión en las

respuestas. Así mismo los individuos manifestaron que, la dirección de turismo del distrito debe ofrecer más capacitaciones en temas que tengan que ver con el sector turismo, ya que este presentó una media de 2,58, ubicándose en una categoría baja con respecto a este tema.

Por otra parte, se pudo identificar que, al llegar los turistas a los terminales aéreo y terrestre, no cuentan con información de la mano acerca del turismo que ofrece la región, lo que corrobora el estudio que arrojó una media de 2,03, ubicándose en una categoría de nivel bajo, con una desviación de 0,97, generando una muy baja dispersión en las respuestas. Así mismo estos individuos expresaron que las empresas de transporte cuentan con información organizada en sus procesos con una media de 2,33, lo que conlleva a ubicarse en una categoría baja, conllevando esto a concluir que las empresas deben mejorar en la organización de la información y por consiguiente en la forma como están prestando el servicio a los turistas que visitan la región.

Objetivos Específicos: Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

Dimensión: Describir las políticas establecidas del sector turismo.

Teniendo en cuenta las diferentes políticas y aplicaciones que tiene el turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, a continuación el plan de desarrollo “Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019” hace referencia en lo siguiente:

Lineamientos del plan desarrollo “Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019”

- ✓ Identificación del potencial productivo, tendencias, mercados y oportunidades de integración comercial y turística
- ✓ Articulación a agendas nacionales de orientación turística y de atracción de capital inversionista

- ✓ Fomentar la asociación de comerciantes y gremios productivos de pequeña y mediana escala para la competitividad turística y en bienes y servicios
- ✓ Desarrollar una agenda de competitividad turística con infraestructuras y formación de capital humano.
- ✓ Desarrolla la apuesta Turística en Riohacha

En el objetivo del eje estratégico No 5 desarrollo Socioeconómico, describe: Contribuir al mejoramiento de la calidad de Vida, mediante la inversión en la prestación de los servicios sociales de educación, salud, cultura, recreación y deporte y la implementación de apuestas productivas que generen condiciones de competitividad aumentando el desarrollo económico y productivo, a través del turismo y desarrollo rural que generen empleo decente para beneficio de la comunidad en el distrito de Riohacha.

Sector: Turismo

Programa: Riohacha Turismo Sostenible y Competitivo

Objetivo: Fomentar el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística, mediante el aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, el fortalecimiento productivo de comunidades étnicas y la innovación de los productos y servicios de la cadena de valor turística que se ofertan en el Distrito de Riohacha.

Tabla 4:

Riohacha Turismo Sostenible y Competitivo

Línea Base	Meta de Resultado	Indicador	Meta Cuatrienio
156.000 (2015) STDE.	Aumentar a 200.000 el número de turistas nacional y/o internacional al Distrito de Riohacha	Número de turistas	200.000
4 (2015) STDE	Sostener los cuatro (4) productos turísticos (Turismo sol y playa, turismo étnico-cultural, turismo de aventura y turismo de naturaleza) del Distrito de Riohacha	Número de productos turísticos mantenidos	4
8 (2015) ACERT	Fomentar y/o apoyar las certificaciones de calidad turística a cincuenta (50) prestadores de	Número de prestadores certificados en Calidad Turística	58

S.A.	servicios turísticos en el Distrito de Riohacha.		
ND 0	Fortalecer y/o promocionar la comercialización y estabilidad financiera de la actividad artesanal étnica.	No. de actividades realizadas	5
0	Implementar un Sistema de Información Turística y Comercial (SITUC) en el Distrito de Riohacha.	No de Sistemas de Información Turística y Comercial (SITUC) implementado	1

Línea Base	Meta de Producto	Indicador	Meta Cuatrienio
5 (2015) Fuente: Plan Sectorial Turismo	Mejorar y/o transformar cinco (5) infraestructura turística del Distrito de Riohacha.	No de Infraestructura turística del Distrito mejorada y/o transformada	10
1	Actualizar el inventario turístico del Distrito de Riohacha	No de Inventario Turístico actualizado	2
0	Diseñar y/o implementar el registro de prestadores turístico del Distrito de Riohacha	No de registro turístico diseñado y/o implementado	1
2 (2015) STDE	Fomentar y/o apoyar la certificación de 10 agentes turísticos en el municipio de Riohacha, en convenio con las instituciones de formación turística.	Número de agentes turísticos certificados	12
5 (2015) STDE	Realizar actividades o eventos para el desarrollo del sector turístico	% de artesanos mejorados en los procesos de producción y comercialización	15
ND 0	Fomentar y/o apoyarla formación en Bilingüismo (Ingles y Wayuunaiki) de cien (100) personas del talento humano de la cadena productiva	No de personas de la cadena productiva turística formada en bilingüismo	100

Línea Base	Meta de Producto	Indicador	Meta Cuatrienio
0	Formular y/o implementar un (1) Plan de Seguridad Turística en el Distrito de Riohacha	No de Planes de Seguridad Turística formulado y/o implementado	1
1	Implementar 8 campañas y/o jornadas de limpieza a sitios de interés turístico y/o general	No. De campañas y/o jornadas de limpieza implementadas	1
0	Incentivar y/o apoyar a 100 prestadores de servicios turísticos en el programa de emprendimiento turístico	No. De prestadores de servicios turísticos formalizados mediante programas de emprendimiento turístico	100

0	Promover el desarrollo del etno y eco turismo sustentable, a partir de sus potenciales y escenarios naturales mediante cinco (5) talleres de capacitación, comunidades y/o población étnica.	No. De talleres realizados	5
0	Brindar asistencia técnica y/o acompañamiento para promover el fortalecimiento y/o creación de cinco (5) rancherías turísticas.	No. De rancherías turísticas creadas y/o consolidadas	13
ND 0	Realizar cinco (5) actividades o proyectos de fortalecimiento y/o promoción (talleres de capacitación y ferias de exposiciones) para la comercialización y estabilidad financiera de la actividad artesanal propia de artesanos étnicos	No. De actividades o proyectos de fortalecimiento y/o promoción	5
1 (2015) STDE	Fortalecer y/o diseñar dos (2) rutas turísticas emblemáticas	No de rutas fortalecidas y/o diseñadas	3
0	Realizar un (1) proyecto de adecuaciones locativas (en la Avenida Primera, vitrina comercial étnica) para promoción turística y artesanal de La Guajira.	No de proyectos realizados	1
1 (2015) STDE	Actualizar y/o implementar el estudio de ordenamiento de playas	No de ordenamiento de playa actualizados y/o implementado	1
0	Gestionar una (1) política pública de ornato y limpieza de sitio de interés turístico	No de políticas públicas gestionadas	1

PROGRAMA: RIOHACHA TURISMO INCLUYENTE, CONECTIVIDAD, COMPETITIVIDAD.

Objetivo: Mejorar la conectividad para el turismo del Distrito a nivel regional, nacional e internacional a través de la ampliación de rutas y/o frecuencias aéreas, calidad en el servicio de transporte turístico y gestión en el ámbito marítimo.

Tabla 5.

