

DOI: <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.294>

Estudio del Talento Humano en las prácticas de los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la provincia de Cotopaxi

Study of the Human Talent in the practices of the tourist information centers and its incidence in the tourism of the province of Cotopaxi

Liliana Martiza Pruna Jacome

impruna@espe.edu.ec

Universidad de las Fuerzas Armadas. ESPE. Sede Latacunga
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-7861-4289>

Carlos Geovanny Albán Yáñez

cgalaban1@espe.edu.ec

Universidad de las Fuerzas Armadas. ESPE. Sede Latacunga
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-8651-5069>

Recibido: 15 de abril del 2019

Aprobado: 20 de mayo del 2019

RESUMEN

Este documento muestra el estudio del talento humano en las prácticas de los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la Provincia de Cotopaxi, se focaliza en el análisis de los diversos factores que influye en la mejora de la gestión del talento humano vinculado al sector turístico. Elaborando el modelo de diamante de Porter que permita un análisis crítico de fortalezas y debilidades que se presentan en el talento humano de los centros de información turística; donde se establece la importancia de la gestión del talento humano considerando a los trabajadores como uno de los capitales de la empresa más importantes, pues la interacción entre ellos y el cliente, complementan la calidad del producto o servicio.

Descriptores: Talento humano; centros de información turística; incidencia en el turismo; calidad, servicio.

ABSTRACT

This document shows the human's talent study in the practices of tourism information centers and its impact on tourism in Cotopaxi province focuses on the analysis of various factors that influence the improvement of management of human talent linked to the tourism sector. Developing the Porter diamond model that let to do a critical analysis of strengths and weaknesses presented in the human talent of tourist information centers; where is established the importance of human talent management; considering workers as one of the most important company capitals, due to the interaction between them and the client complements the quality in the product or service.

Descriptors: Human talent; tourist information centers; impact on tourism; quality; service

INTRODUCCION

El mercado turístico ha ido desarrollándose paulatinamente con el pasar de los años; estableciendo ventajas competitivas, creando estrategias y planes que permitan el desarrollo de las provincias del país. Específicamente en la provincia de Cotopaxi; ubicada en la región Sierra Centro del país; que posee atractivos naturales y culturales, captan la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros; entre los atractivos más destacados tenemos al volcán Cotopaxi que cuenta con 5.987 msnm; la Laguna del Quilotoa, las ferias artesanales, centros históricos, museos , entre otros. (Martinez, 2010)

Es importante resaltar que el turismo hoy por hoy es una de las fuentes económicas más importantes de la provincia; por ende se ve necesario captar la atención del turista ya sea mediante la promoción y difusión de los atractivos que posee, aplicando métodos o estrategias que conlleven a implementar centros de información turística; los cuales cumplirían un rol fundamental al ofrecer información actual y enfocada a la realidad del turismo que vive la Provincia. Dichos centros de información turística deberán contar con talento humano capaz de resolver las inquietudes de los turistas; a fin de orientarlos mediante la entrega de artículos, folletos, guías, mapas, afiches, que contengan la información necesaria requerida por el turista y mejore su estadía en la Provincia.

Sin embargo el personal que labora en los centros de información turística no siempre está capacitado con el conocimiento que se requiere para brindar este

servicio al turista; por ello la contratación del talento humano en estos centros debe contemplar fortalezas, habilidades, destrezas acordes a las exigencias del mercado.

FUNDAMENTACION TEORICA

Las empresas turísticas

La empresa turística para (García, 2013) es una unidad de producción que gestiona los factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente. La empresa turística es, por lo tanto, una unidad de producción tanto a nivel social como económico. Para su correcto funcionamiento debe gestionar el talento humano, recursos económicos y recursos técnicos.

Las empresas turísticas tienen la necesidad de fidelizar a sus clientes, en donde el talento humano se convierte en un componente estratégico e intangible que proporciona mayor valor añadido a una empresa especialmente en el sector turístico, en donde la educación y formación de profesionales es primordial para el desarrollo del país como se muestra en la figura 1.

