



Vol 2, Nº 6 (noviembre/novembro 2009)

ESTADIOS DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA CIUDAD CARTAGENA DE INDIAS

**Jorge Luis Del Rio Cortina
Ivonne Caridad Pérez Correa**

RESUMEN

Para analizar los estadios de conocimiento de los hoteles de la ciudad de Cartagena se plantearon varios tópicos esenciales para desarrollar una cultura de aprendizaje en las organizaciones tales como: almacenamiento, distribución, innovación, redacción, indicadores TIC (Tecnología de Información y Comunicación), la comunicación en las reuniones, la socialización del conocimiento, la gente, organización, tecnología, cultura y medición de la innovación. La información se del sector turístico se recolectó en 37 hoteles de inscritos en Asotelca y ubicadas en la ciudad de Cartagena, departamento de Bolívar, Colombia, que están inscritas en Cotelco y

Asotelca. Este tamaño de población permitió efectuar un censo completo en lugar de un muestreo que habría incluido la misma cantidad de elementos. Sin embargo, las unidades de información fueron escogidas por muestreo aleatorio estratificado y su marco muestral estuvo sustentado en listas de empleados dadas por las empresas. Con esta experiencia se pudo constatar que en los hoteles de la ciudad de Cartagena existen las herramientas para crear para generar conocimiento e innovación, pero no existe la cultura que propicie escenarios para la exposición y desarrollo de ideas.

PALABRAS

CLAVES:
Conocimientos, Aprendizaje, Cultura

Innovadora, Información, Organización.

INTRODUCCIÓN

El conocimiento es la capacidad de convertir datos e información en acciones efectivas, su adquisición implica un proceso de enseñanza y aprendizaje, debe ser transmitido y transformado para poder convertirse en generador de valor, en las “empresas el conocimiento es la base fundamental para el mejoramiento y la innovación en las organizaciones, los pilares fundamentales de la competitividad contemporánea”¹. Luego la generación de conocimiento no debe detenerse y debe generar productos tangibles, por lo cual en las organizaciones se debe disponer de la información, organización, cultura, tecnología y espacios de socialización que permitan generar un ambiente propicio para la búsqueda y desarrollo de nuevos conocimientos, que lleven al mejoramiento e innovación de la organización.

El conocimiento se debe socializar antes de ser usado, representar a través de reportes, gráficas y presentaciones y luego interiorizar, es por esto que en las organizaciones es importante el correcto manejo de las conversaciones o reuniones y propiciar un ambiente adecuado para la manifestaciones del conocimiento explícito específicamente la redacción.

El objetivo de este artículo es conocer el nivel de conocimiento de

los hoteles de la ciudad de Cartagena, mediante variables como la organización y accesibilidad de la información, las manifestaciones del conocimiento explícito (redacción), la comunicación, la tecnología de soporte, la socialización, la medición del aprendizaje y la cultura innovadora de estas instituciones.

Organización y accesibilidad de la información

El almacenamiento de la información en la mayor parte de hoteles de Cartagena se realiza estableciendo algún tipo de conexiones, según lo manifestado en el 98.5%, de las respuestas. Por otra parte el 96% de las respuestas de los trabajadores indican que no solo los directivos tienen acceso a la información y es más frecuente que la información se distribuya según necesidad, que se establezcan criterios de accesibilidad y se almacene información en el sistema según el 11.2%, 10.8% y 10.6% de las respuestas.

Los datos en los hoteles de Cartagena está registrada según el 88.4% de las respuestas en formatos digitales o electrónicos, sin embargo el 11.9% de las respuestas indica que aun en los hoteles los datos se registran de manera manual. Con respecto a la organización información el 97.4% de las respuestas indican que en los hoteles mantiene algún tipo de conexión entre las informaciones, solo el 2.6% de las respuestas manifiestan que se define de manera aislada. Las conexiones

¹ Mendoza José María. Aprendizaje organizacional para una época de cambios. Universidad del norte. 1996

señaladas con mayor frecuencia son clasificaciones según contextos y por grupos. Las frecuencia de respuestas de la organización y accesibilidad de la información se presentan en la tabla 1