Metas Programa Riohacha turismo incluyente, conectividad, competitividad

Línea Base	Meta de Resultado	Indicador	Meta Cuatrienio
2 (2015) STDE	Aumentar a cuatro (4) los proyecto, de conectividad intermodal (regional, nacional y/o internacional)	No de actividades o proyecto de Conectividad terrestre, aérea y marítima fortalecida (intermodal)	4
Línea Base	Meta de Producto	Indicador	Meta Cuatrienio
14 (2015) STDE	Gestionar la conectividad aérea alcanzar quince (15) vuelos o frecuencia semanales nacionales y/o internacionales en el Distrito de Riohacha	Número de vuelos o frecuencia Semanales nacionales y/o internacionales	15
0	Gestionar una (1) ruta y/o evento conectividad marítima (regional, nacional y/o internacional)	No Conectividad marítima gestionada	1

PROGRAMA: VISITA A RIOHACHA CIUDAD PROMESA - PROMOCIÓN

Objetivo: Fortalecer la promoción del Distrito como destino turístico, resaltando sus atractivos y aumentando la demanda a nivel regional, nacional e internacional, implementando mecanismos que promuevan la gestión eficiente y la participación del sector privado.

Tabla 6.

Metas Programa Visita a Riohacha ciudad promesa - promoción

Línea Base	Meta de Resultado	Indicador	Meta Cuatrienio
ND 0	Invertir 1.500 millones en promoción turística del Distrito de Riohacha a través de alianzas estratégicas y campañas o actividades de promoción y mercadeo global	Millones de pesos invertidos en promoción turísticas	1.500

Línea Base	Meta de Producto	Indicador	Meta Cuatrienio
0	Realizar una (1) investigación y/o estudio de mercado para el desarrollo turístico	No investigación y/o Estudio de mercado para el desarrollo turístico	1
0	Diseñar y/o difundir la Marca Ciudad a nivel nacional e internacional.	No Marca ciudad diseñada y/o difundida a nivel nacional e internacional	1
1 (2015)	Actualizar y/o implementar el Plan Sectorial del Turismo del Distrito de Riohacha	Plan Sectorial del Turismo actualizado y/o implementar	1
2 (2015) STDE	Diseñar, y/o implementar un plan para realización de eventos (convenciones, ruedas de negocios, concursos, ferias, incentivos, foros entre otros) a nivel local, regional, nacional y/o internacional en el Distrito de Riohacha.	No de plan de eventos diseñados y/o implementados.	2
5 (2015) STDE	Apoyar la realización de 10 eventos para impulsar el sector turístico	Numero de Eventos Realizados	15

PROGRAMA: TURISMO SOMOS TODOS: ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL

Objetivo: Mejorar la articulación intersectorial e institucional con la participación del sector privado, para desarrollar mecanismos que promuevan la gestión eficiente del turismo en el Distrito de Riohacha.

Tabla 7.

Metas Programa Turismo somos todos: articulación institucional

Línea Base	Meta de Resultado	Indicador	Meta Cuatrienio
1 (2015) STDE	Fortalecer la gobernabilidad y gestión eficiente del turismo a través de una alianza estratégica	No. De alianzas estratégicas	1
1 (2015)	Actualizar y/o implementar el plan sectorial del turismo del Distrito de Riohacha.	Plan sectorial de turismo actualizado y/o implementado	1
2 (2015) STDE	Diseñar, operativizar y/o fortalecer dos (2) mecanismos de participación, asesorías, concertación, deliberación y construcción en materia turística en el Distrito de Riohacha	No. De mecanismos de participación en materia turística operativo o fortalecidos	2

Línea Base	Meta de Producto	Indicador	Meta Cuatrienio
0	Realizar una alianza estratégica para la gestión en turismo	No. De alianzas estratégicas	1
1 (2015) STDE	Analizar o implementar el ordenamiento de playas	No. De ordenamiento de playas actualizados o implementados	1
100%	Gestionar 100% la articulación institucional para el desarrollo turístico en el Distrito	% articulación gestionada	100%

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente, en el siguiente apartado se realizara un estudio, con el fin de plantear los lineamientos en el tema del turismo y así dinamizar la economía en el Distrito Turístico especial y Cultura de Riohacha a establecer en este proyecto.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA DINAMIZAR EL TURISMO

Con el fin de proponer los lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se tiene en cuenta los resultados anteriores, como: análisis de la encuesta y la descripción de las políticas actuales relacionadas con el turismo, a continuación se presenta una tabla con el diagnóstico de la situación actual, por medio de una matriz DOFA, así como los lineamientos planteados por el autor de esta investigación:

Tabla 8:

Lineamientos Estratégicos Para Dinamizar El Turismo

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DEL TURISMO.
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO		Adquisición y Difusión del conocimiento	<p>-Todos los actores manifiestan que es importante la adquisición y difusión del conocimiento en las empresas.</p> <p>-Las empresas manejan estrategias</p>	<p>-poca difusión de la información que se tiene de los procesos externos de las empresas dedicadas al turismo.</p> <p>-no se asiste con frecuencia a</p>	<p>Los lineamientos estratégicos se realizaron a través de la aplicación de la matriz DOFA, al diagnóstico de los procesos de gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo, así como la identificación de los componentes que intervienen en el turismo y de la revisión de las políticas que pretende aplicar el distrito mediante el plan de</p>

	<p style="text-align: center;">Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento</p>		<p>claras con respecto a la comunicación.</p> <p>-Los actores manifiestan que en las empresas privadas se establece un ambiente adecuado para compartir y generar nuevos conocimientos.</p>	<p>capacitaciones en el tema de conocimientos en materia de innovación del sector turismo.</p> <p>-las empresas del sector no cuentan con información en el tema de la economía naranja, promovido por el gobierno nacional.</p> <p>-existe poca difusión del conocimiento, ya que solo utilizan los mecanismos tradicionales, como informes escritos, documentos en físico, pero se carecen de divulgación y socialización de estos a través de otras herramientas, como los, foros, seminarios, talleres, de forma tal que participen todos los actores vinculados con el sector turismo.</p>	<p>desarrollo “Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019”.por lo anterior se proponen los siguientes lineamientos:</p> <p>1. fomentar la Gestión eficiente del conocimiento en el turismo del distrito.</p> <p>Teniendo en cuenta la poca difusión que existe de la información que tienen las empresas de turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, se debe implementar estrategias, y la dirección de Turismo del distrito, debe realizar convenios que permitan a estas empresas aplicar una buena gestión del conocimiento en sus procesos, con el fin de dar a conocer la información de los productos y/o servicios que ofrecen, tanto a nivel nacional, como internacional.</p> <p>Teniendo en cuenta que el gobierno nacional promueve la economía naranja como uno de los factores de más apoyo en el tema de emprendimiento, el distrito de Riohacha debe gestionar recursos financieros que permitan incentivar a las Empresas dedicadas a las actividades turísticas, a diseñar productos y/o servicios creativos e innovadores que conlleven a llamar la atención a los turistas que deseen visitar la región.</p>
--	--	--	---	---	---

		<p>Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento</p>	<p>-la información en las empresas del sector turismo del distrito se almacena adecuadamente. -los actores manifiestan que se diseña nuevos procesos de manera frecuente. -en las empresas cuenta con buenas bases de datos y frecuente actualización de los documentos. -en la alcaldía distrital se propone actualizar la información de los procesos que se llevan a cabo</p>	<p>-no se cuenta con indicadores que midan la información que tienen las empresas privadas, la alcaldía distrital y la academia. -a pesar que se propone actualizar la información de los procesos, se tarda mucho tiempo en realizar la tarea correspondiente. - la alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, no actualiza de manera frecuente la información en los portales que esta posee.</p>	
		<p>Recursos y herramientas tecnológicas</p>	<p>-las empresas cuentan con equipos tecnológicos actualizados. - las personas manifiestan que las empresas cuentan con programas o aplicaciones para llevar a cabo sus tareas.</p>	<p>-las empresas privadas no cuentan con GPS en sus equipos tecnológicos. -las empresas privadas como: agencias de viajes, empresas de transporte, hoteles, no cuentan con</p>	<p>2. Aplicación eficiente de las TIC en las empresas. El distrito de Riohacha debe incrementar la inversión a través de la dirección TIC, en convenio con la Cámara de Comercio de la guajira, a presentar propuestas para proyectos que conlleven a realizar convenios con las empresas de turismo del distrito, con el fin de que todas las empresas hagan uso eficiente de las Tecnologías de la Información y comunicación-TIC, más</p>