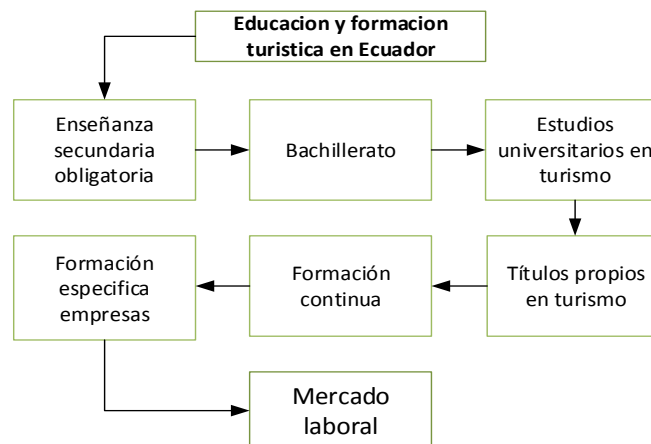


Figura 1: Educación y formación turística

Fuente: (García, 2013)

Centros de información turística

Los centros de información turística se define como aquellos servicios públicos dependientes y creados en general por una administración pública o en colaboración con otras entidades que tiene como objetivo gestionar todos los servicios relacionados con la atención orientación y asesoramiento de los visitantes, así como organizar la coordinación, promoción y comercialización de productos turísticos de su demarcación territorial. (Canal, 2010)

Para mejorar la atención, Ecuador en el año 2010 crea los centros de información turística ubicados en lugares estratégicos para brindar ayuda a los turistas, que buscan alcanzar el mayor provecho posible de su estadía brindando como servicio mapas, folletos, librería, casilleros, tienda de artesanías, internet gratuito y guía.

Es así que en la provincia de Cotopaxi existían 27 centros de información turística hasta el año 2017, después del cambio de gobierno y el ministerio de turismo se vio obligado a cerrar varios centros de información dictando una normativa en donde cada GAD cantonal contará con un centro de información lo cual se ha reducido a 7 por el número de cantones que posee la provincia. (MINTUR, 2018)

La Administración del Talento Humano

La administración del talento humano (Fernandez, 2014) es la disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso contrario, se detendrá. De aquí a que toda organización debe prestar primordial atención. En la práctica, la administración se efectúa a través del proceso administrativo: planear, ejecutar y controlar.

Según (Chiavenato, 2012) es así que en el entorno actual se caracteriza por los cambios de las condiciones de mercado laboral y la creciente competitividad afrontando como reto la mejora de la productividad basada en la calidad de servicio fundamentalmente la generación de valor para empleados clientes y accionistas.

Además para (Martin & Gaspar, 2010) en el sector turístico la mayor parte del talento humano ocupa un lugar secundario debido a que sus prácticas tradicionales poseen naturaleza empírica, administrativa y normativa las actuaciones de mayor valor añadido corresponde al desarrollo de personas, formación y optimización de los perfiles profesionales suelen ocupar el segundo plano aunque se hable mucho de ellas lo cierto es que se practica poco. El talento humano aporta sus conocimientos, capacidades, experiencia, habilidades y liderazgo de igual forma contribuyen con las decisiones, diseño de estrategias y acciones que imprimen dinamismo en el sector turístico.

En este sentido, (Pardo & Luna, 2007) afirman que el talento humano en el sector turístico requiere una serie de elementos específicos los cuales necesitan atención especial, como son la alta precariedad y rotación por la estacionalidad, el intento de disminuir costes, la baja cualificación, la adquisición de conocimientos por experiencia laboral, y el alto grado de especialización.

Capacidades del Profesional de Turismo en la actualidad

El sector turístico (Keith & Newstrom, 2013) es uno de los grandes contribuyentes a la riqueza y empleo internacional, nacional, pero en la actualidad está inmerso en un momento de cambio y de reconversión del modelo de desarrollo turístico, se dirigen hacia visiones más flexibles donde la participación de todos los agentes de la realidad turística tienen una mayor intervención. Es por esta razón, el entorno turístico es cada vez más internacionalizado en el que destacan los fenómenos de integración que suponen un cambio estructural y competitivo en el sector. Es importante que los profesionales, tanto del sector público como del privado, puedan afrontar con la suficiente formación estos retos que marca el sector.

En este sentido, según (Benitez & Rosero, 2014) se considera que el profesional en Turismo debe adquirir las siguientes competencias:

Competencias Básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Utilizar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con su área de estudio.
- Tener la capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto dirigido o autónomo.

Permiten el acceso a una formación o a un trabajo, son los conocimientos básicos que permiten una oportunidad para demostrar las habilidades y destrezas adquiridas y la capacidad de solucionar algún problema en el área de turismo, así como el conocimiento y dominio de varios idiomas.