Tabla 1: Organización y accesibilidad de la información

VARIABLE	RESPUESTA FRECUENTE	PORCENTAJE
Almacenamiento	Con conexiones	98,5
Distribución	No solo los directivos tiene acceso a la información	96,0
Organización de los datos	Formatos digitales	88,9
Organización de la información	Con conexiones	97,4

Fuente: Calculo de los autores

Innovación

El 97% de las respuestas de los trabajadores indican que en los hoteles de la ciudad de Cartagena, no solo los empleados creativos tiene acceso a los documento, es común para la innovación se establezcan sistemas de valoración de la información, que los documentos sean para memoria sistemática y sistémica y para solucionar problemas, con una participación dentro del total de las respuestas del 13.6%, 11.6% y 10.5% respectivamente.

Grafica 1.Innovación en los hoteles de Cartagena de indias



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de los hoteles vinculados a ASOTELCA y COTELCO

Redacción: conocimiento Explicito

El conocimiento explicito se transmite mediante el lenguaje formal, por tanto una forma de manifestarlo es mediante la redacción de documentos. En los hoteles de Cartagena, el 97% de las respuestas indican que no solo los empleados creativos escriben, el 7.1% de las respuestas evidencian que todos escriben según criterios preestablecidos, el 6.1%, que escriben de manera estándar y el 5.3%. que se elaboran documentos periódicamente .

Tabla 2.Redacción de documentos

REDACCIÓN : ÍTEMS PROPUESTOS	FRECUENCIA DE RESPUESTA (%)
Todos escriben según criterios preestablecidos	7,1
Redacción se escribe de manera estándar	6,1
Se elaboran periódicamente	5,3
Solo unos pocos escriben	0,6

Fuente: Calculo de los autores

Interactividad de la Información

Las páginas web y el intranet son recursos que facilita la comunicación en la organización, El uso de páginas web en los hoteles de la ciudad de Cartagena se puede dividir en cuatro grupos de acuerdo a la respuesta dada por sus trabajadores: en el primero grupo la mayor parte de los trabajadores señalan que la administración de las páginas web está a cargo de un ingeniero de sistemas, que promulga la misión y visión institucionales, presenta un diseño afín con la imagen corporativa, esta actualizada pero no tiene hipervínculos y que presenta interacción a través del correo electrónico.

El segundo grupo comparte las siguientes respuestas: la página web es conocida solo por algunos miembros de la organización la persona encargada de integra en ella la política y la imagen corporativa,, los hipervínculos la página web ofrece alternativas de registro interno y servicios especiales, contribuye efectivamente a la misión y visión institucionales, solo y mapas de navegación facilitan el contacto directo con los clientes, las páginas web comunican la información de valor de la institución, se le da uso esporádico a la pagina incluyendo el proceso de mercadeo corporativo.

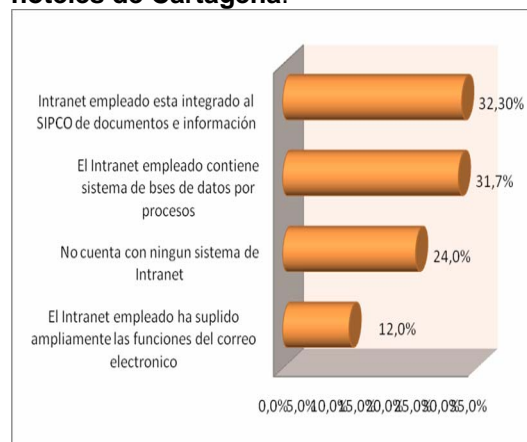
El tercer grupo, es el de menor frecuencia, coinciden en su mayoría en las siguientes respuestas: no posee pagina web, la pagina web no comunica la imagen corporativa, está desactualizada en relación con los servicios y ofertas, no presenta ningún vinculo de interacción, no

muestra alineación con la misión y visión institucionales, no hay nadie a cargo de la administración de contenidos

El cuarto grupo lo conforman las siguientes respuestas: la pagina web hace parte de la oferta de valor de la empresa, está a cargo de un gerente de contenidos, la web es importante para la política de internacionalización de la empresa, está alineada con los procesos cruciales de organización, ha contribuido a la formación de una comunidad virtual y presta beneficios a los stakeholders de la organización, está alineada con la cultura organizacional.