			<p>-las empresas del sector hacen buen uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC.</p> <p>- la alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, cuenta con aplicaciones para uso adecuado de la información.</p>	<p>páginas web propias de la organización.</p> <p>-no existen APP móviles de relacionada con la información de los procesos que llevan a cabo las empresas privadas y públicas del sector turismo en el distrito de Riohacha.</p> <p>- la alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, no cuenta con un sistema de información turística que permita obtener toda la información consolidada de los procesos que se llevan a cabo en materia de turismo en la región.</p>	<p>específicamente en la divulgación de la información por medio de páginas Web propias de las empresas, así como APP, que puedan ser descargadas por las personas que deseen obtener información de los sitios turísticos, los planes, las ofertas turísticas, los hoteles, los productos turísticos, la cultura y las inversiones que se hacen en el sector de turismo en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha.</p>
		Capacitación y entrenamiento	<p>- Los actores manifiestan que las empresas mantienen actualizada la información que le exige la ley.</p> <p>-el estado capacita a sus empleados de</p>	<p>-las empresas privadas y estatales del distrito de Riohacha, no cuentan con capacitaciones permanentes en idiomas extranjeros.</p>	<p>3. desarrollo de capacitaciones permanentes al capital humano</p> <p>El distrito de Riohacha, en cabeza de la dirección de Turismo, debe coordinar capacitaciones periódicas en el tema del turismo, con el fin de mantener actualizado a todas las empresas que hacen del turismo,</p>

			<p>manera frecuente como lo exige la ley.</p>	<p>-las empresas capacitan solo en procesos y procedimientos que exige la ley, es decir que los actores no se encuentran actualizados en otros temas relacionados con el turismo.</p> <p>-no existe entrenamiento en el tema de primeros auxilios ni del sistema de Gestión De La Seguridad y Salud en el Trabajo.</p> <p>- la alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, ofrece poca capacitación a través de cursos, foros, talleres o seminarios en el tema del turismo.</p>	<p>por medio de foros, seminarios, talleres que promuevan y hagan del turismo la principal actividad económica de la región.</p> <p>Teniendo en cuenta la afluencia de turistas extranjeros a la ciudad e Riohacha, se hace necesaria las capacitaciones de los funcionarios de las empresas del sector turismo, en idioma extranjero, como el inglés, el francés, el italiano, el alemán, que son los turistas internacionales que más visitan la región, con el fin de que, estas personas puedan interactuar de manera eficiente y se sientan con buen sentido de pertenencia.</p>
TURISMO		Elementos del sistema turístico	<p>-Las personas perciben bien los servicios turísticos que ofrecen las empresas ubicadas en el distrito de Riohacha.</p>	<p>-el distrito de Riohacha no cuenta con una superestructura definida con el fin de tener información</p>	<p>4. implementación de alianzas estrategias de turismo entre la academia, el estado y la empresa privada.</p> <p>Establecer alianzas estratégicas que permitan hacer del turismo el principal eje dinamizador de la economía de la región,</p>

	<p style="text-align: center;">Componentes que intervienen en la oferta turística</p>		<p>-los actores manifiestan que las agencias de viajes organizan y actualizan de manera frecuente el tema del turismo en la región.</p> <p>-los operadores turísticos ofrecen información del turismo que ofrece la región.</p>	<p>relevante de los prestadores de servicio privados o estatales relacionados con el tema del turismo.</p> <p>-el distrito de Riohacha no cuenta con la infraestructura Hotelera de alojamientos necesarios o suficientes para atender a los turistas en las épocas del año llamadas temporadas altas.</p> <p>-las empresas privadas dedicadas al turismo no cuentan con una infraestructura adecuada, que permita ofrecer calidad en el servicio que se le ofrece al turista.</p> <p>-los atractivos turísticos no se encuentran organizados, debido a la falta de recurso humano y financiero con que cuenta la</p>	<p>teniendo en cuenta que para lograr esto se debe contar con las empresas privadas dedicadas a prestar servicios en materia de turismo, la alcaldía distrital de Riohacha y las entidades dedicadas a la academia, esto permitirá que el turismo en el distrito ofrezca servicios eficientes, la generación de proyectos innovadores que atraigan las inversión por parte de empresas nacionales e internacionales, conllevando esto a disminuir la tasa de desempleo del Distrito, siendo los estudiantes de las universidades y del SENA, los primeros en atender las necesidades que se presenten en materia de turismo, así mismo se genera una organización en el tema del capital humano que permita ofrecer un turismo de calidad.</p>
--	---	--	---	---	--

				<p>dirección de turismo del distrito de Riohacha.</p> <p>-no existen alianzas público-privadas que demuestren una articulación en el tema de la información del turismo.</p>	
		Factores que determinan la demanda turística	<p>-existe en el plan de desarrollo se establece fomentar el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística.</p> <p>-se motiva al turista a que visite la región.</p> <p>-en el programa Riohacha sostenible y competitivo se plantea como meta implementar un plan de seguridad turística.</p>	<p>-las ofertas que se ofrecen por parte de las empresas de turismo de la región son insuficientes para ofrecer al turista un servicio adecuado a todos los estratos sociales.</p> <p>-poca existencia de factores motivacionales para que el turista llegue a visitar los sitios turísticos que tiene el distrito de Riohacha.</p> <p>-la alcaldía del distrito de Riohacha, en cabeza de la Dirección de turismo, no cuenta con el recurso financiero</p>	<p>5. Generar ofertas efectivas que motiven al turista</p> <p>Teniendo en cuenta que la alcaldía pretende fomentar el desarrollo competitivo de la actividad turística, se debe implementar estrategias por parte de las empresas dedicadas al turismo, mediante la generación de ofertas permanentes, no solo en temporada alta sino en las otras temporadas, para todos los estratos sociales, con el fin de hacer de los sitios turístico la visita permanente de propios y extraños, conllevando esto a generar un flujo de caja permanente en la ciudad.</p> <p>Teniendo en cuenta la posición geográfica que tiene la ciudad de Riohacha, la alcaldía distrital debe incrementar la inversión en los sitios turísticos, ya que cuenta con primera avenida de américa, que tiene entre sus atractivos una de las mejores playas, lo que hace de esta una alternativa importante para que sea aprovechada de manera eficiente por parte de las promociones que debe ofrecer las empresas privadas dedicadas al</p>