Competencias Generales

- Capacidad para presentar en público el diseño de un proyecto de manera clara y coherente, responder satisfactoriamente a críticas sobre el mismo, mediante juicios argumentados y defenderlo con rigor y tolerancia.
- Capacidad para dirigir personas y habilidades directivas de liderazgo en la actividad turística.
- Habilidades en la negociación y resolución de problemas y conflictos.
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- Manejar las TICs.
- Capacidad para trabajar en un equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva.

- Actuar en el marco de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz.

Son relevantes debido a su sincronía con nuevas necesidades y situaciones laborales que se presentan en el área de trabajo en donde los profesionales en turismo deben cumplir con aptitudes y actitudes adecuadas durante su desempeño laboral.

Competencias Específicas

- Analizar la estructura de la actividad turística en todos sus niveles, teniendo en cuenta los componentes del desarrollo turístico sostenible, sus ventajas, así como con sus limitaciones y riesgos.
- Conocer las costumbres y prácticas del sector en su vertiente nacional e internacional, así como las peculiaridades inherentes a las diferentes áreas económicas.
- Obtener una visión más amplia de las relaciones comerciales, que abarca a todos los mercados turísticos, enfocando la problemática empresarial desde una perspectiva tanto local como global.
- Conocer la metodología de la gobernanza turística.
- Realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística.
- Detectar oportunidades y amenazas de distintos mercados turísticos, de sus competidores a corto y largo plazo y sus clientes.
- Detectar nuevos mercados turísticos emergentes y abrir la empresa a los mismos. Realización de informes para asesoramiento en relaciones con mercados emergentes.
- Adaptar la estrategia comercial a las particularidades de cada entorno empresarial turístico.
- Seleccionar y gestionar las vías de acceso a los mercados turísticos.
- Capacidad de dirección de departamentos de empresas turísticas.

- Asumir responsabilidades directivas y técnicas en organismos públicos y para públicos cuyo objeto es el apoyo a la gestión de las empresas turísticas.
- Gestionar un departamento de turismo en la administración pública.
- Entender y adaptarse a las particularidades culturales de cada mercado turístico.

Es por ello que el profesional del turismo en su formación integral deberá llevar valores esenciales que en su conjunto acudan a desarrollar un servicio de excelencia, la laboriosidad, el trabajo en equipo y la profesionalidad, son la base para la realización de sus actividades. Así mismo el servicio, es la clave fundamental en el sector turístico, debe brindarse con calidad y para esto se necesita de un quehacer efectivo y eficiente, cordial y amable, que el servicio mismo se constituya en una forma de vida, en un proyecto ético sinceramente asumido por quienes lo prestan.

Tanto los valores más trascendentes para una sociedad como lo son la igualdad, la justicia, la solidaridad, como los valores más específicos, por ejemplo, en el orden profesional, el amor a la profesión, la actitud de servicio, en este caso puntual, son reflejados por cada persona de manera diferente en función de su historia individual, de sus intereses, capacidades; quiere decir que no siempre los valores jerarquizados oficialmente por una sociedad como los más importantes.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Estudiar la incidencia de la gestión del talento humano que labora en los centros de información turística en la Provincia de Cotopaxi.

Objetivos específicos

- Describir la teoría del talento humano y las capacidades en el marco del sector turístico.
- Realizar un análisis a través del Diamante del Porter con el fin de ejecutar un diagnóstico interno de la provincia de Cotopaxi.
- Analizar las prácticas de la gestión de talento humano en el campo turístico de la Provincia de Cotopaxi.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación se denomina “ estudio del talento humano en las practicas e los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la Provincia de Cotopaxi ” a implementarse, se utiliza los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, de tipo correlacional, pues relaciona a variables cualitativas con otras de índole cuantitativo con el objetivo de desarrollar una matriz de competitividad inspirada en los aportes resumidos en el Diamante de Porter, que aplique al sector turístico.

Según (Gomez & Roquet, 2008) la investigación bibliográfica documental se obtendrá toda la información necesaria de textos como tesis, revistas y artículos científicos entre otros referentes a diversos temas que principalmente traten sobre el estudio del talento humano, así como causas y efectos de este fenómeno, con la finalidad de adquirir los conocimientos necesarios para el desarrollo del artículo y sustentar las bases teóricas.

