

“LA ÚNICA FUENTE SEGURA Y DURADERA DE VENTAJA COMPETITIVA ES EL CONOCIMIENTO”

Paola Mercado Afanador¹

El sector turístico a la hora de adoptar el uso de nuevos conocimientos para nutrir los procesos de innovación y desarrollo de productos, requiere fortalecer los vínculos existentes entre éste y la investigación académica. Según los instrumentos de gestión de conocimiento ésta se orienta a la generación de valor para la organización, de acuerdo a:

CAPTURACIÓN

(generación conocimiento)

ESTRUCTURACIÓN

(Aplicación)

TRASMISIÓN

(Diseminación del conocimiento)

La principal forma o desarrollo de las herramientas de gestión del conocimiento se da través del **APRENDIZAJE**, por lo dinámico que es y porque varía con el tiempo, dependiendo la forma como lo asimilan las empresas en su interior, así será su crecimiento y desarrollo.

Históricamente en Colombia, el Sector Turístico ha estado enmarcado por el surgimiento

de las PYMES (Pequeñas y Medianas Industrias) y en la que sus estructuras han sido en muchos casos de tipo familiar, y donde algunas veces se han desarrollado y convertido por ejemplo en la industria hotelera, en importantes y reconocidas cadenas hoteleras. Por tanto, entendiendo que la gestión del conocimiento es una sumatoria de disciplinas en la que las empresas del sector turístico deben entender que esta actividad responde especialmente a las necesidades de lo que quiere el turista (cliente), y en la que aplica perfectamente también al destino y la gestión empresarial, es necesario volcarse para entenderlo en su totalidad.

El reflexionar sobre la importancia que tiene la actividad turística para la economía de los países y de contar con indicadores ó instrumentos estadísticos económicos que concentren trascendentemente información estadística (El entorno internacional, demanda turística, turismo interno, turismo emisor, oferta turística, entre otros.), es sin lugar a dudas, unas de las actuaciones presentes que hemos visto en los destinos. Los gobiernos se han dado cuenta que ya no podemos

¹ Magister en Alta gestión Política para los destinos turísticos.



“suponer” o intuir por ejemplo los niveles de ocupación, o creer que nuestros mercados y que el consumo que se dé sigue siendo el mismo y sin por ningún factor que lo determine.

A nivel de algunas herramientas aplicables a la gestión del conocimiento se han dado, en las que podemos mencionar:

1. El Proyecto Cuenta Satélite de Turismo (CST) de los países de la Comunidad Andina, que fue aprobado por el Comité Andino de Autoridades de Turismo (CA-ATUR) en Marzo de 2007, con el apoyo del Instituto Nacional de Estadística de España (INE). (http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/1285_8.pdf), denota la importancia que tienen las estadísticas desarrolladas así como las Cuentas Satélites de Turismo, por tanto, por las mismas recomendaciones aprobadas por las Naciones Unidas es de esperar la materialización de dicho proyecto en el cual nuestro país siguen trabajando para implementar.
2. Los programas de formación que ponen de manifiesto los beneficios de la cooperación para todo el destino, es decir, los planes indicativos de formación, planes de capacitaciones nacionales, regionales o locales. Las investigaciones y publicaciones a nivel internacional en turismo, como el Barómetro de la OMT, las comunidades de prácticas del sector, entre otras.
3. Desde la práctica del sector privado: Las capacitaciones online, se están convirtiendo en una herramienta en la que las grandes empresas turísticas cuentan con sus propias formaciones y en el que el componente virtual juega un papel fundamental. De igual forma, a través de los mismos gremios, hoteleros, de restauración, agencias de viajes, ya se diseñan sus planes de capacitaciones orientadas a dicha necesidad.
4. Desde el Sector público: Existe una iniciativa global ó regional y es de generar estándares que permitan relacionar la prestación del servicio recibido con lo pagado, a fin de no generar falsas expectativas. Por tanto, se trabaja en la creación de normas de calidad turísticas y sellos de calidad turística. Desde la misma OMT se realizan consultas regionales en el caso de las Américas para generar unas buenas prácticas en las construcciones de estas normas de calidad, donde Chile y Colombia, con el apoyo de Perú, se avanza en la presentación de sus experiencias a fin de homologar esas prácticas y convertirlas en unos insumos para sus afiliados.
5. Desde el sector privado: Actualmente se avanza en la planeación estratégica a través de cuadros de mando, con metodología Balanced score card, así mismo, en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9000, 14000, Normas Técnicas Sectoriales que conllevan a la certificación de calidad turística) en al-



gunos casos con componentes medioambientales, y aplicabilidad de la responsabilidad social empresarial.

6. A nivel de destino, la articulación que desde la ACADEMIA- SECTOR TURISTICO – ESTADO, se debe dar, en aras de lograr un trabajo mancomunado que propenda por ubicar mecanismo de financiación de las investigaciones llevadas a cabo desde las universidades, al igual que el desarrollo de diagnósticos de formación turística para el sector, a fin de mirar la pertinencia de la oferta educativa con el sector y en la que esté dirigida a niveles superiores de formación, son en parte la tarea a las que nos vemos llamados articular.

En conclusión, cada día nos damos cuenta que la actividad turística a nivel mundial va en crecimiento, lo que implica calidad en la producción de información para la toma de

decisiones pertinentes que contribuyan al desarrollo del turismo en nuestros destinos, países y regiones. La OMT, como organismo internacional adscrito en materia de turismo a las Naciones Unidas, y, de manera preponderante, ejerce influencia en las directrices de los gobiernos que se encuentran adscritos a ellos, quiénes son los que dirigen el desarrollo y la aplicación de políticas públicas en materia de turismo, por tanto, estos deben contribuir a una actuación que actualmente para muchos, inclusive para la misma OMT, es nueva en su adopción pública: LA GESTION DEL CONOCIMIENTO. No obstante, en esa aplicación y desarrollo de gestión del conocimiento, surgen las redes del conocimiento, en las que estamos todos involucrados de alguna manera, siendo así motor principal para contribuir a que se gestione de manera pertinente las directrices en materia de políticas turísticas, orientadas con el enfoque de la sostenibilidad.