				<p>adecuado, para el mantenimiento de los sitios turísticos que tiene la región.</p> <p>-los factores geopolíticos de los últimos 4 años afectaron de manera frecuente la actividad turística que se lleva a cabo en el distrito de Riohacha, entre estos cabe resaltar la inestabilidad política de los mandatarios locales y departamentales.</p> <p>-los factores económicos actuales, han conllevado a la disminución de la llegada de turistas a la región.</p> <p>-los atractivos turísticos y los monumentos culturales que tiene el distrito de Riohacha, no cuentan con</p>	<p>turismo, con el fin de incentivar al turista a que visite la región.</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>vigilancia permanente por parte de las entidades estatales encargadas de la misma.</p>	
		Actores del turismo	<p>-la dirección de turismo cuenta con un recurso humano dispuesto a ofrecer un buen servicio a los propios y extraños. -el distrito de Riohacha cuenta con empresas de transporte terrestre y aérea.</p>	<p>-las personas manifiestan que las empresas del sector turismo en el distrito Especial, Turístico y cultural de Riohacha, se hace de una manera muy informal y poca organizado. -no existe un recurso humano suficiente en la dirección de turismo del distrito, para trabajar de manera eficiente y atender la demanda que se tiene en materia de turismo en el Distrito de Riohacha. -no existen por parte del distrito especial, turístico y Cultural de Riohacha, la presencia de guías turísticos que permitan explicar de manera explícita la</p>	<p>6. proponer estrategias en el servicio que tienen los actores que intervienen en el turismo Uno de los aspectos fundamentales para organizar el turismo, es contar con un capital humano eficiente y organizado, generando esto un servicio con una calidad insuperable y un sentido de pertenencia por parte de propios y extraños, es por eso que se debe contar con empresas organizadas, innovadoras que ofrezcan excelentes productos y planes turísticos. La alcaldía distrital debe contratar personal especializado, llámese guías turísticos que tengan los conocimientos avanzados en el tema, con el fin de que estos sean ubicados en sitios estratégicos que permitan ofrecer al turista información actualizada de los sitios turísticos, los planes, las ofertas, los productos turísticos, la cultura y la información completa de los monumentos de los principales actores que han hecho parte de la historia del Distrito de Riohacha.</p>

				<p>información de en los sitios turísticos que tiene la ciudad.</p> <p>-en las instalaciones del terminal de transporte terrestre, no se cuenta con personas que permitan ofrecer información sobre las empresas que ofrecen servicios turísticos en la región.</p> <p>-en las instalaciones del Terminal de Transporte Aéreo, no se cuenta con personas que permitan ofrecer información sobre las empresas que ofrecen servicios turísticos en la región.</p>	
--	--	--	--	---	--

5. CONCLUSIONES

Se evidencio que las empresas del sector turismo del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, manejan la gestión del conocimiento de todos sus procesos estratégicos.

Lo anterior evidencio que los recursos turísticos, la infraestructura, las empresas turísticas y la oferta complementaria requiere de aplicar alianzas estrategias que permitan mejorar los procesos que se llevan a cabo en materia de turismo, generando esto una mayor dinamización en la economía de la región.

Las políticas públicas en materia de turismo no se cumplieron a cabalidad, debido a los factores geopolíticos que afectaron la alcaldía distrital, conllevando esto al estancamiento de las metas propuestas en cada uno de los programas.

Por otro lado, se propusieron seis (6) lineamientos que permitirán generar una mejor estrategia y una mejor organización en los procesos que llevan a cabo las empresas del sector turismo.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicar mejor la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo, así como realizar capacitaciones periódicas que puedan subsanar las pocas falencias que se presentan, en este tema, con el fin de generar una mejor organización en sus procesos.

Establecer la importancia de realizar alianzas estratégicas por parte tanto de las entidades públicas como de las privadas dedicadas al turismo, con otras empresas del nivel nacional e internacional, con el fin de hacer un intercambio de gestiones y así tomar como ejemplo los aspectos positivos, para aplicarlos en las empresas del distrito.

Por último se recomienda tener en cuenta por parte de las empresas del sector turismo del distrito, los lineamientos propuestos por el autor de esta investigación, para mejorar los procesos y hacer del turismo el principal eje dinamizador de la economía del distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOOKS: Colección de 1.624 libros técnicos y académicos digitales, publicados por las editoriales: Cengage, Ediberun, Brujas, Nobuko, Kinesis, Legis, Macro, Manual Moderno y Mc Graw Hill.

E-libro: Colección con aproximadamente 81.350 títulos entre libros, artículos, monografías, revistas y tesis doctorales; en las diferentes áreas del conocimiento.

Proquest: Ofrece acceso a artículos científicos.

SCIENCE DIRECT: Es un recurso de información multidisciplinaria con más de 2.200 revistas en texto completo que incluyen más de 9.500.000 artículos.

VIRTUAL PRO: Portal especializado en procesos industriales, que incluye: artículos, manuales, tesis, guías, libros, software, material multimedia, entre otros.

Revista Portafolio.

Plan de desarrollo del distrito: Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019

Cámara de Comercio de la Guajira.

Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). Ciudad de México, México D.F.: Mc Graw Hill.

Batista, C., Velázquez, R., Díaz, C. & Ronda, G. (2015). *Alineación entre toma de decisiones y gestión del conocimiento. El caso de las empresas relacionadas con el negocio del turismo*. Revista Chilena De Ingeniería, 23(4), 540-555.

Calvopiña, D., Velasco, V., Pacheco, H. & Aldaz, S. (2018). *La gestión del conocimiento en la operación turística de Riobamba*. Retos Turísticos, 17(1), 1-9.

Gómez, G. & García, D. (2007). *Innovación Tecnológica, Gestión del conocimiento, Turismo y Desarrollo Local. Economía Y Desarrollo*, 141(1), 101-120.

Vásquez, F., & Gabalán J. (Portafolio 2009). *Gestionando el conocimiento. Acercamiento conceptual en entornos organizacionales y Proyección en el contexto académico.*

Linares, N., Piñero, Y., Rodríguez, E. & Pérez L. (2014). *Diseño de un modelo de Gestión del Conocimiento para mejorar el desarrollo de equipos de proyectos informáticos.* Revista española de Documentación Científica, 37(2):e044.

Acosta, J. (2011). *Implementación de un modelo de gestión del conocimiento en los procesos organizacionales: caso DISAN S.A.* (tesis de Pregrado). Pontificia universidad javeriana, Bogotá D.C., Colombia.

Panosso, A. & Lohman, G. (2012). *Epistemología del turismo. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*, (pp. 27-28). México: Trillas.

Fuentes, A. (2010): *La gestión del conocimiento en las relaciones académico-empresariales. Un nuevo enfoque para analizar el impacto del conocimiento académico.* Tesis Phd. Universidad Politécnica de Valencia, España.

Romero, A. y Terán, M. (2017). *Gestión e innovación del turismo en el Caribe colombiano. Turismo y Sociedad*, XXI, pp. 87-106. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.05>.

Cepeda, S. (2016). *Gestión del conocimiento, mayor competitividad para el sector turístico colombiano* (tesis de especialización). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.

Pérez, Y., Vázquez, L. & Álvarez, V. (2012). Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas. Las Tunas: Universidad de Las Tunas "Vladimir Ilich Lenin".

Ortiz, J. (2014). *Gestión del conocimiento y principales aportes de la Revista Criterio Libre*: 265-302. ISSN 1900-0642.

Calvopiña, D., Fierro, P., Velasco, V. & Torres, N. (2017): “*La gestión del conocimiento en el patrimonio turístico cultural. Caso Parroquia Cacha en Chimborazo, Ecuador*”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 22.

Batista C., Velázquez R., Díaz C. & Ronda G. (2015). *Alineación entre toma de decisiones y gestión del conocimiento. El caso de las empresas relacionadas con el negocio del turismo*. *Revista chilena de ingeniería*, vol. 23 N° 4, 2015, pp. 540-555.