Además para (Rodriguez, 2010) el método experimental también conocido como “experimental atentica” se caracterizan básicamente por la manipulación intencional de una o más variables independientes, para observar o medir su influencia en una o más variables dependientes, y por la asignación aleatoria de las personas, métodos y características necesarias para hacer estudiados en el sector turístico.

Para el autor (Ruiz, 2007) resalta que el método de síntesis al utilizar este método se lograra representar todas las generalidades del proceso de estudio a partir de los resultados obtenidos. De esta manera se llegara al resultado final, el cual nos indicara en qué medida los centros de información turística, simultáneamente con el talento humano tienen incidencias directas en el turismo. Además, se obtendrá un documento resultante de manera ordenada y sintetizada, lo que permite una fácil asimilación y entendiendo de la misma.

Análisis de competitividad en base al Diamante de Porter

El presente análisis de competitividad turística que tiene la provincia de Cotopaxi, se realiza en base a la matriz de Porter. Para el diagnóstico realizado de competitividad, se ha considerado los ajustes respectivos aplicados al turismo, pues

el diamante de Porter se orienta a nivel de países, provincias y empresas. La mayoría de puntos de esta metodología son aplicables al caso del turismo, por lo que con el ajuste respectivo que se podrá desarrollar el diagnóstico. A continuación en la figura 2 se presenta esquemáticamente del diamante de Porter aplicado al turismo de la Provincia de Cotopaxi.

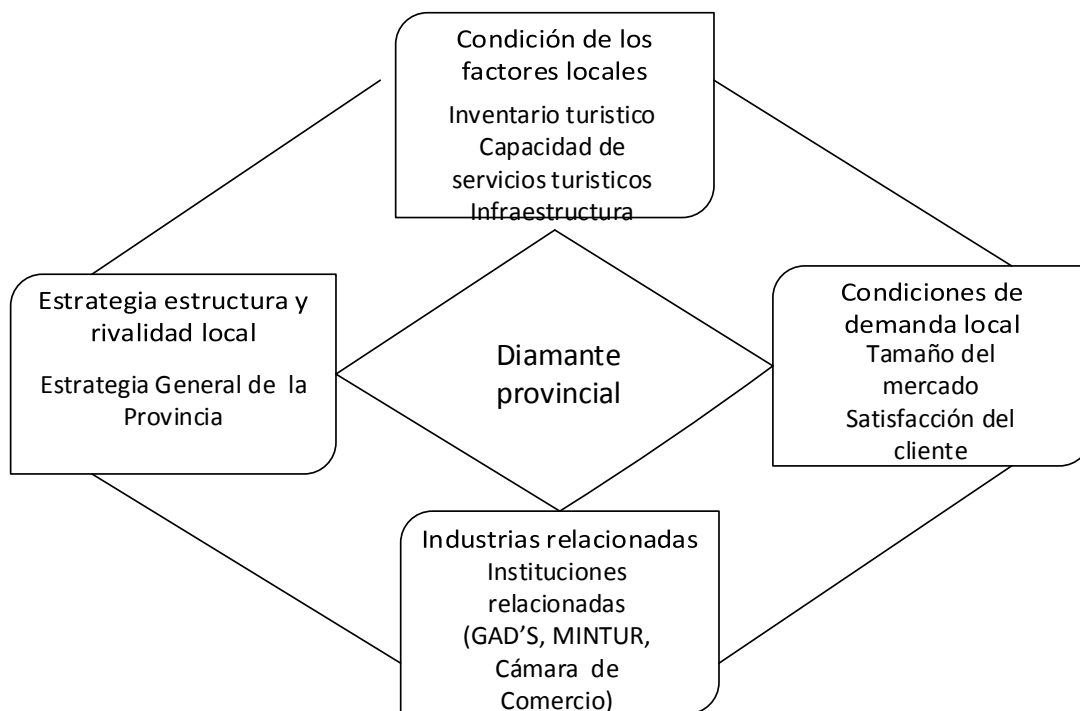


Figura 2: Diamante de Porter

Fuente: (Porter, 1991)

Diagnóstico interno

Condiciones de los factores locales

Al analizar los factores de competitividad local, se ha podido observar en el diagnóstico realizado, que cada provincia dispone de un inventario turístico importante, desde el ámbito de los atractivos naturales y culturales, el mismo que nos sirve de base para la elaboración de los productos turísticos.

