



Vol. 10, Nº 22 (junio / junho 2017)

## **LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL PATRIMONIO TURÍSTICO CULTURAL. CASO PARROQUIA CACHA EN CHIMBORAZO, ECUADOR**

**<sup>1</sup>Diego Mauricio Calvopiña Andrade**

Universidad Nacional de Chimborazo, / Riobamba, Ecuador.

[calvopinad@gmail.com](mailto:calvopinad@gmail.com)

**<sup>2</sup>Pablo Enrique Fierro López**

Consultora de Producción, Desarrollo y Capacitación COPRODECA Cía. Ltda., / Riobamba – Ecuador.

[pabloenryf@hotmail.com](mailto:pabloenryf@hotmail.com)

**<sup>3</sup>Víctor Medardo Velasco Samaniego**

Universidad Nacional de Chimborazo, / Riobamba, Ecuador

[victorm\\_vs@yahoo.com](mailto:victorm_vs@yahoo.com)

**<sup>4</sup>Natali del Rocío Torres Peñafiel**

Consultora de Producción, Desarrollo y Capacitación COPRODECA Cía. Ltda., / Riobamba – Ecuador

[natalitorres3@gmail.com](mailto:natalitorres3@gmail.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Diego Mauricio Calvopiña Andrade, Pablo Enrique Fierro López, Víctor Medardo Velasco Samaniego y Natali del Rocío Torres Peñafiel (2017): "La gestión del conocimiento en el patrimonio turístico cultural. Caso Parroquia Cacha en Chimborazo, Ecuador", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 22 (junio/junho 2017). En línea:  
<http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-cacha-ecuador.html>

## Resumen

*La presente investigación aborda la contribución de la gestión del conocimiento respecto del patrimonio turístico cultural de la parroquia Cacha en la provincia de Chimborazo, Ecuador; considerando la pertinencia de la innovación en la servucción turística con el soporte metodológico que involucra la gestión del conocimiento. Comprender que el turismo es el estudio de un conjunto de atractivos culturales patrimoniales con elementos diferenciadores, activos de propiedad y ventaja competitiva que confluyen en una suerte de desarrollo turístico sistémico a partir de su puesta en valor es evidenciar la importancia de la gestión del conocimiento. Este estudio tiene como objetivo fundamental analizar la dinámica de la gestión del conocimiento como mecanismo de innovación en el aprovechamiento de los atractivos turísticos culturales de la parroquia Cacha en la provincia de Chimborazo, Ecuador. La investigación bibliográfica sobre la gestión del conocimiento aplicada al turismo, la servucción, los patrimonios culturales y el contexto en el que se desenvuelve el turismo en Ecuador; además de la aplicación de encuestas a personajes representativos del turismo y del quehacer cultural involucrado en el escenario geográfico de estudio contribuyeron con datos que al ser interpretados generaron información y posterior conocimientos expuesto en los resultados de la presente propuesta que determinan el aporte de la gestión del conocimiento en el patrimonio turístico cultural de la parroquia Cacha con orientación al conocimiento del turista, el diseño de circuitos, corredores y productos turísticos culturales patrimoniales, el aprendizaje organizacional; además del incentivo para convertir en universal el aprendizaje individual y organizacional; por lo cual, la gestión del conocimiento se presenta como un aliado oportuno en el desarrollo e innovación del turismo, mismo que provoca una suerte de beneficios para el patrimonio cultural mediante la gestión del conocimiento turístico.*

**Palabras clave:** Gestión del conocimiento, Patrimonio cultural, Servucción, Innovación, Desarrollo turístico.

## Knowledge management in the cultural heritage tourism. Case of Cacha town of Chimborazo , Ecuador

### Abstract

*This research deals with the contribution of knowledge management regarding cultural tourism heritage of Cacha town in the province of Chimborazo, Ecuador; considering the relevance of innovation in the tourism servuction with methodological support involving knowledge management. Understand that tourism is the study of a set of cultural heritage attractions with differentiators, property assets and competitive advantage that come together in a kind of systemic tourism development from its value is to show the importance of knowledge management. This study's main purpose is to analyze the dynamics of knowledge management as a means of innovation in the use of cultural attractions of Cacha town in the province of Chimborazo, Ecuador. The bibliographic research on knowledge management applied to tourism, servuction, cultural heritage and the context in which tourism is developed in Ecuador; in addition to conducting surveys of representative characters of tourism and cultural activities involved in the study geographical scenery contributed data to be read back information and knowledge generated exposed on the results of this proposal to determine the contribution of management knowledge in cultural heritage tourism of Cacha town oriented to the knowledge of the tourist, circuit design, corridors and cultural heritage tourism products, organizational learning; besides the incentive to become universal individual and organizational learning; therefore, knowledge management is presented as a convenient ally in the development and innovation of tourism, it caused a sort of benefits to cultural heritage through tourism knowledge management.*

**Key words:** Knowledge management, Cultural heritage, Servuction, Innovation, Tourism development.

## **1. Introducción**

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. La gestión del conocimiento en cambio; 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. Para la cuestión específica que trata este estudio; el patrimonio turístico cultural evidenciado en los atractivos y expresiones culturales es el principal componente de generación humana que provoca atracción en los turistas; siendo su puesta en valor la mejor evidencia de aplicación de la gestión del conocimiento turístico; de manera que los circuitos, corredores y productos derivados de este proceso resultan ser esenciales en el desarrollo y posicionamiento de destinos únicos y exóticos por sus particularidades propias. En síntesis; 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. La presente investigación tiene como objetivo provocar reflexiones sobre la gestión de conocimiento generada mediante las tecnologías de información y comunicación (TIC) respecto del patrimonio turístico cultural de la comunidad en estudio; por lo cual se realizó una revisión documental en fuentes bibliográficas y electrónicas, aparte de la aplicación de encuestas; todo lo cual permitió llegar a conclusiones orientadas a entender y determinar la relevancia de la transferencia de la información mediante el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), para que la generación del conocimiento sea factor clave de éxito; es decir, un valor agregado del destino turístico sustentado en el diseño de circuitos, corredores y productos con propiedades únicas de patrimonio cultural.

