

El empoderamiento del recurso humano como fuente de competitividad del sector turístico en Colombia y Honduras

Empowerment of human resources as a source of competitiveness in the tourism sector in Colombia and Honduras

Raúl A. Ching-González  & Luis D. Santodomingo-Vidal 

Universidad Tecnológica De Bolívar - Colombia

rching@utb.edu.co & lsantodomingo@utb.edu.co

Resumen

Muchos países alrededor del mundo dependen del sector turístico como fuente importante de ingresos y desarrollo económico. Por su parte, Colombia y Honduras son dos países de América Latina con un gran potencial turístico debido a su diversidad de paisajes, recursos naturales y cultura. No obstante, para aprovechar al máximo esta ventaja comparativa del sector turístico, también se deben asociar o crear ventajas competitivas (como la cualificación del personal que lo integra, el cual es el eje central del presente artículo de revisión. Esto se hace con la finalidad de gestionar adecuadamente los recursos naturales y asegurar la sostenibilidad de la industria en el tiempo.

Palabras clave: Recurso humano; competitividad; sector turístico; Colombia; Honduras.

Abstract

Many countries around the world depend on the tourism sector as an important source of income and economic development. Colombia and Honduras are two Latin American countries with great tourism potential due to their diverse landscapes, natural resources and culture. However, in order to make the most of this comparative advantage of the tourism sector, competitive advantages must also be associated or created (such as the qualification of the personnel that make up the sector, which is the focus of this review article). This is done in order to adequately manage natural resources and ensure the sustainability of the industry over time.

Keywords: Human resources; competitiveness; tourism sector; Colombia; Honduras.



[Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Introducción

Como sustento, Porter (1991) en su libro *La Ventaja Competitiva de las Naciones* explica que, por sí solas, las ventajas comparativas estáticas no son un factor determinante en el aumento de la producción económica. Esto se debe a que cada país puede crear sus propias ventajas al desarrollar nuevas aplicaciones tecnológicas, prácticas gerenciales e infraestructura específica para esos propósitos, entre otros factores. Por ende, afirma que las empresas de un país deben dejar de competir basándose en ventajas comparativas como la mano de obra o los recursos naturales de bajo costo, y en su lugar, competir mediante ventajas competitivas generadas por productos y procesos únicos e innovadores.

En este contexto, se propone la competencia a través del empoderamiento del recurso humano alineado con los objetivos del sector turístico, ya que los empleados son los encargados de promover los espacios de recreación, diversión y hospitalidad que ofrece un destino turístico (Parra, Rocha & Durán, 2021).

Cabe resaltar que es responsabilidad tanto de las instituciones públicas como privadas invertir en la capacitación y la formación de los profesionales que trabajan en el sector. Esto no solamente implica su formación técnica, sino también la promoción de habilidades interpersonales, el conocimiento de idiomas extranjeros, de la cultura y del patrimonio local.

El presente artículo de revisión examina el papel del recurso humano como promotor del sector turístico en ambos países, analizando la influencia de la capacitación, las políticas gubernamentales y las iniciativas de cooperación empresarial. Para ello, se define el concepto de capital humano y su papel en el direccionamiento estratégico del sector turístico. Luego se hace hincapié en la influencia del Gobierno y de las industrias relacionadas sobre el sector turístico de cada país. Después se hace un análisis de la gestión de los recursos humanos por parte de las empresas del sector turístico de Colombia y Honduras. Seguidamente, se plantean las estrategias que ambos países deben adoptar con el fin de no solamente impulsar su actividad turística, sino también su desempeño económico.

Como punto de partida, Lillo et al. (2007) citados por Paternina & Martelo (2020), conciben el término “capital humano” como la suma de los conocimientos técnicos y cualificaciones que poseen los trabajadores de un sector como resultado de la inversión realizada tanto en educación formal como en la formación adquirida durante el trabajo. La educación formal incluye los estudios y cursos realizados en instituciones educativas, mientras que la formación obtenida en el trabajo proviene de la experiencia laboral acumulada y de la capacitación específica recibida en el entorno laboral. Ambas fuentes de aprendizaje contribuyen al desarrollo de las habilidades y competencias necesarias para desempeñar sus funciones de manera efectiva en el sector. De este modo, el capital humano es la combinación de habilidades, aptitudes y conocimientos que posee una persona, y que en gran medida se debe a la formación adquirida a lo largo de su vida.