Fontalvo, T., Quejada, Raúl. & Puello, J. (2011). *La gestión del conocimiento y los procesos de mejoramiento*. *Dimens. empres.* - Vol. 9 No. 1, Enero-Junio de 2011, págs. 80-87.

Dos Anjos F., Flores L., Gadotti Dos Anjos, S. & Domareski T. (2011). *Contribuciones de la gestión del conocimiento a del turismo, Estudio en una agencia de viajes, Estudios y Perspectivas en Turismo*, Volumen 20 (3), 722– 737.

Linares, N., Piñero, Y., Rodríguez, E. & Pérez, L. (2014). *Diseño de un modelo de Gestión del Conocimiento para mejorar el desarrollo de equipos de proyectos informáticos*. Revista española de Documentación Científica, 37(2):e044.

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la Investigación. 6ta edición. México D.F.: McGraw-Hill.

Torres, C., Menoya S & Gómez G. (2013). *La gestión del desarrollo local basado en el conocimiento y la innovación*, Revista Avances Vol. 15 (3), jul.-sept.

Portafolio. (2017). La Guajira le muestra su potencial turístico a empresarios del país. Portafolio.co. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/la-guajira-le-muestra-su-potencial-turistico-a-empresarios-del-pais-507429>.

Romero, M. (2014). Productos, servicios y destinos turísticos: UF0073, IC Editorial. ProQuest Ebook Central, recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com.bdigital.sena.edu.co/lib/senavirtualsp/detail.action?docID=4499230>.

Liberona, D. (2013). *Análisis de la implementación de programas de gestión del conocimiento en las empresas chilenas*. Estudios gerenciales.

Sandoval, C. (2013). *Propuesta para implementar un sistema de gestión del conocimiento que apoye el diseño de un curso online*. Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería, 21 (3), 457-471.

Guerrero, Colon & Ramirez (2011). Gestión del conocimiento: Aproximaciones teóricas. Universidad del magdalena. Clio américa. Julio - Diciembre 2011, Año 5 No. 10, p.p. 257 – 271.

Duarte, L. & González, C. (2015). Metodología y Trabajo de Grado. Guía práctica para Negocios Internacionales. Parias. Medellín: Centro Editorial ESUMER.

Proyecto de Acuerdo No 006 de 2016. Riohacha Incluyente y Sostenible 2016-2019, Riohacha, La Guajira, Julio de 2015.

Tamayo & Tamayo, (2015). Metodología de la Investigación. Editorial de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Jiménez, L. & Jiménez, W. (2013). Turismo: Tendencias globales y planificación estratégica. Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com.bdigital.sena.edu.co>

Cámara de Comercio de la Guajira. (2015). *Informe Socioeconómico Departamento de la Guajira*. Riohacha, la Guajira.

Webmaster (2011). *Turismo Competitividad y sostenibilidad de productos y destinos*. Bogotá. D.C.: Ministerio de Industria Comercio y Turismo. Recuperado de:

<http://www.mincit.gov.co/minturismo/>

[M. Perez \(sistemas@camaraguajira.org\)](mailto:sistemas@camaraguajira.org) (2018, 25 de mayo). [Info. Correo electrónico enviado a: Rafael Griego \(faner25@hotmail.com\)](mailto:faner25@hotmail.com).

[Aguilar, S. \(2005\). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. Salud en Tabasco, 11 \(1-2\), 333-338.](#)

Marulanda C., Giraldo J. & López M. (2013). Evaluación de la Gestión del Conocimiento en las Organizaciones de la Red de Tecnologías de Información y Comunicaciones del Eje Cafetero en Colombia. *Información tecnológica*, 24(4), 105-116. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642013000400012>.

Tinto, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. Provincia, (29), undefined-undefined. [fecha de Consulta 26 de Agosto de 2019]. ISSN: 1317-9535. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=555/55530465007>.

http://bioestadistico.com/?option=com_content&view=article&id=153%3Acalculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46%3Acalculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213

ANEXOS Y APÉNDICES

A continuación se presentan todos los anexos y apéndices que hicieron parte esencial de esta investigación:

Anexo A INSTRUMENTO

ANEXO A

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

**REPUBLICA DE COLOMBIA
UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN**

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR
TURÍSTICO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE
RIOHACHA**

Nombre: _____

Cargo que Ocupa: _____

Nivel de Estudios: _____

Tiempo de Servicio: _____

Sexo: _____

Edad: _____

Respetado Doctor:

Primero darle un cordial saludo, a la vez solicitar su valiosa colaboración para responder un cuestionario cuyo objetivo es: Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de

Riohacha, que registra un conjunto de planteamientos necesarios para desarrollar la investigación cuya finalidad es Proponer lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.

La investigación forma parte de los requisitos para obtener el título de Magister en Gestión de la Tecnología y la Innovación en la Universidad de la Guajira, de la ciudad de Riohacha, La Guajira.

Los datos suministrados por usted serán de uso exclusivo para el desarrollo del trabajo de investigación y se tratarán en forma confidencial y anónima por lo que no es necesaria su identificación en el mismo

En el presente proyecto de investigación se utilizara un (1) cuestionario para las variables Gestión del conocimiento y Turismo. Se elaboró el cuestionario con alternativas de respuesta tipo Likert, con cinco (5) opciones de respuesta, con base a una escala del 1 al 5 como se presenta a continuación:

- 5= Siempre
- 4= Casi siempre
- 3= Algunas veces
- 2= Casi nunca
- 1= Nunca

Para señalar tu respuesta, marca una “X” en el lugar que corresponde a la alternativa seleccionada.

Es importante que responda con plena sinceridad y objetividad, lo que indiques aquí solo para fines del estudio.

Gracias por su colaboración

Ing. Rafael Enrique Griego Barros MSc.
regriego@uniguajira.edu.co
Telf.: 3004945960

INSTRUCCIONES PARA RESPONDER EL INSTRUMENTO:

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.

Dirigido a: personal administrativo de: dirección de turismo, dirección de tic, los hoteles, hostales, agencias de viajes, terminal aéreo y terrestre del distrito especial turístico y cultural de Riohacha.

Es importante que lea las instrucciones antes de responder:

1. Leer detenidamente cada pregunta.
2. Cada ítem tiene una alternativa a seleccionar, por favor solo marque una (1).
3. Trate de seguir el orden de los ítems.
4. Verificar que no quede ningún ítem en blanco.
5. Trate de responder a conciencia y de forma sincera, ya que de esta forma se tendrá una pertinencia en la información.

CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

S: Siempre

CS: Casi Siempre

AV: Algunas Veces

CN: Casi Nunca

N: Nunca

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	S	CS	AV	CN	N
1	En la empresa donde labora, se establece un ambiente propicio para generar nuevos conocimientos.					
2	Es común la contratación de personal especializado para hacer transferencia del conocimiento.					
3	La empresa cuenta con estrategias claras de comunicación a nivel interno, para cada uno de sus procesos.					
4	La empresa programa de manera frecuente, capacitaciones, con el fin de: adquirir nuevos conocimientos en innovación.					
5	En la empresa se motiva al trabajador a compartir nuevos conocimientos con sus cargos superiores.					
6	Se difunde entre los empleados información actualizada de documentos sobre los servicios que predominan en el mercado.					
7	En la empresa donde labora existen actividades relacionadas con el trabajo en equipo, para estimular el uso eficiente del conocimiento.					
8	La empresa donde labora cuenta con recursos financieros para retener el conocimiento.					
9	Hay una práctica establecida en la documentación, sobre los procesos que se llevan a cabo en la empresa.					
10	El diseño de nuevos procesos se realiza de forma habitual en la empresa.					
11	La empresa aplica estrategias de mejora en sus procesos, para llevar a cabo de manera correcta la gestión del conocimiento.					
12	La empresa coloca a disposición de sus empleados base de datos con información relevante a su cargo u oficio.					
13	La empresa coloca a disposición de sus empleados documentos en físico con información relevante a su cargo u oficio.					
14	En la empresa se hace buen uso de las aplicaciones, con el fin de acceder de manera rápida a la información de los procedimientos de forma ordenada.					