## **2. Estado del Arte**

El nivel más bajo de los hechos conocidos está relacionado con los datos. Los datos no tienen significado intrínseco. Deben ser ordenados, agrupados, analizados e interpretados. Cuando los datos son procesados de esta manera, se convierten en información. La información tiene una esencia y un propósito. Cuando la información es utilizada y puesta en el contexto o marco de referencia de una persona, se transforma en conocimiento. El conocimiento es la combinación de información, contexto y experiencia (Zorrilla, H., 1997).

El conocimiento es todo lo que nosotros tenemos que nos ayuda a interpretar el entorno y, como consecuencia, a actuar (Canals, A., Boisot, M., & Cornella, A., 2003). El conocimiento se puede dar entonces de dos maneras : tacita y explícita, 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 (Alzate Molina, C. A., & Gallego Álvarez, G. A., 2012).

La información está compuesta de datos y hechos organizados, el conocimiento consiste en verdades y creencias, perspectivas y conceptos, juicios y expectativas, metodologías y 'know how' (Zorrilla, H., 1997).

La gestión del conocimiento consiste en optimizar la utilización de este recurso, el conocimiento (Canals, A., Boisot, M., & Cornella, A., 2003). 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 (Canals, A., Boisot, M., & Cornella, A., 2003).

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 Molina, C. A., & Gallego Álvarez, G. A., 2012).

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).

Resulta evidente que conocimiento y aprendizaje deben ir unidos: el conocimiento es el recurso y el aprendizaje es la capacidad para obtenerlo, crearlo y usarlo. Ambos son inseparables. Por tanto, el aprendizaje puede entenderse como una acción que, en sentido amplio, toma el conocimiento como input y genera como conocimiento (Moreno Domínguez, M. J., & Pelayo Díaz, Y., 2007).

Le podemos llamar creación de conocimiento o gestión de conocimiento, pero al final lo que pretendemos es innovar (Ortiz, A. L. A., & Arbonés, Á. L., 2006). La gestión del conocimiento está relacionada con un nuevo concepto de conocimiento dentro de las organizaciones. Es el llamado capital intelectual definido como la suma de todo lo que saben las personas de una determinada organización, que representa una ventaja competitiva en el medio en que desarrolla su actividad económica y que por lo tanto es intangible y difícil de medir.

En cualquier caso, constatamos que el proceso de creación de conocimientos sigue la secuencia exploración-explotación. Por un lado, se exploran los espacios generadores de informaciones y conocimientos y, por otro, se explotan todos aquellos inputs de interés estratégico y que admiten actuaciones de mejoras continuas encaminadas a convertir los conocimientos en fuente de competencias (Escorsa, P., Maspons, R., & Llibre, J., 2001).

La generación y diseminación del conocimiento juega un papel importante en el crecimiento económico, lo cual significa estar haciendo un aporte a la innovación (Páscale, R., 2005).

La constante transformación humana, cultural y por ende ambiental que se ha experimentado en el planeta tierra es producto de la revolución creativa y de pensamiento generada por el ser

humano; lo cual de manera particular para el análisis de este estudio facilita entender la integración de las ciencias sociales y administrativas con las tecnologías de información y comunicación en función de los continuos y permanentes desafíos de aprender la ciencia y entender a quién, cómo, para qué y por qué la genera el ser humano (Calvopiña, D., 2015).

Para entender mejor consideremos el siguiente ejemplo: Se trata de dos personas en un salón de clase; una de ellas es docente con algunos años de experiencia en psicología y la otra es una persona que jamás ha impartido clases sobre la asignatura en cuestión. A ambas se les entrega un manual con información sobre sustentar una clase de psicología para que lo puedan hacer. El docente de psicología ya tiene un conocimiento construido en su mente con toda la información organizada, interrelacionada e interpretada para sustentar la clase, por lo cual hacerlo no representaría inconveniente alguno; en tanto que la segunda persona no es capaz de sustentar la clase de psicología a pesar de que tiene la información para ello ya que en su mente no ha construido el conocimiento necesario para sustentar una clase de psicología; es decir, tiene la información, pero no la ha interpretado en su mente. Ahí radica la diferencia principal entre conocer y poseer información (Calvopiña, D., 2015).

La gestión del conocimiento se refiere generalmente a un sistema para administrar el conocimiento en las organizaciones y puede ser de base documental, ontológica, semántica, de inteligencia artificial, de servicio y social (Mouhim, S., Aoufi, A. E., Cherkaoui, C., Megder, E., & Mammass, D., 2011). Por lo cual; 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 (Mouhim, S., Aoufi, A. E., Cherkaoui, C., Megder, E., & Mammass, D., 2011).

Entonces; se consideran cuatro pilares básicos para describir un proyecto de gestión del conocimiento, ya que permite definir acciones orientadas a alcanzar los objetivos de la empresa teniendo en cuenta las necesidades básicas para el desarrollo de la actividad diaria; a saber: PERSONAS; equivalente al talento humano y cultura organizativa asociada, PROCESOS; referidos a la estrategia de negocio, organización, metodología y rutinas, vinculando el conocimiento asociado a estas áreas; CONTENIDOS; cuya terminología engloba la información, interna y externa, crítica para el éxito de la organización; y TECNOLOGIA; misma que hace referencia al software y hardware necesario para recoger, almacenar y distribuir los datos, la información y el conocimiento explícito e implícito auditado (Garcia-Alsina, M., 2004).

De tal manera que; sólo conociendo las necesidades de información y conocimiento de las personas, el capital intelectual y los hábitos de la empresa, se pueden plantear mecanismos de motivación del personal, fomentar el intercambio y la explicitación del conocimiento tácito; únicamente conociendo los procesos y las tareas asociadas a cada uno permite ver la cadena de valor de la empresa, y, por tanto, dónde se genera el conocimiento tácito y explícito, y los flujos de información de más valor para el capital intelectual de la empresa; aspectos que permiten definir la gestión de contenidos necesaria para la organización, no solo desde el punto de vista de los documentos que se generan y los documentos precisos para generar nivel de actividad de la organización, es decir la toma de decisiones, producción y comunicación externa, entre otros; además de que la gestión de contenidos, en cuanto a su elaboración, captación, almacenamiento, recuperación y mantenimiento, y, la necesidad de mantener flujos

de información para disponer de la información "just in time" requieren de herramientas tecnológicas con unos requisitos mínimos que hagan el sistema usable y amigable, y que no sean por sí mismas el factor de fracaso del proyecto de gestión del conocimiento. Asimismo, para seleccionar estas herramientas, se debe conocer los otros pilares (García-Alsina, M., 2004).