Capacidad de servicios turísticos

Se ha podido previamente profundizar acerca de la capacidad de los servicios turísticos, determinándose que existe una gran cantidad de los mismos en los diferentes lugares de la provincia de Cotopaxi, muchos de ellos de alta calidad. Sin embargo, hay que observar también que muchas localidades de la provincia, que no tienen los mejores servicios turísticos, tanto en infraestructura, servicio al cliente o productos entregados, pero existe mucha diversidad, por lo que los turistas pueden elegir, por ello se puede indicar que la capacidad de los servicios turísticos es muy variada, existen servicios de alto nivel y en cantidad, como también en ciertas localidades en las que existe falta de infraestructura y falta de calidad en los servicios, ámbito en el que se debe considerar establecer un control y soporte estratégico.

Personal e infraestructura

El caso del talento humano y la infraestructura, es un reflejo de los servicios turísticos mencionados en el apartado anterior, existiendo lugares donde consta con personal calificado, y en suficiente cantidad y un servicio proporcionado de primera clase, así como otros lugares donde la atención no es buena y el servicio tampoco. Sin embargo hay que tomar en cuenta que en general en la Provincia de Cotopaxi, existe en su mayoría calidez de la gente, lo cual es una ventaja importante para que de esta manera se pueda desarrollar las actividades turísticas

Capital para inversión, actividades turísticas

El país en general no tiene capital suficiente para inversiones muy grandes e infraestructura turística, lo cual no lo hace tan competitivo como otras provincias en ciertos ámbitos, sin embargo la riqueza natural que dispone la provincia de Cotopaxi, compensan esta falta de inversión. Hay que tomar en cuenta que en Cotopaxi no se han implementado grandes infraestructuras como parques temáticos o museos de grandes proporciones o características.

Condiciones de la demanda local

Tamaño del mercado

El turismo actualmente está soportado en una proporción importante por la demanda local del país, sin embargo al ser aun provincia pequeña y una población pequeña, dentro del cual existe un importante porcentaje de personas pobres y un bajo ingreso per cápita, por lo que la demanda del mercado interno es limitada, esto es parte por lo que el país aún no tiene un porcentaje importante de participación en el PIB (1,6% del PIB), así como tampoco los suficientes ingresos por concepto de turismo interno.

Sofisticación de los consumidores

Actualmente el cliente a nivel de Ecuador es bastante exigente. Años atrás no existía una exigencia en relación a servicios, lo cual generaba que muchos prestadores de servicios turísticos no entreguen la mejor atención o el mejor servicio, sin embargo en las últimas década los consumidores de servicios turísticos son más exigentes y esto ha generado mayor competitividad en relación a servicio y por tanto buenos niveles de atención. Los turistas extranjeros también son exigentes en cuanto a servicio y por tanto esto también eleva los niveles de servicio.

Satisfacción de los clientes

La satisfacción de los turistas está dada por la oferta de turismo existente en la provincia de Cotopaxi, la infraestructura y servicios turísticos y el nivel de servicio prestado, por lo que, habiendo previamente analizado esto, se puede determinar que en un alto porcentaje de los casos, los clientes se encuentran satisfechos por el servicio recibido, principalmente por los beneficios obtenidos de los lugares turísticos, servicios y vivencias que han podido tener en país. Teniendo en claro que existen aspectos que mejorar aún y son los que se deberán tomar en cuenta en las estrategias para el mejoramiento del turismo.

Dentro de las entidades públicas se encuentra el Ministerio de Turismo, siendo esta entidad la encargada de la promoción en general del país. Esta entidad ofrece soporte, permisos y regulaciones de la actividad turística del país. Esta entidad

trabaja conjuntamente y bajo el gobierno nacional quien presenta los lineamientos, regulaciones a nivel de país. (Moragues, 2009)

Según (Paguay, 2012) basado en los planteamiento del Plan Estratégico de turismo Sostenible del Ecuador pone como evidencia que las entidades turísticas son independientes, pero trabajan bajo las regulaciones nacionales. Son las que se encargan mayormente de promover el turismo en sus propias localidades. En el caso de las localidades o poblaciones más pequeñas tienen mayor soporte del Ministerio de Turismo para su promoción y organización. Además están las Cámaras provinciales, así como las entidades relacionadas como son: transporte, patrimonio, entre otras.