Por otra parte el 88% de los respuestas de los trabajadores de confirman que en sus organizaciones existe intranet, de estas el 32.3 % confirma que es está integrado al SIPCO de documentos e información y el 31.7% señala que contienen sistema de bases de datos por procesos.

Grafica2. Uso del intranet en los hoteles de Cartagena.



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de los hoteles vinculados a ASOTELCA y COTELCO

Tecnología de soporte

El 40.3% de las respuestas indican el principal medio para compartir y obtener conocimiento de los hoteles de Cartagena es el uso de tecnologías de información, la conexión interna de la empresa con proveedores, clientes y entidades de soporte y los proyectos que se realizan en la empresa. Por otra parte, el 94% de las respuestas evidencian que en los hoteles en cuestión no tienen archivos de ideas o proyectos. En la tabla 3. Se presentan las participaciones de las respuestas

Tabla 3. Tecnologías de soporte para la información

TECNOLOGÍA DE SOPORTE: ITEMS	FRECUENCIA DE RESPUESTA PORCENTAJE (%)
Nos conectamos en red interna para compartir conocimiento con proveedores, clientes y entidades de soporte, Utilizamos tecnologías de la información que apoyan el compartir de conocimientos, Tenemos sistemas de información para los proyectos, Extraemos datos e información de los proyectos que realizamos	40,3
Poseemos biblioteca técnica	8,8
Aplicamos métodos formales de gerencia de proyectos	8,8
Consultamos bancos de patentes	8,1
Sabemos utilizar métodos como el mapeo	7,7
Hacemos documentación mínima de los desarrollos	7,3
Tenemos mecanismos para compartir el conocimiento y la experiencia de la empresa	6,9
Poseemos laboratorios para prototipo , pruebas y ensayo	6,2
Tenemos archivo de ideas o proyectos	6,0

Fuente: Calculo de los autores

Comunicación: Reuniones

Uno de los pilares fundamentales de las organizaciones que aprenden son las conversaciones orientadas a la acción efectiva. En los hoteles de Cartagena de acuerdo a la forma en que se llevan cabo las conversaciones (reuniones) y su seguimiento se distinguen tres grupos de organizaciones: el primero mantiene comunicación muy flexible con actitud agresiva; el segundo mantiene una actitud flexible pero condescendiente; en el tercero se da una participación especializada, se hacen seguimiento de algunas acciones y se establece actitud conciliatoria. El cuarto grupo se permite la participación de los asistentes con actitud definitiva y ordenada.

Socialización del conocimiento

La socialización de la información permite un mayor aprendizaje , puesto que es un elemento fundamental para desarrollar los creadores dentro de la organización, en el caso de los hoteles de Cartagena se evidencia por el 96.8% del total de respuestas que la información dentro de la organización se socializa de alguna forma, solo el 3.2% de las respuestas indican que información se mantiene aislada.se evidencia además que la principal preocupación de las organizaciones de este sector es las consecuencias de la información, con una participación del 10% y que para estas empresas es importante socializar el conocimiento valioso.

Grafica 3. Socialización del conocimiento



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de los hoteles vinculados a ASOTELCA y COTELCO

Sistemas de aprendizajes: Gente para la Innovación

En el grupo de hoteles analizados se pueden distinguir varios sistemas de aprendizaje: los sensores y el personal de mercadeo y ventas, los que se encargan de poner en práctica los conocimientos y los que proponen ideas. Según la frecuencia de respuesta se evidencia que el grupo más reconocido en estas organizaciones son los que se encargan de poner en práctica las ideas, los creadores según los trabajadores se encuentran en todas las áreas y el grupo de sensores solo estaría conformada por la gente de mercadeo y ventas quienes captan la información del exterior mediante los clientes. Cabe anotar, que estos sistemas solo son reconocidos por el 33% de los trabajadores hoteles, además solo el 16% señala que la organización ha identificado expertos conocedores internos en las áreas de la empresa que proponen proyectos.