Adicional; 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 (Arostegi Artetxe, A., 2004); 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 (Arostegi Artetxe, A., 2004). 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.

En resumen, podemos considerar los siguientes enfoques de la gestión del conocimiento ajustados al asunto del turismo en la siguiente tabla:

Tabla 1. Gestión del Conocimiento: Enfoques generales

AUTOR	LA GESTION DEL CONOCIMIENTO
Wiig (1993)	La gestión del conocimiento hace que la organización actúe de forma más inteligente, facilitando la creación, acumulación, desarrollo y uso de conocimiento de calidad.
Nonaka e Takeuchi (1997)	La capacidad de crear conocimiento, difundirlo en la organización e incorporarlo en productos, servicios y sistemas, convirtiendo el conocimiento individual en la organización a través del flujo de conocimiento tácito en explícito.
Choo (1998)	El autor presenta una fuerte relación entre la creación de conocimiento, la creación de significados y de toma de decisiones.
Davenport e Prusak (1998)	La gestión del conocimiento hace que la organización actúe de forma más inteligente, facilitando la creación, acumulación, desarrollo y uso de conocimiento de calidad.
Firestone e McElroy (2004)	La gestión del conocimiento es el conjunto de procesos que tiene por objetivo modificar los actuales modelos de procesamiento del conocimiento organizacional para mejorar tanto el proceso como los productos del conocimiento.

De lo cual se colige y sintetiza que la gestión del conocimiento es un valor agregado empresarial derivado de la gestión humana, cuyo aporte radica en la sabiduría con que se optimizan los elementos constitutivos, mediante el cumplimiento de objetivos y metas a partir de la aplicación eficaz, eficiente, efectiva y ética de los procesos organizacionales.

Respecto del turismo en cambio; cabe señalar que se destinan desde hace varias décadas ingentes recursos materiales y personales para su estudio, se ha convertido en la dedicación de una pléyade de estudiosos de muy desigual nivel de preparación (De Escalona, F. M. (2014). No es de extrañar por ello que si existe la filosofía se ofrezca en paralelo una filosofía del turismo y, por idénticas razones, una biología del turismo o una arqueología del turismo (De

Escalona, F. M. (2014); y así, ha surgido hace pocos años la eventual necesidad de una metodología del turismo y una epistemología del turismo (De Escalona, F. M. (2014), por lo que complementariamente se manifiesta que la organización turística en el nuevo contexto de la pérdida progresiva de la competitividad de marketing y el crecimiento de la comunidad de los e-compradores, necesita explotar nuevos mercados. Más que eso, algunos viajeros requieren planificar su feriado sin preguntar a los operadores de turismo (Mouhim, S., Aoufi, A. E., Cherkaoui, C., Megder, E., & Mammass, D., 2011).

Por lo que; respecto de la importancia de la creación, almacenamiento y transferencia del conocimiento, orientados a la innovación y ventajas competitivas; tenemos a continuación la siguiente síntesis que refiere la relación entre la sostenibilidad de la gestión del conocimiento y la estabilidad laboral, además del conocimiento del consumidor y el uso del conocimiento respecto de la dinámica de la operación turística.

Tabla 2. Gestión del conocimiento: Orientación al turismo.

AUTOR	AÑO	APORTE
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 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.

Entonces; 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, F. V., 2014, April); de forma que es preciso destacar que los atractivos y posteriores productos turísticos son el resultado de la puesta en valor por parte del turista del patrimonio, realidad e historia de una determinada comunidad en un territorio. Es por esta razón que el territorio tiene un papel activo dentro de la actividad turística, transformando a la misma y, al mismo tiempo, dejándose transformar por ella. Dicho lo anterior se puede entender al territorio como la relación constante entre un espacio material y un espacio simbólico. El espacio material hace referencia al espacio físico donde se emplaza la actividad humana; mientras que el espacio simbólico hace referencia a los valores que la sociedad carga en el espacio material dando lugar a la apropiación de ese territorio

(Almirón, A., Bertoncello, R., & Troncoso, C. A., 2006), lo que implica una suerte de involucramiento de la cultura en el tratamiento de la gestión del conocimiento y del turismo.

Concomitantemente; los trabajos de Peter Senge y Nonaka Takeuchi, dan soporte a la idea a la organización que se adapta tomando como base el aprender constantemente y el crear conocimiento, pasando de gestionar recursos escasos a aprovechar algunas de las numerosas oportunidades que existen en el entorno (Arbonés, Angel L, 2006).

Seleccionar herramientas adecuadas a la implantación de un proyecto de gestión del conocimiento no es sencillo habida cuenta la amplia variedad que ofrece el mercado (García Alsina, Montserrat, 2004).

Qué es el turismo entonces?; respecto de la gestión del conocimiento? Pues; el turismo es la actividad humana relacionada directamente con la naturaleza y la cultura; ambas, son fuente - origen de su desarrollo sostenible y conforman su dimensión espacio – tiempo donde anfitriones y turistas pretenden satisfacer sus particulares expectativas de experiencia de vida particular y de convivencia en una comunidad; esto es lo que conocemos como turismo comunitario; siendo un motor clave para el desarrollo de determinadas zonas geográficas en base a sus recursos naturales; de manera que la puesta en valor de diferentes recursos está articulando la creación de una oferta turística sostenible que sirva para dar respuesta a la demanda de unos viajeros cada vez más exigentes y que buscan nuevas experiencias. (Calvopiña Diego, 2014). El turismo se presenta como uno motor clave para el desarrollo de determinadas zonas geográficas (Castillo Ana, 2011).

El turismo es significativo no sólo por su expresividad económica y por la generación de ingresos, sino debido al impacto que ejerce en las comunidades, en sus rutinas cotidianas o en la forma en que son influidas por el mundo exterior (Barreto, 2002; Hall, 2001; Ruschmann, 2001).