El capital humano no solamente engloba la formación y capacitación del personal, sino también su actitud, motivación y capacidad para adaptarse a las diferentes situaciones y exigencias del sector. En este caso, los trabajadores del sector turístico se convierten en los embajadores del destino, influyendo significativamente en la experiencia y percepción que los visitantes tienen del lugar y de los servicios turísticos recibidos. Por ende, el trato ameno, la atención personalizada, la eficiencia en la resolución de problemas y la disposición para satisfacer las necesidades del cliente se convierten en aspectos fundamentales para lograr altos niveles de satisfacción y fidelidad por parte de los turistas de un destino.

Por otro lado, Bañuls et al. (2007) citados por Paternina & Martelo (2020), indican que, en vista de que el turismo pertenece al sector de servicios, a diferencia del sector de manufactura, el factor humano adquiere una mayor relevancia en la cadena de valor. Esto se debe a que la satisfacción del cliente, como se mencionó anteriormente, en términos de la calidad del servicio y en relación con sus expectativas, está estrechamente vinculada con la atención proporcionada por el personal que trabaja en la industria turística.

Hay que aclarar que la capacitación y la formación del talento humano del sector turístico es un proceso colaborativo que requiere de la sinergia de los organismos públicos, las empresas del sector privado y la motivación de cada trabajador. De acuerdo con Corzo- Arévalo, García-Méndez & Gutiérrez-

rez (2021), la competitividad turística en términos culturales es un proceso en constante cambio, lo que significa que los diversos participantes en la industria turística deben desarrollar medidas estratégicas, tácticas y operativas para diferentes aspectos funcionales de los negocios. El propósito es asegurar una calidad excepcional en el servicio al cliente, lo que depende en gran medida de la capacidad del recurso humano, medida en conocimiento, habilidades y niveles de innovación (Río-Cortina et al., 2022).

Así mismo, Porter (1991) señala que, además de la disposición individual para trabajar y ganar destreza, existen otros factores que influyen en el éxito de una economía, tales como la calidad de educación que brindan las instituciones educativas y las políticas gubernamentales, que son las que orientan el flujo de capital y recursos humanos, lo cual determina al mismo tiempo las condiciones de competitividad de ciertos sectores.

En la práctica, de acuerdo con Martínez & Martelo (2020) en Colombia el porcentaje de programas acreditados en el sector turístico es muy reducido (apenas 7 programas, lo que equivale al 4% del total de programas activos relacionados con turismo). Por ende, si la meta es fomentar un sector turístico competitivo y sostenible, resulta fundamental incorporar al mercado profesionales formados a través de programas académicos que cumplan con altos estándares de calidad. Aunque la acreditación sea un proceso voluntario, es necesario establecer estrategias colaborativas entre universidades, empresas y el gobierno para impulsar una mayor cantidad de programas de turismo acreditados, lo que contribuirá a una mayor competitividad tanto a nivel nacional como internacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, una propuesta importante para promover un turismo sostenible y competitivo consiste en fortalecer el talento humano mediante la detección de las demandas de capacitación dentro del sector. Esto implica alinear los programas educativos de las instituciones con el entorno regional, considerando el tipo de turismo presente en la zona, su situación socioeconómica y sus perspectivas de crecimiento y progreso (Paternina & Martelo, 2020).

Por otro lado, sería relevante mejorar la accesibilidad de la oferta educativa, pues aproximadamente el 81% de los programas relacionados con el sector turístico se imparten de forma presencial, aun con las limitaciones geográficas de ciertos territorios. Una solución pertinente sería fortalecer la disponibilidad de programas de educación en modalidad virtual, la cual presenta la ventaja de no tener restricciones geográficas y de ser más asequible en términos de costos (Paternina & Martelo, 2020).

Para llevar a cabo esta iniciativa, se requeriría una colaboración conjunta entre el gobierno (a través de sus Ministerios de Educación y TIC's), las Instituciones de Educación Superior y las entidades gremiales que promueven el sector turístico. Mediante una gestión coordinada, se podrían asignar los recursos y capacidades necesarias para la formación del capital humano, garantizando que los programas educativos sean de alta calidad y adecuados para satisfacer las necesidades específicas del contexto regional (Paternina & Martelo, 2020).