Tabla 4. Gente para la innovación

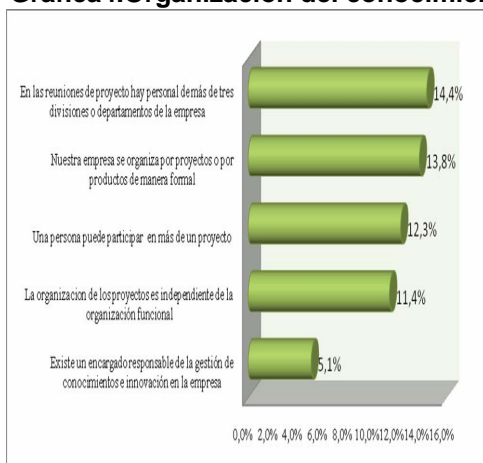
ÍTEMS	FRECUENCIA (%)	
	Si	No
Tenemos gente con habilidad para gerenciar proyectos	33	67
Tenemos gente en todas las áreas quien propone ideas y las desarrolla	33	67
Hemos identificado expertos conocedores internos en varias áreas que proponen proyectos	16	84

Fuente: Calculo de los autores

Organización del conocimiento

El 16.1% de las respuestas de los empleados de los hoteles evidencian que en estas organizaciones se reconoce el aprendizaje individual, el cual es un pre-requisito para el aprendizaje organizacional, el 15.6% señala que la organización sabe que tácticas seguir con cada actor interno o externo, el 13.6% de las respuestas indican que la empresa realiza alianzas con otras que le transfieren conocimiento. Sin embargo aunque de manera general se puede observar que los hoteles tienen identificado de donde proviene el conocimiento, solo el 8.6% de las respuestas indican que la empresa reconoce que fluyen ideas y conocimientos desde fuera y dentro de la empresa.

Grafica4.Organización del conocimiento



Fuente: Encuesta realizada a los trabajadores de los hoteles vinculados a ASOTELCA y COTELCO

encargado responsable de la gestión de conocimiento e innovación, así mismo el 26.7% de las respuestas revelan que en las reuniones donde se comparte y se pone en práctica existe personas de más de tres departamentos y una persona puede participar en más de un proyecto, lo cual comprueba lo observado en el 11.4% de las respuesta que indica que la organización de los proyectos es independiente a la organización funcional

Tabla 5. Relaciones para la innovación

RELACIONES PARA LA INNOVACIÓN	FRECUENCIA DE RESPUESTA PORCENTAJE (%)
Cada empleado tiene y cultiva una red personal de conocimientos y experiencia	16,1%
Sabemos que tácticas seguir con cada actor interno o externo	15,6%
La empresa está vinculada a otras organizaciones que generan o transfieren y ha contratado con ellas	13,6%
Reconocemos los actores internos y externos que influyen en los proyectos	12,8%
Fortalecemos el grupo de proyectos con expertos externos	12,5%
Tenemos un esquema de comunicaciones que ayuda en la coordinación de proyectos	10,6%
Tenemos identificado quién o qué organización puede suministrar conocimientos	10,3%
Reconocemos que fluyen ideas y conocimientos desde fuera y desde dentro de la empresa	8,6%

Fuente: Calculo de los autores

Medición del aprendizaje e innovación

El 90.7% de las respuestas referentes a medición del aprendizaje indican que en los hoteles existe retroalimentación de los procesos que se llevan a cabo en la búsqueda de innovación, puesto que el 18.3% de las respuestas revelan que en estas organizaciones se reconocen y comunican las lecciones aprendidas y el 17.7% señalan que se sabe que conocimiento transferido produjo logros y resultados.

Por otra parte el 95% de las respuestas indican que en los hoteles de Cartagena, no existe un

Tabla 6. Medición de la innovación

MEDICIÓN DE LA INNOVACIÓN	FRECUENCIA DE RESPUESTA PORCENTAJE (%)
Reconocemos y comunicamos las lecciones aprendidas	18,3
Sabemos que conocimiento transferido a las empresa produjo logros y resultados	17,7
Comparamos soluciones que se han dado en distintos puntos de nuestra empresa al mismo problema	17,4
Nos interesan y evaluamos los efectos internos de los proyectos	11,2
Hacemos una evaluación de los costo compartidos en el desarrollo del proyecto	10,9
Evaluamos el tiempo calidad y costo en cada proyecto	9,5
Comparamos nuestro desempeño en innovaciones con el de la competencia	9,3
Reconocemos en que punto del ciclo de vida está nuestro producto	5,7