De forma complementaria; turismo y cultura son uno de los muy abundantes binomios que podemos encontrar en la ingente y tumultuosa literatura que desde hace décadas se escribe sobre el turismo; para algunos el turismo es cultura y la cultura es la esencia del turismo.

Los suizos Hunziker y Krapf (1942) sostuvieron que el estudio del turismo es en realidad una sociología de la cultura. Tal vez lo consideraron así porque para entonces la inmensa mayoría de los turistas hacía turismo para visitar monumentos y ruinas de la antigüedad y no como acontece ahora, para bañarse y dorarse en las playas del Mediterráneo o del Caribe.

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.

Sin embargo; la cultura, además de cultivo de la naturaleza tierra, es cultivo de la naturaleza humana; es transformación del hombre que habla, el cual “es el principio y origen de la cultura”. La cultura es un producto humano. La cultura es todo lo que el hombre ha creado, transformado y ha puesto a su servicio.

La antropología cultural se ocupa de estudiar las instituciones sociales de los diferentes pueblos que vivieron en el pasado y también de los que viven en el presente. La antropología



cultural, también conocida como social, es la rama de la antropología que centra su estudio en el conocimiento del ser humano por medio de sus costumbres, relaciones sociales y con su entorno, estructuras políticas y económicas, urbanismo, medios de alimentación, salubridad, creencias y ocupación del tiempo libre.

La relación de la gestión del conocimiento con la cultura y el patrimonio se evidencia por el turismo; por cuanto el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (Organización Mundial del Turismo, 2001); mientras que la cultura es el “conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO; 1996:1). Por lo que se deriva que el turismo patrimonial es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado (Schulte, S., 2003).

La UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos”; como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales” (UNESCO, 1982).

Esta descripción deriva en que el Turismo Cultural es una actividad que tiene implicancias sociales porque está dirigido a satisfacer las necesidades e intereses de las personas; económicas ya que, a partir de bienes culturales, es capaz de generar ingresos y rentabilidad a favor de la comunidad local; culturales porque permite conocer los modos de vida diferentes, además de promover un intercambio cultural entre la comunidad anfitriona y los visitantes; educativa debido a que puede ser un medio de formación o aprendizaje y respeto por otra u otras culturas; medioambiental ya que debe presentar un enfoque de conservación de los recursos naturales, y no degradar o destruir el escenario natural donde se desarrolla la actividad turístico cultural y política debido a que permite responder a los lineamientos, programas y planes de desarrollo a nivel nacional, regional y comunal (Schulte, S., 2003). El turismo, como todo fenómeno social, es sin duda multidimensional.

El turismo patrimonial en cambio; corresponde al desplazamiento de personas motivadas por el interés especial que presentan los recursos patrimoniales de un lugar o zona específica (Schulte, S., 2003).

Por lo general, se tiende a confundir el turismo patrimonial y el turismo cultural. Es cierto, su relación es muy estrecha; sin embargo, el turismo cultural representa un concepto más amplio que el turismo patrimonial (Ashworth, G.J. 2005). El turismo patrimonial se centra principalmente en los bienes y expresiones patrimoniales como motivación turística (Schulte, S., 2003).

De acuerdo a la UNESCO: “el patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones”. Este legado puede ser de carácter material e inmaterial, manifestándose en monumentos, edificios, festividades, ritos, costumbres, valores, tradiciones, lenguajes, artesanías, sitios de valor históricos, estético, científico, arqueológico, etnológico y antropológicos, entre otros.

El turismo patrimonial aporta beneficios a la comunidad anfitriona y motiva el cuidado de sus bienes culturales y las tradiciones vivas mediante un compromiso entre la ciudadanía, los empresarios turísticos y las entidades públicas relacionadas, en pos de gestionar los sitios patrimoniales para un uso turístico sustentable, aumentando su protección en beneficio de las generaciones futuras (Schulte, S., 2003).

Por lo que este trabajo ofrece la posibilidad de analizar la gestión del conocimiento en el turismo mediante su aplicación en el diseño de circuitos, corredores y productos turísticos con la finalidad de poner en valor las expresiones culturales de Cacha en la provincia de Chimborazo y además ponerlos en consideración mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, con sujeción al análisis de holística de los actores y componentes organizacionales del potencial destino turístico. Los objetivos a lograrse dependen de la comprensión conceptual de la gestión del conocimiento, el turismo, la servucción turística, el patrimonio cultural, la revisión de literatura científica relacionada, la convivencia con los actores locales, los métodos y los resultados relevantes del estudio desarrollado.

### **3. Materiales y métodos.**

El estudio sobre la gestión del Conocimiento en el patrimonio turístico cultural de Cacha de la provincia de Chimborazo se realizó en atención a la metodología de la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial aplicado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador conformado por ámbitos y subámbitos. (Tabla N° 1).

La investigación se realizó en Cacha durante el primer semestre de 2016. Para el desarrollo de esta investigación de campo se aplicaron encuestas y entrevistas a los representantes culturales de la comunidad, pobladores, portadores y especialistas en turismo; con la finalidad de identificar los atractivos culturales inmateriales, registrarlos en fichas técnicas y a continuación evaluar el grado de importancia de los datos, información y conocimientos logrados para mediante el diseño de corredores culturales evidenciar la importancia que representa la aplicación de la gestión del conocimiento, la innovación y las tecnologías de la información en función de la puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial mediante el turismo. A partir de los datos generados por los participantes, identificada la realidad de la gestión del conocimiento en el patrimonio turístico cultural de Cacha de la provincia de Chimborazo y analizados todos los elementos e insumos estadísticos fue posible establecer realidades respecto del tema de estudio y además proponer estrategias y mecanismos orientados a fortalecer la gestión del conocimiento turístico con enfoque al patrimonio cultural; logrando concluir que involucrar los asuntos propuestos en la presente investigación es prioritaria para desarrollar y consolidar la servucción turística del patrimonio cultural mediante la generación de productos como son los corredores turísticos y su posterior difusión mediante la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación.