No obstante, cabe resaltar que el Estado colombiano ha avanzado en el fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo gracias al Plan Sectorial de Turismo de Colombia 2018-2022, línea estratégica 5. En esta se abordan los aspectos estrechamente relacionados con la educación y capacitación del talento humano para el sector. Estos aspectos tienen un gran impacto en la provisión de servicios en la mayoría de los territorios y fueron considerados sin lugar a duda en el contexto del año 2018, cuando se formuló su relevancia. Esto demuestra que en Colombia el nivel de desarrollo y la calidad del talento humano son dos factores cruciales para convertir al país en un atractivo turístico de talla mundial (Corzo-Arévalo, 2021).

Sin embargo, en la actualidad el Gobierno Nacional debería enfocarse no solo en desarrollar capacidades para el talento humano vinculado al sector turístico, sino también en promover que aquellos empleados del sector mantengan sus puestos de trabajo y no se produzca, por motivo de los efectos de la pandemia del COVID-19, una desvinculación con el interés en la formación técnica y la migración hacia otros sectores más estables (Corzo-Arévalo, 2021).

En el ámbito empresarial, Martínez & Mateus (2020) proponen que la participación de todos los miembros de una organización, independientemente de su rol y posición, es esencial para lograr un proceso exitoso de desarrollo corporativo. Cuando se logra una participación activa, se generan

diversos beneficios que impactan positivamente en las empresas. Estos incluyen la motivación, la creatividad, la productividad y el sentido de pertenencia de los colaboradores. Además, el uso adecuado del capital humano y las herramientas tecnológicas se optimiza, lo que a su vez contribuye a la generación de ventajas competitivas y al aumento de los beneficios de toda la organización.

De acuerdo con Cuesta (2010) & Guzmán et al. (2017), citados por García (2020), en la actualidad las empresas buscan obtener una ventaja competitiva mediante el aprendizaje constante y la gestión de sus habilidades. Es fundamental mantener estas habilidades vitales y en constante evolución, ya que aseguran una renovación continua para una organización que está en constante aprendizaje. Por ende, las organizaciones deben identificar las competencias que necesitan sus empleados para promover espacios donde se implementen estrategias relacionadas con la gestión del conocimiento.

No obstante, Chiavenato et al. (1983), citados por Paternina & Martelo (2020), señalan que, para lograr el objetivo mencionado anteriormente, el capital humano debe contar con una estructura organizacional apropiada y una cultura que promueva la participación democrática. En este sentido, es esencial reconocer que más allá de tener personas talentosas y competentes, es crucial proporcionar una plataforma y un entorno adecuado que motive a las personas a utilizar y desarrollar plenamente sus habilidades y capacidades.

En Colombia este propósito no se ha cumplido a cabalidad en el sector turístico. De acuerdo con un estudio realizado por Parra, Rocha & Durán (2021) sobre una muestra representativa de hoteles de Cartagena, una de las ciudades más turísticas de Colombia, revela que en el sector turístico se evidencian muchas falencias al interior de las organizaciones que dificultan el empoderamiento del recurso humano.

Primero que todo, los empleados que desean formarse como líderes de las empresas del sector hotelero nacional han enfrentado una serie de desafíos que han impactado negativamente en su rol. Estos desafíos se han traducido en la imposición de procesos, lo que ha llevado a una falta de habilidad en la formulación, desarrollo, seguimiento y control de la gestión del servicio turístico. También se ha observado una excesiva centralización en la toma de decisiones, lo que ha limitado la capacidad de iniciativa y acción tanto del personal de supervisión como operativo (Parra, Rocha & Durán, 2021).

El estilo de liderazgo orientado al proceso y participativo, que es necesario para fomentar un ambiente laboral colaborativo y eficiente, no es el predominante. En cambio, se observa una tendencia hacia un liderazgo autocrático, donde las decisiones y directrices son tomadas de forma centralizada y sin la participación activa de los miembros del equipo. Por ende, la autonomía en los puestos de trabajo se ve restringida por las políticas de la institución, lo que significa que cualquier actividad que esté fuera de las funciones asignadas debe ser antes consultada y aprobada ante la alta gerencia (Parra, Rocha & Durán, 2021).