Fuente: Cálculo de los autores

Cultura Innovadora

El 22.7% de las respuestas de los trabajadores indican que los hoteles hacen un esfuerzo por interpretar las estrategias de los clientes y se reconoce que las necesidades futuras de los clientes son oportunidades futuras de la empresa, el 13.1% revelan en los hoteles de Cartagena se busca crear un ambiente propicio a la creación del conocimiento y el 10.6% evidencia que la organización está de acuerdo en que se reconoce que los conocimientos y la experiencia se deben compartir. A pesar de esto solo el 4.5% de las respuestas indican que en los hoteles en cuestión existe un ambiente de confianza para proponer y acoger ideas en todas las áreas.

Tabla 7. Cultura Innovadora

CULTURA INNOVADORA	FRECUENCIA DE RESPUESTA PORCENTAJE (%)
Se busca crear y mantener un ambiente propicio a la creación del conocimiento	13,1
Hacemos un esfuerzo consciente por interpretar las estrategias de los clientes	12,2
Pensamos que los conocimientos y la experiencia se deben compartir	10,6
Reconocemos que necesidades futuras del cliente son oportunidades futuras	9,8
En la empresa todos sienten y han expresado que tienen apoyo en otro	9,7
Sabemos que papel juega la innovación en el negocio	7,5
Tenemos una política que es mezcla de nuestro punto de vista y el de los clientes	7,5
Sabemos por experiencia que la innovación nos da ventajas	7,3
Pensamos que la innovación es interesante	7,2
En nuestra empresa se incentiva la experimentación	5,7
Nuestro personal técnico estudia las necesidades de los clientes	5,0
Existe un ambiente de confianza para proponer y acoger ideas nuevas en todas las áreas	4,5

Fuente: Cálculo de los autores

CONCLUSIONES

En los hoteles de Cartagena existe accesibilidad a la información, interactividad, lo que facilita la gestión y la socialización del conocimiento.

En los hoteles se identifican varios sistemas de aprendizaje como son los sensores, innovadores y creadores representados en personal de ventas y mercadeo, los trabajadores con habilidad para gerenciar proyectos, los trabajadores de todas las áreas.

A pesar de las ventajas que posee las organizaciones hoteleras en materia de información y socialización del conocimiento y redacción, los trabajadores manifiestan que no existe una cultura que propicie un ambiente de confianza para proponer y acoger las ideas en todas, y tampoco se reconocen con gran frecuencia que fluyen ideas y conocimientos desde fuera y desde dentro de la empresa, Esto implica que aunque se reconoce que existe el capital humano con capacidad para generar y desarrollar conocimientos no existe la cultura para propiciar dicho conocimiento y por ende innovación.

Después de evaluar las respuestas de los trabajadores en los diferentes ítems se evidencia que los hoteles de la ciudad de Cartagena tienen características del estadio reactivo del conocimiento, donde los sensores de venta y mercadeo se limitan al mercado evaluando la necesidad de los clientes, no se observan las acciones de los creadores y no se necesitan personas encargadas de la innovación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Castañeda Zapata, D. Estado el arte en aprendizaje organizacional, a partir de las investigaciones realizadas en facultades de psicología, ingeniería industrial y administración de empresas *en* Bogotá, entre los años 1992 y 2002. Acta de Psicología 11, 23-33, 04

Mendoza, J. Aprendizaje organizacional para una época de cambios .Gestión. Universidad del Norte. 2: 1-24, 1996.

Martinez, M, Prieto, A, Rincón, y Carbonell, D. Aprendizaje en las comunidades de Conocimiento desde una perspectiva Organizacional: una aproximación teórica. Revista ORBIS / Ciencias Humanas. Año 3 / N° 7 / Julio 2007

Henao, M y Arango M. Los mapas conceptuales como estrategia de conversión de conocimiento en la gestión del conocimiento. Universidad EAFIT, Colombia

Muñoz C. Estructura de las Revoluciones Científicas T.S. Kuhn, Filosofía de la ciencia.

De la cruz, Manuel. La organización creadora de conocimiento,