El método se basó en analizar hechos propios de la parroquia Cacha, lo cual ayudó a obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares; de igual manera se realizó un diagnóstico de su estado actual del patrimonio cultural inmaterial, analizando al patrimonio como un todo. Para este caso se empleó el método inductivo por cuanto la investigación fue sobre hechos propios del lugar de estudio, que permitió obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares. Por el propósito del tipo de estudio, la investigación es aplicada porque permite reforzar y no modificar la realidad presente; además se trata de una investigación histórica porque describe y analiza hechos, personas e ideas ocurridas en un tiempo y espacio determinado de Cacha; y finalmente descriptiva porque permite realizar un diagnóstico del estado actual de su patrimonio cultural inmaterial desde un enfoque holístico.

Respecto de la población y muestra se consideró el número de habitantes registrado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cacha 2012-2021.

Tabla 3. Población de la Parroquia Cacha.

UNIVERSO	CANTIDAD
Habitantes de Cacha	3.376

Fuente: PDOT 2012-2021 de la parroquia Cacha.

Elaborado por: Michelle Guadalupe

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó en cuenta la población total de Cacha identificándose como informantes a representantes de la comunidad, especialistas en turismo, pobladores y portadores; por lo que se aplicaron 149 encuestas en el primer caso y 6 entrevistas para el segundo caso; de acuerdo a la siguiente fórmula aplicada.

$$\begin{aligned}
 & \frac{p \cdot q \cdot N}{\frac{(N-1)E^2}{k^2} + p \cdot q} \\
 \text{DATOS:} \\
 N (\text{Tamaño de la población}) &= 3376 \\
 n (\text{Tamaño de la muestra}) &= \\
 E (\text{Error máximo aceptable}) &= 0.08 \\
 p (\text{Probabilidad de ocurrencia de un fenómeno}) &= 0.50 \\
 q (\text{Probabilidad de no ocurrencia de un fenómeno}) &= 0.50 \\
 K (\text{Constante de corrección del error}) &= 2 \\
 & \frac{0.50 * 0.50 * 3376}{\frac{(3376-1)0.08^2}{2^2} + 0.50 * 0.50} \\
 & \frac{(3375)0.0064}{844} + 0.25 \\
 & \frac{21.6}{844} + 0.25 \\
 & \frac{5.4 + 0.25}{844} \\
 & \frac{5.65}{844} \\
 n &= 149
 \end{aligned}$$

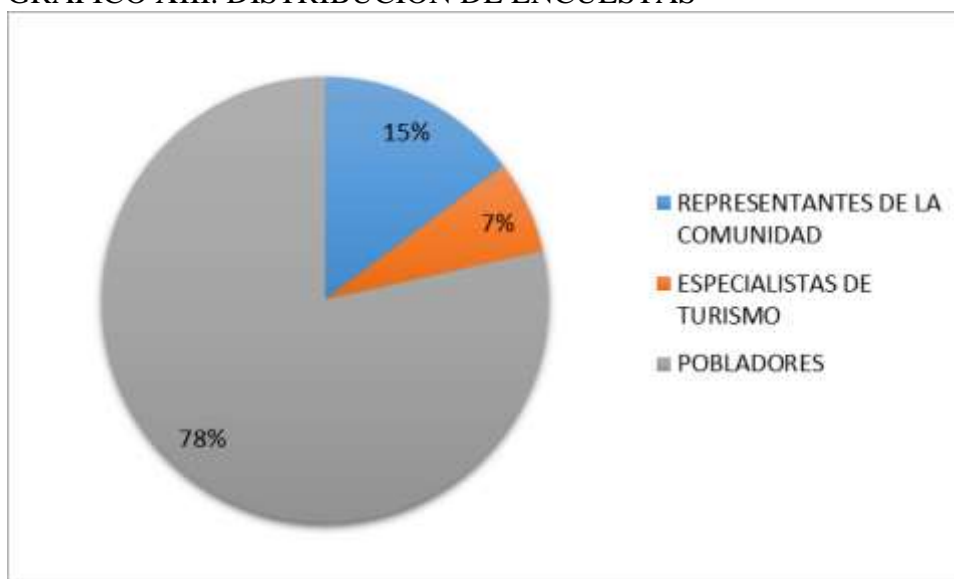
TAMAÑO DE LA MUESTRA

REPRESENTANTES DE LA COMUNIDAD	22	15%
POBLADORES	117	78%
ESPECIALISTAS DE TURISMO	10	7%
TOTAL	149	100%

Fuente: Tamaño de la muestra.

Elaborado por: Michelle Guadalupe

GRÁFICO XIII. DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS



Fuente: Tamaño de la muestra.

Elaborado por: Michelle Guadalupe

TABLA IV. DISTRIBUCIÓN DE ENTREVISTAS

PORTADORES	6	100%
TOTAL	6	100%

Fuente: Tamaño de la muestra.