Las operadoras turísticas, así como empresas de servicios turísticos de igual manera, las que operan en los principales cantones de la provincia de Cotopaxi, son eficientes y favorecen a la provisión de servicios de calidad al sector. En el caso de las localidades pequeñas es variable, donde existen empresas o negocios que dan un importante soporte al turismo local y en otros casos no favorecen a este.

Campañas del Ministerio de Turismo

Como se mencionó el Ministerio de Turismo regula y fomenta el turismo en el Ecuador, sin embargo uno de los principales logros que ha tenido está basado en las campañas que se han realizado a nivel de país. El Ministerio de Turismo ha realizado varias campañas, entre ellas la más fuerte denominada: Allyouneedis Ecuador, presentada en “19 ciudades del mundo, 7 de ellas de Ecuador, con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial.” (MINTUR, 2018)

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

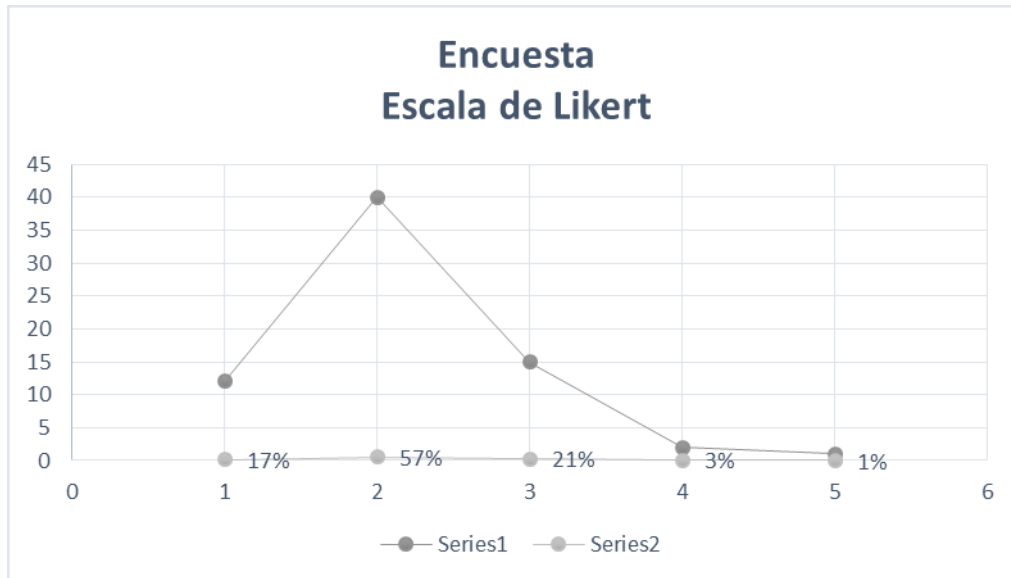


Tabla: 1

Fuente: Datos de la investigación

Discusión de los resultados

En el presente trabajo se realiza el análisis para el estudio de la incidencia del talento humano que labora en los centros de información turística en la Provincia de Cotopaxi, para el juicio del investigador se ha considerado trabajar con los 7 centros de información turística que se encuentran ubicados en los cantones de la provincia de Cotopaxi siendo estos de mayor representatividad para el servicio turístico.

Tras haber realizado la investigación **ver tabla 1** se obtiene como resultado que el 17% de la población encuestada está totalmente de acuerdo en que se debe poseer alianzas con varias instituciones públicas y privadas para complementar el servicio ya que permite tener mayor amplitud para tener información de todos los atractivos que posee la provincia de Cotopaxi, el 57% está de acuerdo en que se debe facilitar el crecimiento del personal, motivaciones y el desarrollo de sus capacidades para contribuir con ello a la mejora de la prestación de servicio e incentivando a los profesionales en turismo a mejorar sus conocimientos en el área través de

constantes capacitaciones, el 21% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que los atractivos turísticos que ofertan los centros de información turística cumplan con los intereses de los turistas para lo cual se podría incrementar más campañas publicitarias que permita dar a conocer la cultura y tradiciones de los pueblos a visitar dando realce al turismo de la provincia, el 3% está en desacuerdo respecto a los centros de información turística prestan asistencia técnica y apoyo al sector turístico, tanto a las empresas como administraciones autónomas y locales, el 4% está en total desacuerdo que los centros de información turística tienen incidencia simultánea con el talento humano y el turismo.

Consecuentemente se establece que la implementación de talento humano en los Centros de información turística de la provincia Cotopaxi debería ser controlada en cuanto a capacitación pues los turistas requieren mejor servicio, calidad en la información.