15	En la empresa se cuenta con herramientas tecnológicas para mantener actualizada la información que se lleva a cabo en todos sus procesos.					
16	La empresa hace uso frecuente de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con el fin de publicar información actualizada.					
17	En la empresa hacen uso de las TIC, para hacer vigilancia tecnológica.					
18	En la empresa los medios TIC, son de fácil acceso a sus empleados.					
19	La empresa donde labora actualiza de manera permanente a sus trabajadores, con el fin de que el nuevo conocimiento sea usado para mejorar sus procesos.					
20.	En la empresa se organizan capacitación en los idiomas extranjeros.					
21.	La participación en cursos por parte de las entidades del estado se hace de manera frecuente.					
22.	Los servicios turísticos que ofrece la región van en pro del desarrollo sostenible que maneja la dirección de Turismo del distrito de Riohacha.					
23.	Las agencias de viajes cuentan con información organizada en sus procesos que permitan generar un servicio de calidad a los turistas.					
24.	El distrito de Riohacha cuenta con infraestructura hotelera suficiente para la prestación de un servicio eficiente.					
25.	Los operadores turísticos ofrecen información organizada de los servicios de alojamiento, transporte, alimentación y planes turísticos.					
26.	Las agencias de viajes llevan actualizada la información de los turistas que visitan la región.					
27	Las empresas dedicadas al turismo, cuentan con infraestructura adecuada, que permitan generar un servicio de calidad a los turistas.					
28	Los atractivos turísticos se encuentran de manera organizada por parte de la administración del distrito de Riohacha.					

29	La alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, cuenta con capacitaciones permanentes en el tema del turismo.					
30	Las ofertas turísticas en el Distrito de Riohacha son suficiente para que los turistas se motiven a visitar la región					
31	La dirección de turismo del distrito de Riohacha lleva de manera organizada la información de los sitios turísticos de la región.					
32	La dirección de turismo del distrito de Riohacha cuenta con los recursos necesario y acorde a las exigencias del sector, para ofrecer servicios turísticos de calidad.					
33	El distrito de Riohacha ofrece actividades de factores motivacionales que permiten al turista sentirse relajado en el sitio turístico que visita.					
34	Los factores geopolíticos afectan la visita de los turistas a los servicios turísticos que ofrece el distrito de Riohacha.					
35	Los factores económicos actuales afectan la vista de los turistas a los servicios turísticos que ofrece el distrito de Riohacha					
36	El turismo en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha se hace de manera organizada.					
37	La dirección de turismo del distrito de Riohacha cuenta con el recurso humano necesario para llevar a cabo la gestión del conocimiento de los servicios turísticos que tiene la región.					
38	La dirección de turismo del distrito de Riohacha ofrece capacitaciones periódicas a las empresas relacionadas con el sector turístico.					
39	Al llegar al terminal aéreo de Riohacha, los turistas cuentan con información de la mano de los servicios turísticos que tiene la región.					
40	Al llegar al terminal terrestre de Riohacha, los turistas cuentan con información de la mano de los servicios turísticos que tiene la región.					
41	Los sitios turísticos de Riohacha cuentas con guías que permitan explicar de manera breve la información explicita, a los turistas que visitan la región.					
42	Las empresas de transportes, cuentan con información organizada en sus procesos que permitan generar un servicio de calidad a los turistas.					

ANEXO B INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS, PARA LAS VARIABLES GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TURISMO.

AUTOR: RAFAEL ENRIQUE GRIEGO BARROS



**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
DIRECCIÓN DE POSTGRADOS
PROGRAMA MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA
INNOVACIÓN.
2018**

Riohacha, 25 de marzo de 2019

Dra.
LORENA GOMEZ BERMUDEZ
Presente

Cordial saludo:

Me dirijo a usted en la oportunidad de saludarle y a la vez agradecer el ejercer de JUEZ EVALUADOR del instrumento, que ha sido elaborado con el fin conocer la información de la investigación: **GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.**

Teniendo en cuenta que usted posee las competencias pertinentes para hacer aporte a esta investigación, se requiere que usted analice cada uno de los ítems, las variables, objetivos, dimensiones e indicadores, así como la redacción y facilidad de comprensión. Las sugerencias que considere adecuadas, serán de gran ayuda para su diseño y validación. Con el fin de obtener un análisis exhausto de los resultados.

Atentamente,

Rafael Enrique Griego Barros
C.C. No 84.087.083 de Riohacha.

1. IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombre y Apellido: Iris Agustina Jiménez Pitre

Cédula de Identidad: 84087083

Título de Pregrado: Ingeniero de Sistemas

Título de Post-Grado: Dr. en Informática Educativa

Cargo Desempeñado: Docente de planta Universidad de la Guajira

2. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo General

Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

- ✓ Proponer lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

De acuerdo a las variables, objetivos, dimensiones e indicadores de la investigación: Gestión del conocimiento aplicado a las empresas del sector turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha , tiene un enfoque Mixto, Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

4.2 DISEÑO INVESTIGATIVO

El diseño de esta investigación es no experimental, ya que en esta no se va a modificar las variables de gestión del conocimiento y turismo, directamente. La investigación no experimental, como afirma Hernández, Fernández & Baptista (2014). Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences, 2009b).

Por consiguiente, será una investigación de tipo transeccional, por que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado Hernández, Fernández & Baptista (2014).

Por otro lado será una investigación de campo, ya que los datos requeridos se obtendrán directamente en el sitio u objeto de estudio donde se presta del turismo del distrito de Riohacha. Esto permitirá que la respuesta al diagnóstico y situación actual de la información.

4.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo proyectiva, ya que se ocupa de cómo deben ser las cosas, para alcanzar unos fines y funcionar adecuadamente, Duarte & González (2015).

Bajo este concepto, se puede afirmar que este tipo de investigación es aplicable al proyecto de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito de Riohacha, ya que en sus objetivos se plantea una situación diagnóstica, se identifican los procesos, políticas y componentes de la oferta turística, y luego se plantea modificar esto, a través de unos lineamientos estratégicos aplicados a la gestión del conocimiento del turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, donde se apliquen redes de cooperación, alianzas público-privadas, gestión estratégica y capacitación permanente con las empresas vinculadas al sector turismo.

5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Según Hernández, Fernández y Baptista (2017), señalan que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

El estudio se realizará en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.

El estudio considera la siguiente población:

Población 1: Los funcionarios de mayor rango que trabajan la Secretaria de desarrollo Económico del Distrito de Riohacha, más específicamente, en la dirección de turismo y dirección de cultura del Distrito de Riohacha

Población 2: los gerentes de las agencias de viajes.

Población 3: los gerentes y secretarias que trabajan en los hoteles y hostales

Población 4: los gerentes de las empresas de transporte Aéreo y terrestre, ubicadas en las terminales.