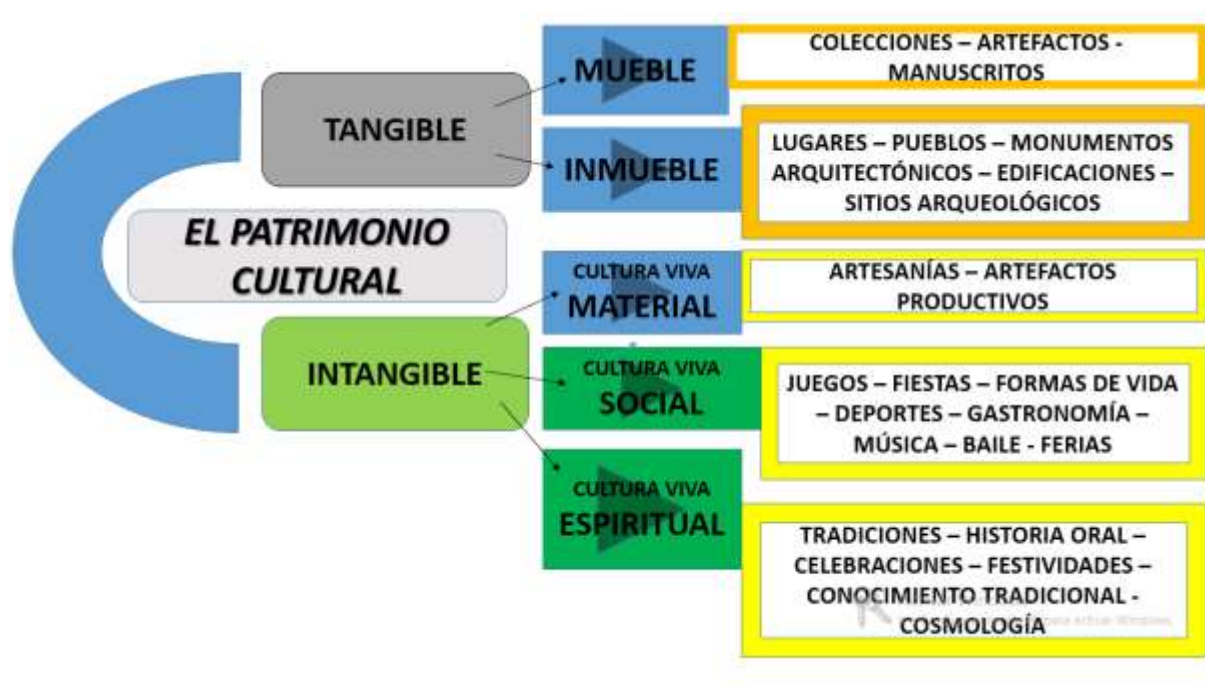
Elaborado por: Michelle Guadalupe

Por motivo de recopilación de información para el registro del patrimonio cultural inmaterial se identificó a seis portadores quienes son personas con el conocimiento o saber de las manifestaciones culturales inmateriales.

En la presente investigación; la recopilación de datos sobre el patrimonio cultural inmaterial se realizó mediante entrevistas que se plasmaron en las fichas de registro del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, de las 22 comunidades de la parroquia Cacha; en tanto que para identificar la información, conocimiento y gestión del conocimiento se aplicaron sendas encuestas a los pobladores de la comunidad, representantes comunitarios y especialistas en turismo.

Para el procesamiento de información se utilizó una matriz para ver el grado de vulnerabilidad del patrimonio cultural inmaterial para poder seleccionar las manifestaciones culturales susceptibles de aprovechamiento turístico; en consideración a que de acuerdo a la UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial más vulnerable requiere mayor atención para ser tratado y difundido. Para este caso; el procesamiento de información requirió la estadística descriptiva, misma que permitió describir y comprender la importancia y necesidad de registrar el patrimonio cultural inmaterial con orientación turística.

Tabla 3. Clasificación del patrimonio cultural



#### 4. Resultados

Se estableció la necesidad de contar con un sistema de análisis integral sobre la incidencia y existencia de la gestión del conocimiento que se desarrolla a partir de los datos sobre las manifestaciones culturales inmateriales de Cacha; además de reconocer la relación lógica entre la gestión del conocimiento, la innovación, los procesos organizacionales del turismo y las tecnologías de la información. Se evidencio el interés sobre el asunto propuesto para trabajar en el desarrollo, la investigación y la innovación a partir de la aplicación de modelos de validación de conocimientos y aplicación de procesos de la gestión del conocimiento. Siendo posible esto al formar y capacitar a los actores involucrados en la actividad turística mediante la aplicación de estrategias que permitan el aprovechamiento de la gestión del conocimiento en beneficio y posibilidad de generar competitividad y posicionamiento. La interacción provocada mediante la cita que motivó la aplicación de encuestas y entrevistas permitió generar interés respecto del asunto en estudio, por su pertinencia, implicando iniciativas de actividades orientadas al aprovechamiento de las manifestaciones culturales inmateriales concurrentes con la gestión del conocimiento. Con esto, se aprende a recordar para convivir, para entender el valor de la identidad, se mejora el entendimiento acerca de lo que se es y tiene, desmitificando estereotipos, comprendiendo el valor de los aspectos

culturales, entendiendo que los miembros de la comunidad son más iguales que diferentes, justipreciando el conocimiento acerca del acervo cultural de tradiciones. Todo lo cual dio como resultado determinar conocimientos, aptitudes y habilidades de los actores, para en función de ello definir si los actores estarían en la capacidad de aportar en el desarrollo del turismo comunitario sostenible mediante la aplicación de mecanismos y estrategias de revitalización cultural para las comunidades encuestadas.

**TABLA V. EVALUACION DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE CACHA**

**Fig. 1.** Mapa de la República del Ecuador con sus provincias.

**Tabla N° 2.** Mapa de la provincia de Chimborazo con sus cantones.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL	CRITERIO							
	PROTAGONISMO INELUDIBLE DE LA COMUNIDAD	PELIGRO INMINENTE DE DESAPARICION	CONTINUIDAD	TRANSMISION	NIVEL DE IDENTIFICACION DE LAS COMUNIDADES CON EL PCI	MARCOS ESPACIALES PROPIOS (UTILIZACION DE ESPACIOS PROPIOS)	TOTAL	PROMEDIO
1. ARTESANIAS EN SHILPALA	2	2	2	3	3	3	15	2.5
2. BAÑO RITUAL	3	3	3	3	3	3	15	2.5
3. CANTOS DE CARNAVAL RELACIONADOS CON LA DEVOCION AL CRISTO DE ALAJAHUAN	3	3	3	3	3	3	18	3
4. CARNAVAL DE CACHA	3	3	3	3	3	3	18	3
5. CELEBRACION AL CRISTO DE ALAJAHUAN	3	3	3	3	3	3	18	3
6. CUENTOS DE ANTOGALLA	2	1	1	1	2	3	10	1.6
7. CUENTO DEL CONDOR CAZADOR	2	1	1	1	2	3	10	1.6
8. FIESTAS DE PARROQUIALIZACION DE CACHA	3	3	3	3	3	3	18	3
9. FRIEGAS EN CACHA	3	3	3	3	3	3	18	3
10. GALLO ENTERRADO	3	3	3	3	3	3	18	3
11. HISTORIA DE FERNANDO DAQUILEMA	3	2	2	2	3	3	15	2.5
12. HISTORIA DE LA IGLESIA DE ALAJAHUAN	3	3	3	3	3	3	18	3
13. HISTORIA LOCAL DE PUCARA QUINCHE	3	2	3	2	3	3	16	2.6
14. ILLAHUA	1	1	1	1	1	2	7	1.1
15. JAGUAY	2	1	1	1	2	3	10	1.6
16. LEYENDA DE ATUN AYA	3	2	2	2	2	2	13	2.1
17. LEYENDA DEL TESORO DE ATAHUALPA	2	3	2	2	2	3	14	2.3
18. MAL DEL CERRO	3	2	2	2	2	3	14	2.3
19. MEDICINA TRADICIONAL PUCARA QUINCHE	3	2	2	2	3	3	15	2.5
20. MONTE ALANCACHUAN	3	3	3	3	3	3	18	3
21. MUSICA DE ALAJAHUAN	3	3	3	3	3	3	18	3
22. OFICIO TRADICIONAL DEL PONCHO	3	1	1	1	3	2	11	1.8
23. PARTERIA	3	2	2	1	2	3	13	2.1
24. RITO DE LA ULTIMA DESPEDIDA	3	2	2	2	3	3	15	2.5
25. TEXTILERIA EN CACHA	1	1	1	1	3	3	10	1.6
26. TUNDA	1	1	1	1	1	3	8	1.3