Conclusiones

La relevancia del talento humano en la competencia del sector turístico es un hecho que se ha reconocido con el paso del tiempo por lo cual es necesario contar con un factor de forma integral que permita apreciar las conexiones con el nuevo mercado laboral, empresarial y educativo obteniendo planificación y desarrollo del talento humano en los centros de información turística.

También se estableció en este trabajo un marco de análisis aplicado al talento humano en el sector turístico basado en los cuatro ángulos del diamante de Porter, que permite estudiar los distintos factores. Planteando relaciones que pueda establecer pautas a seguir para mejorar el servicio en los centros de información turística. Además que este modelo

REFERENCIAS CONSULTADAS

1. Benitez, N., & Rosero, J. (junio de 2014). *Enumet*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/universidad-turismo.pdf>
2. Canal, E. (2010). Centros de informacion turistica . *Pasos* , 2-3.
3. Chiavenato, I. (2012). *Gestion del talento humano* . Mexico : McGrawHill.
4. Fernandez, J. (2014). *Gestion por competencias* . España: Prentice Hall.
5. Garcia, I. (2013). *gestion de recursos humanos en empresas turisticas* . España: Paraninfo.
6. Gomez, D., & Roquet, J. (2008). *Openaccess.uoc.edu*. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/77608/2/Metodología%20de%20la%20investigación_Módulo%201.pdf
7. Keith, D., & Newstrom, J. (2013). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico: Mcgrawhill.
8. Martin, I., & Gaspar, A. (2010). *ADministracion de los recursos humanos en las empresas turisticas* . Madrid: Ediciones Piramide.
9. Martinez, C. (2010). Atlas socioambienta de Cotopaxi. *Flacso*, 45-49.
10. MINTUR. (Octubre de 2018). *Ministerio de Tuismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/#search>
11. Moragues, D. (2009). Turismo cultura y ciencia . *Organizacion de estados iberoamericanos* , 11.
12. Pardo, M., & Luna, R. (2007). *Recursos Humanos para Turismo* . Madrid: Prentice Hall.
13. Plandetur2020. (2012). *Plandetur 2020*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
14. Porter, M. (1991). La Ventaja competitiva de las Naciones . En M. Porter, *La Ventaja competitiva de las Nacione*. Buenos Aires : Vergara.
15. Rodriguez, D. (2010). *lefeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-experimental/>
16. Ruiz, R. (2007). Historia y evolucion del pensamiento científico. *Atlante*, 18.

REFERENCES CONSULTED

1. Benitez, N., & Rosero, J. (June 2014). Enumet Retrieved from <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/universidad-turismo.pdf>

2. Canal, E. (2010). Tourist information centers. Steps, 2-3.
3. Chiavenato, I. (2012). Management of human talent. Mexico: McGrawHill.
4. Fernandez, J. (2014). Management by competences. Spain: Prentice Hall.
5. Garcia, I. (2013). management of human resources in tourist companies. Spain: Auditorium.
6. Gomez, D., & Roquet, J. (2008). Openaccess.uoc.edu. Retrieved from <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/77608/2/Metodologia%20de%20la%20investigaci3n%20M3dulo%201.pdf>
7. Keith, D., & Newstrom, J. (2013). Human behavior at work. Mexico: Mcgrawhill.
8. Martin, I., & Gaspar, A. (2010). ADMINISTRATION OF HUMAN RESOURCES IN TOURIST COMPANIES. Madrid: Piramide Editions.
9. Martinez, C. (2010). Socio-environmental Atlas of Cotopaxi. Flacso, 45-49.
10. MINTUR. (October 2018). Ministry of Turismo. Retrieved from <https://www.turismo.gob.ec/#search>
11. Moragues, D. (2009). Tourism culture and science. Organization of Ibero-American states, 11.
12. Pardo, M., & Luna, R. (2007). Human Resources for Tourism. Madrid: Prentice Hall.
13. Plandetur2020. (2012). Plandetur 2020. Retrieved from <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
14. Porter, M. (1991). The competitive advantage of the nations . In M. Porter, The Competitive Advantage of the Nation. Buenos Aires: Vergara.
15. Rodriguez, D. (2010). lifeder.com Retrieved from <https://www.lifeder.com/investigacion-experimental/>
16. Ruiz, R. (2007). History and evolution of scientific thought. Atlante, 18.