Luego se hizo una distribución proporcional de cada una de las poblaciones y Casi Siempre a las principales poblaciones con base en el tamaño de cada una. Después de haber hecho la distribución se utilizó el método del Muestreo aleatorio simple.

Con una población de 110 actores aproximadamente, como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Censo de la *Población relacionado con: Dirección de Turismo y dirección de cultura del Distrito de Riohacha, Agencias de viajes, Terminales de transporte, Hoteles y Hostales.*

Población	Discriminación	Número	%
Secretaria de desarrollo económico del Distrito de Riohacha	Dirección de Turismo	2	4%
	Dirección de Cultura	1	
	Dirección de TIC	1	
Agencias de viajes	Agencias de Viajes	17	15%
	Empresas de Tours	6	5%
Hoteles y Hostales	Hoteles	60	54%

	Hostales	14	13%
Terminal	Aérea	4	4%
	Terrestre	5	5%
Total		110	100%

Fuente: elaboración propia (2018). Con datos suministrados por la Cámara de Comercio de la Guajira.

6. MUESTRA

Censo Poblacional 1: Los funcionarios de mayor rango que trabajan la Secretaria de desarrollo Económico del Distrito de Riohacha, más específicamente, en la dirección de turismo y dirección de cultura del Distrito de Riohacha, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: $n_1=4$.

Censo Poblacional 2: los gerentes de las agencias de viajes, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: $n_2= 23$

Censo Poblacional 3: la población son: los gerentes y las secretarias de las personas que trabajan en los hoteles y hostales, Aguilar (2005) dice: Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y se desea saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula:

Dónde:

N = Tamaño de la población: 74

$Z^2\alpha$ = constante (1,96², si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada.5%

$q=1-p$ (en este caso $1-0.05 = 0.95$).

d = precisión (en este caso usare el 5%)

Al remplazar en la fórmula:

$$n = \frac{74 * 1,96^2 * 5\% * 95\%}{(5\%^2) * (74-1) + (1,96^2) * 5\% * 95\%} = 37$$

n=37 Hoteles y Hostales.

Censo poblacional 4: los gerentes de las empresas de transporte Aéreo y terrestre, ubicadas en las terminales, por ser la población tan pequeña se emplea el censo poblacional es decir se utiliza toda la población como muestra es decir: n4= 9.

7. SISTEMA DE VARIABLE

7.1 Variable 1: Gestión del Conocimiento.

7.1.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Como lo expone Calvopiña, Fierro, Velasco & Torres (2017), una adecuada gestión del conocimiento facilita la innovación, porque siempre se contará con los procesos actualizados, lo que permite incluir cualquier modificación en el menor tiempo posible, aumentando la eficacia y efectividad de los mismos y contribuyendo a que el capital intelectual de las organizaciones se mantenga en constante crecimiento (Alzate Molina, C. A., & Gallego Álvarez, G. A., 2012). Gestión es hacer que las cosas sucedan en cualquier área del conocimiento; sin embargo, cuando se dice gestión del conocimiento se está hablando de creación, transferencia, almacenamiento, aplicación y uso del conocimiento mismo (Balmori, R., & Schmelkes, C., 2012).

7.1.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

La Gestión del conocimiento en el Distrito Especial Turístico y Cultural De Riohacha, se define mediante unos lineamientos estratégicos aplicado a las empresas mediante la gestión del Conocimiento, Estos a través de las variables

objeto de estudio, dimensiones e indicadores que se encuentran en el cuadro de operacionalización de las variables, del proyecto en mención.

7.2 Variable 2: Sector Turismo

7.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Turismo: El turismo es la ciencia social con desarrollo trascendente e injerencia política, económica, social, cultural, tecnológica, ambiental y ética en el mundo actualmente; se trata de una tendencia global que implica el conocimiento y reconocimiento de valores humanos, naturales y culturales con implicaciones de interculturalidad, dinamización de la economía y distribución de la riqueza, entre otros asuntos inter-relacionados. (Calvopiña D, Fierro P, Velasco V & Torres N 2017).

7.2.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

La gestión del conocimiento del turismo en el Distrito Especial Turístico y Cultural De Riohacha, se define mediante los lineamientos estratégicos para aplicado a las empresas del sector turístico, Estos a través de las variables objeto de estudio, dimensiones e indicadores que se encuentran en el cuadro de operacionalización de las variables, del proyecto en mención. Ver tabla2

TABLA 2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivo General: Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.

OBJETIVO GENERAL	Analizar la Gestión del Conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, como estrategia para dinamizar el desarrollo económico de la región.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Hacer un diagnóstico de los procesos que se llevan a cabo en la gestión del conocimiento aplicado en las empresas de turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Diagnóstico de los Procesos de Gestión del conocimiento	Adquisición y Difusión del conocimiento	1,2,3,4,5,6
			Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento	7,8,9,10,11,12,13, 14
			Recursos y herramientas tecnológicas	15,16,17,18
			Capacitación y entrenamiento	19,20,21
Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	TURISMO	Componentes que intervienen en la oferta turística.	Elementos del sistema turístico	22,23,24,25,26,27,28
			Factores que determinan la demanda turística	29,30,31,32,33,34,35
			Actores del turismo	36,37,38,39,40,41,42
Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha		Políticas públicas en relación a los programas del sector turismo.	Revisión Bibliográfica	
Proponer lineamientos estratégicos, aplicando la gestión del conocimiento en las empresas del sector turístico en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.		Lineamientos para la gestión del conocimiento del turismo.	Este objetivo se alcanza una vez se logren los objetivos anteriores.	

En el presente proyecto de investigación se utilizara un (1) cuestionario para las variables Gestión del conocimiento y Turismo. Se elaboró el cuestionario con alternativas de respuesta tipo Likert, con cinco (5) opciones de respuestas, las cuales son:

(5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) Algunas veces, (2) Casi Nunca, (1) Nunca

TABLA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	ÍTEMS	OBJETIVO		VARIABLE		DIMENSIÓN		INDICADORES		REDACCIÓN			
				P	NP	P	NP	P	NP	P	NP	A	I		
Realizar un diagnóstico de la gestión del conocimiento en las empresas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.	Gestión del Conocimiento	Adquisición y Difusión del conocimiento	1. En la empresa donde labora, se establece un ambiente propicio para generar nuevos conocimientos.												
			2. Es común la contratación de personal especializado para hacer transferencia del conocimiento.												
			3. La empresa cuenta con estrategias claras de comunicación a nivel interno, para cada uno de sus procesos.												
			4. La empresa programa de manera frecuente, capacitaciones, con el fin de: adquirir nuevos conocimientos en innovación.												

Almacenamiento, actualización y uso del conocimiento	5. En la empresa se motiva al trabajador a compartir nuevos conocimientos con sus cargos superiores.																			
	6. Se difunde entre los empleados información actualizada de documentos sobre los servicios que predominan en el mercado.																			
	7. En la empresa donde labora existen actividades relacionadas con el trabajo en equipo, para estimular el uso eficiente del conocimiento.																			
	8. La empresa donde labora cuenta con recursos financieros para retener el conocimiento.																			
	9. Hay una práctica establecida en la documentación, sobre los procesos que se llevan a cabo en la empresa.																			
	10. El diseño de nuevos procesos se realiza de forma habitual en la empresa.																			
	11. La empresa aplica estrategias de mejora en sus procesos, para llevar a cabo de manera correcta la gestión del conocimiento.																			