Fuente: Fichas de Registro de Patrimonio Cultural Inmaterial

Elaborado por: Michel Guadalupe

El criterio de calificación es el siguiente:

**TABLA VI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

VULNERABILIDAD	VALOR CUANTITATIVO
ALTA	1
MEDIA	2
BAJA	3

Fuente: Guía metodológica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

Elaborado por: Michel Guadalupe

Cada criterio está basado en la metodología del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador para identificar el grado de vulnerabilidad de cada una de las manifestaciones culturales de la parroquia Cacha.

El valor cuantitativo que se le dio a cada grado de vulnerabilidad es el siguiente: el grado de vulnerabilidad alto es el más alarmante debido a que se encuentra en riesgo de desvanecimiento con necesidad de una acción de salvaguardia inmediata y a este se le asignó el valor numérico uno, al grado de vulnerabilidad media se le asignó el valor numérico dos debido a que en este hay un riesgo leve, el grado de vulnerabilidad baja se le asignó el valor numérico tres ya este no se encuentra en riesgo.

**TABLA VII. NIVEL DE VULNERABILIDAD DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

<b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>NIVEL DE VULNERABILIDAD DEL PCI</b>
1. Artesanías en shilpala	2.5	Media
2. Baño ritual	2.5	Media
3. Cantos de carnaval relacionados con la devoción al Cristo de Alajahuan	3	Baja
4. Carnaval de Cacha	3	Baja
5. Celebración al Cristo de Alajahuan	3	Baja
6. Cuentos de Antogalla	1.6	Alta
7. Cuento del Condor cazador	1.6	Alta
8. Fiestas de parroquialización de Cacha	3	Baja
9. Friegas en Cacha	3	Baja
10. Gallo enterrado	3	Baja
11. Historia de Fernando Daquilema	2.5	Media
12. Historia de la Iglesia de Alajahuan	3	Baja
13. Historia local de Pucara Quinche	2.6	Media
14. Illahua	1.1	Alta
15. Jaguay	1.6	Alta
16. Leyenda de Atun Aya	2.1	Media
17. Leyenda del tesoro de Atahualpa	2.3	Media
18. Mal del Cerro	2.3	Media
19. Medicina tradicional Pucara Quinche	2.5	Media
20. Monte Alancachuan	3	Baja
21. Música de Alajahuan	3	Baja
22. Oficio tradicional del Poncho	1.8	Alta
23. Partería	2.1	Media
24. Rito de la última despedida	2.5	Media
25. Textilería en Cacha	1.6	Alta
26. Tunda	1.3	Alta
<b>PROMEDIO GENERAL</b>	<b>1.04</b>	<b>ALTA</b>

Fuente: Guía metodológica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

Elaborado por: Michel Guadalupe

En el análisis de evaluación del estado del patrimonio cultural inmaterial de la parroquia Cacha nos indica que 9 manifestaciones culturales se encuentran en el grado de vulnerabilidad baja, 10 manifestaciones culturales se encuentran en el grado de vulnerabilidad media y 7 manifestaciones culturales se encuentran en el grado de vulnerabilidad alta, las cuales necesitan acciones inmediatas de salvaguardia. El promedio general del grado de vulnerabilidad del patrimonio cultural inmaterial de Cacha se encuentra en el grado alta por lo que se necesita una acción inmediata para poder preservar el patrimonio y que no se vaya perdiendo gradualmente, es por ello que se puede tomar como acción inmediata la creación de rutas turísticas culturales, la cual ayudará a la difusión de cada una de las manifestaciones culturales tanto a turistas nacionales, extranjeros y miembros de la comunidad que por diversos motivos no las conocen.



## 5. Conclusiones

Como resultado de esta investigación bibliográfica y práctica respecto de la incidencia de la gestión del conocimiento en el patrimonio cultural inmaterial de la Parroquia Cacha; se concluye que a pesar de su importancia y pertinencia no es motivo de aprovechamiento ni gestión. Aunque su incidencia radica en un valor específico de competitividad que es la calidad del servicio; no existe suficiente interés por el desarrollo, la investigación, la innovación y el uso de las tecnologías de la información.

Respecto de la investigación bibliográfica; se puede coleccionar una amplia diversidad de productos aplicables a la realidad del turismo; además se evidencia dispersión en los conocimientos individuales que no redundan en conocimiento organizacional y contribución de la gestión estratégica, adquisición, difusión y retención del conocimiento. Las limitaciones se resumen en la falta de aplicación de la Gestión del Conocimiento en los procesos se marcaría la diferencia entre la atención y prestación del servicio; además del reducido intercambio de información entre los operadores de turismo en general; lo cual pretende ser corregido mediante la inversión en capacitación profesional para garantizar la calificación de los colaboradores, la buena relación con los colegas y proveedores y su participación activa en las asociaciones locales. Aunque la gestión del conocimiento es un factor fundamental de privilegio por sus características y herramientas; no es determinante en los resultados generales por su poca participación en los procesos organizacionales.

Permite que más bienes y prácticas culturales sean registradas y catalogadas, formando parte de circuitos turísticos de alto valor.

Favorece la difusión de este patrimonio, respetando las medidas de protección.

Permite capacitar y formar a agentes locales sobre la conservación de estos bienes patrimoniales, involucrando a la comunidad en su manejo.

En síntesis, lo que plantea la sostenibilidad patrimonial, es que la acción turística no debe restringirse a la visitación pasiva de los bienes o recursos patrimoniales de un territorio o localidad. Por el contrario debe promover la valorización y preservación del atractivo, para lo cual es necesario que el emprendedor turístico y el visitante tomen un rol activo y dinámico en los procesos sociales, culturales y económicos del territorio donde existe tal recurso.

El diseño de corredores turísticos con características culturales de patrimonio inmaterial implica establecer vínculos con el patrimonio artístico y cultural de la parroquia Cacha, con orientación al uso y disfrute de las personas que particularmente son utilizados por turistas. Esta suerte de producto turístico cultural se diseña y destaca por su fuerte vínculo con la comunidad local, ya que los habitantes y sus costumbres o expresiones culturales se convierten en el motivo o atractivo diferenciador; aquello que hace que un lugar sea agradable, único y diferente para visitar.

La gestión del conocimiento turístico permite evidenciar antiguas y auténticas técnicas agrícolas, el valor del patrimonio campesino intangible y en especial la vivencia in situ del turista con la comunidad; aquello que es la razón de ser del turismo, una experiencia vivencial única e irrepetible.

El proceso de la puesta en valor de las manifestaciones culturales inmateriales en el turismo mediante la gestión del conocimiento implica la identificación y caracterización de los turistas; además de la determinación de los requerimientos del producto turístico y la articulación apropiada de sus componentes básicos.

La gestión del conocimiento en el turismo implica el respeto por la diversidad sociocultural y, particularmente por las culturas locales; sin afectar el tejido social de la comunidad; apoyando la preservación y revitalización de los atractivos turísticos.

Conocer y gestionar el conocimiento del turismo provoca la equidad social puesto que los beneficios económicos y sociales derivados del turismo son distribuidos en la comunidad receptora, generando mejores oportunidades y desarrollo, considerando que el turismo pretende una mejora integral de la calidad de vida y respeto por la riqueza cultural y patrimonial.

## Referencias

1. Mouhim, S., Aoufi, A. E., Cherkaoui, C., Megder, E., & Mammass, D. (2011, April). Towards a knowledge management system for tourism based on the semantic web technology. In *Multimedia Computing and Systems (ICMCS), 2011 International Conference on* (pp. 1-6). IEEE.
2. Dos Anjos, F. A., Limberger, P. F., dos Anjos, S. J. G., & Domareski, T. C. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos: Estudio en una agencia de viajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 722-737.
3. Garcia-Alsina, M. (2004). Arquitectura de la gestión del conocimiento: metodología para la selección de software.
4. Moscoso, F. V. (2014, April). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. In *Congreso de Turismo: "El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos" (Ushuahia, Argentina, 2013)*.
5. Almirón, A., Bertoncello, R., & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15, 101-124.
6. Inche Mitma, M. S. J. L., & Merino, Á. (2010). Indicadores de Gestión del Conocimiento. *Ciencia en su PC*, (2).
7. Moreno Domínguez, M. J., & Pelayo Díaz, Y. (2007). Thalec: Modelo para la gestión interna del conocimiento. *Capital Humano*, (208), 68-82.
8. Moreno Domínguez, M. J., & Pelayo Díaz, Y. (2007). Thalec: Modelo para la gestión interna del conocimiento. *Capital Humano*, (208), 68-82.

9. Ortiz, A. L. A., & Arbonés, Á. L. (2006). *Conocimiento para innovar. Cómo evitar la miopía en la gestión del conocimiento*. Ediciones Díaz de Santos.
10. Dos Anjos, F. A., Limberger, P. F., dos Anjos, S. J. G., & Domareski, T. C. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticos: Estudio en una agencia de viajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 722-737.
11. Moscoso, F. V. (2014, April). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. In *Congreso de Turismo: "El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos"* (Ushuahia, Argentina, 2013).
12. Garcia-Alsina, M. (2004). Arquitectura de la gestión del conocimiento: metodología para la selección de software.
13. Gallego, F. (2004). Jesús y Peyrolón Melendo, Ramón. *Diccionario de hostelería*.
14. Lattuf, Z. L. (2010). La Gestión del Conocimiento como ventaja competitiva para las agencias de viajes y turismo. *Strategic Management Journal*, 17(1).
15. Lladó, M. (2004). Redes de conocimiento peer-to-peer para la gestión de destinos turísticos: un caso de estudio en las islas Baleares.
16. Mouhim, S., Aoufi, A. E., Cherkaoui, C., Megder, E., & Mammass, D. (2011, April). Towards a knowledge management system for tourism based on the semantic web technology. In *Multimedia Computing and Systems (ICMCS), 2011 International Conference on* (pp. 1-6). IEEE.
17. Nuchera, A. H., Morote, J. P., & Serrano, G. L. (2002). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*. Ediciones Pirámide.
18. Escorsa, P., Maspons, R., & Llibre, J. (2001). *De la vigilancia tecnológica a la inteligencia competitiva* (Vol. 5). Madrid: Prentice Hall.
19. Páscale, R. (2005). Gestión del conocimiento, innovación y productividad. Exploración del caso de la industria manufacturera uruguaya. *UOC.(Trabajos de doctorado)*.
20. Calvopiña, D (2014). Intraculturalidad y turismo comunitario en la provincia de Chimborazo, Ecuador.

21. Canalejo, A. M. C., López-Guzmán, T., Soto, M. O., & López, J. M. C. (2012). Tourism and socioeconomic development in cape verde. *Tourism & Management Studies*, 863-871.
22. Cañizares, S. M. S., & Guzmán, T. J. L. G. (2009). Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (99), 85-103.
23. Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 85-103.
24. Pérez, M., & Vera, L. (2014). Plan de manejo turístico para la ciudad de Bahía de Caráquez– Provincia de Manabí (Doctoral dissertation).