			12. La empresa coloca a disposición de sus empleados base de datos con información relevante a su cargo u oficio.															
			13. La empresa coloca a disposición de sus empleados documentos en físico con información relevante a su cargo u oficio.															
			14. En la empresa se hace buen uso de las aplicaciones, con el fin de acceder de manera rápida a la información de los procedimientos de forma ordenada.															
		Recursos y herramientas tecnológicas	15. En la empresa se cuenta con herramientas tecnológicas para mantener actualizada la información que se lleva a cabo en todos sus procesos.															
			16. La empresa hace uso frecuente de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con el fin de publicar información actualizada.															
			17. En la empresa hacen uso de las TIC, para hacer vigilancia tecnológica.															
			18. En la empresa los medios TIC, son de fácil acceso a sus empleados.															

		Capacitación y entrenamiento	19. La empresa donde labora actualiza de manera permanente a sus trabajadores, con el fin de que el nuevo conocimiento sea usado para mejorar sus procesos.																		
			20. En la empresa se organizan capacitación en los idiomas extranjeros.																		
			21. La participación en cursos por parte de las entidades del estado se hace de manera frecuente.																		
	Turismo	Elementos del sistema turístico	22. Los servicios turísticos que ofrece la región van en pro del desarrollo sostenible que maneja la dirección de Turismo del distrito de Riohacha.																		
			23. Las agencias de viajes cuentan con información organizada en sus procesos que permitan generar un servicio de calidad a los turistas.																		
			24. El distrito de Riohacha cuenta con infraestructura hotelera suficiente para la prestación de un servicio eficiente.																		
			25. Los operadores turísticos ofrecen información organizada de los servicios de alojamiento, transporte, alimentación y																		

<p>Identificar los componentes que intervienen en la oferta turística del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha.</p>	<p>Turismo</p>	<p>planes turísticos.</p>																		
		<p>26. Las agencias de viajes llevan actualizada la información de los turistas que visitan la región.</p>																		
		<p>27. Las empresas dedicadas al turismo, cuentan con infraestructura adecuada, que permitan generar un servicio de calidad a los turistas.</p>																		
		<p>28. Los atractivos turísticos se encuentran de manera organizada por parte de la administración del distrito de Riohacha.</p>																		
	<p>Factores que determinan la demanda turística</p>	<p>29. La alcaldía distrital de Riohacha, en cabeza de la dirección de turismo, cuenta con capacitaciones permanentes en el tema del turismo.</p>																		
		<p>30. Las ofertas turísticas en el Distrito de Riohacha son suficiente para que los turistas se motiven a visitar la región</p>																		
<p>31. La dirección de turismo del distrito de Riohacha lleva de manera organizada la información de los sitios</p>																				

Turismo		turísticos de la región.															
		32. La dirección de turismo del distrito de Riohacha cuenta con los recursos necesario y acorde a las exigencias del sector, para ofrecer servicios turísticos de calidad.															
		33. El distrito de Riohacha ofrece actividades de factores motivacionales que permiten al turista sentirse relajado en el sitio turístico que visita.															
		34. Los factores geopolíticos afectan la visita de los turistas a los servicios turísticos que ofrece el distrito de Riohacha.															
		35. Los factores económicos actuales afectan la vista de los turistas a los servicios turísticos que ofrece el distrito de Riohacha															
	Actores del turismo	36. El turismo en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha se hace de manera organizada.															
		37. La dirección de turismo del distrito de Riohacha cuenta con el recurso humano necesario para llevar a cabo la gestión del conocimiento de los servicios															

			turísticos que tiene la región.																
			38. La dirección de turismo del distrito de Riohacha ofrece capacitaciones periódicas a las empresas relacionadas con el sector turístico.																
			39. Al llegar al terminal aéreo de Riohacha, los turistas cuentan con información de la mano de los servicios turísticos que tiene la región.																
			40. Al llegar al terminal terrestre de Riohacha, los turistas cuentan con información de la mano de los servicios turísticos que tiene la región.																
			41. Los sitios turísticos de Riohacha cuentan con guías que permitan explicar de manera breve la información explícita, a los turistas que visitan la región.																
			42. Las empresas de transportes, cuentan con información organizada en sus procesos que permitan generar un servicio de calidad a los																

		turistas.										
<p>Describir las políticas públicas en relación a los programas del sector turismo en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha</p>		Revisión Bibliográfica										
<p>Lineamientos para la gestión del conocimiento del turismo.</p>		Este objetivo se alcanza una vez se logren los objetivos anteriores.										

6. JUICIO DEL EXPERTO PARA EL INSTRUMENTO

6.1. Considera usted que los elementos que comprenden el cuestionario mide los indicadores de manera:

Suficiente --X---- Moderadamente suficiente ----- Insuficiente -----

Observaciones:

6.2 Considera usted que los elementos que comprenden el cuestionario mide las dimensiones de manera:

Suficiente --X-- Moderadamente suficiente ----- Insuficiente -----

Observaciones:

6.3 Considera usted que los elementos que comprenden el cuestionario mide las variables de manera:

Suficiente ---X-- Moderadamente suficiente ----- Insuficiente -----

Observaciones:

6.4 Según su opinión, como experto en el área, el instrumento diseñado es:

Válido --X--- No Válido -----

CONSTANCIA

Yo, LORENA GOMEZ BERMUDEZ, portador de la cédula de ciudadanía No. 40.917.947 por medio de la presente hago constar que, el instrumento de recolección de información que presenta(n) RAFAEL GRIEGO, cursante de la maestría en Gestión de la Tecnología y la Innovación.

en la universidad de La Guajira, en la presentación de su trabajo de grado titulado **GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA**, ha sido aprobado y avalado por mí.

Riohacha, La Guajira a los 15 días del mes de mayo del año de 2019



LORENA GOMEZ BERMUDEZ
C.C. 40917947

Firma

Riohacha, 25 de marzo de 2019

Dra.
MARTHA CASTRILLÓN ROYS
Presente

Cordial saludo:

Me dirijo a usted en la oportunidad de saludarle y a la vez agradecer el ejercer de JUEZ EVALUADOR del instrumento, que ha sido elaborado con el fin conocer la información de la investigación: **GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA.**

Teniendo en cuenta que usted posee las competencias pertinentes para hacer aporte a esta investigación, se requiere que usted analice cada uno de los ítems, las variables, objetivos, dimensiones e indicadores, así como la redacción y facilidad de comprensión. Las sugerencias que considere adecuadas, serán de gran ayuda para su diseño y validación. Con el fin de obtener un análisis exhausto de los resultados.

Atentamente,

Rafael Enrique Griego Barros
C.C. No 84.087.083 de Riohacha.

CONSTANCIA

Yo, MARTHA CASTRILLÓN ROYS, portador de la cédula de ciudadanía No.

Por medio de la presente hago constar que, el instrumento de recolección de información que presenta(n) RAFAEL GRIEGO, cursante de la maestría en Gestión de la Tecnología y la Innovación.

En la universidad de La Guajira, en la presentación de su trabajo de grado titulado **GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN EL DISTRITO ESPECIAL, TURÍSTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA**, ha sido aprobado y avalado por mí.

Riohacha, La Guajira a los 15 días del mes de mayo del año de 2019

Firma

ANEXO C
CONFIABILIDAD DEL PROYECTO

Anexo C

Estadísticas de fiabilidad: Gestión del Conocimiento

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,916	,918	21

Estadísticas de fiabilidad: Turismo

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,869	,868	21

Estadísticas de fiabilidad General del Proyecto

Alfa de Cronbach	N de elementos
,893	42