Parra, Rocha & Durán (2021) explican que como el actual ambiente laboral no favorece la libre expresión de ideas, se crea una barrera para la toma de decisiones y la promoción de una atención asertiva al cliente. La carencia de un espacio donde los empleados puedan compartir sus ideas e inquietudes puede limitar la creatividad y la innovación en la prestación de servicios al cliente. De igual manera, una comunicación restringida puede afectar la experiencia del usuario, ya que los empleados pueden sentirse inseguros al expresar sus opiniones y sugerencias para mejorar el servicio brindado.

También se ha descubierto que los empleados se enfrentan a una presión considerable en sus roles, puesto que deben esforzarse por mantener altos estándares de excelencia y eficiencia en el manejo y control del servicio al cliente. A esto se le suma una falta de interacción entre los compañeros de trabajo, la ausencia de momentos de descanso o pausas activas, y en algunos casos, se ha notado un trato irrespetuoso hacia colegas, huéspedes y clientes, lo que ha afectado negativamente el ambiente laboral. Estas percepciones se han convertido en fuentes de conflictos entre los empleados, lo que a su vez puede resultar en una disminución de la calidad en los servicios proporcionados (Parra, Rocha & Durán, 2021).

De igual manera, se ha evidenciado una escasa utilización de herramientas estratégicas para optimizar las operaciones y lograr una unificación efectiva de los equipos de trabajo. Tampoco se ofre-

cen programas de capacitación de modo que el personal mejore su desempeño en las actividades y labores asignadas. Esto se ha relacionado con una supervisión aún más rigurosa y distante (Parra, Rocha & Durán, 2021).

Así mismo, otro estudio realizado por Santamaría, Hernández & Niebles (2020) indica que la mayoría de los empleados encuestados del sector turístico se muestran indiferentes hacia el proceso estratégico de las organizaciones donde laboran. Hay un marcado desconocimiento de la misión, objetivos y estrategias de las empresas objeto de estudio o una escasa o nula participación del recurso humano en la formulación de estas, lo cual impacta negativamente en sus niveles de satisfacción laboral, y resulta en una carencia de compromiso y de sentido de pertenencia hacia la empresa. Esto podría interpretarse de dos maneras: en primer lugar, como la inexistencia real del proceso de gestión del talento humano en sí, es decir, que no se ha implementado de manera efectiva; y, en segundo lugar, podría indicar la falta de interés por parte de los empleados en conocer los resultados y, por lo tanto, en cambiar o ajustar la estrategia abordada.

Además, se presentan contrataciones temporales según las demandas estacionales, lo que alimenta el individualismo de los trabajadores, quienes buscan maximizar sus propios beneficios en lugar de identificarse plenamente con los objetivos de la organización. También se nota una desigualdad en el trato hacia los empleados y un bajo compromiso organizacional, ya que muchos de ellos siempre están en búsqueda de oportunidades de desarrollo y mejoras salariales fuera de la empresa. Adicionalmente, se observa el incumplimiento de labores en los plazos establecidos e insatisfacción en cuanto a las recompensas equitativas, entre otros problemas subyacentes (Santamaría, Hernández & Niebles, 2020).

En este sentido, es necesario crear un ambiente de trabajo donde se promueva la libre expresión de ideas, se fomente la participación y el compromiso de los empleados, lo que podría contribuir a una mayor satisfacción del cliente y a la identificación de oportunidades de mejora en la prestación de servicios.

También es crucial que los planes salariales y las políticas de ascensos en las organizaciones estudiadas sean justos y equitativos. Esto garantiza que los empleados se sientan satisfechos con sus condiciones laborales y reconocidos por su trabajo. Además, es fundamental que estas políticas estén alineadas con el cargo y las responsabilidades que desempeñan dentro de la empresa. De esta manera, se fomenta un ambiente de trabajo motivador y se promueve el crecimiento y desarrollo profesional de los empleados de manera adecuada y acorde con sus funciones (Santamaría, Hernández & Niebles, 2020).

No obstante, algunas empresas del sector turístico (como los hoteles) sí se preocupan por posicionar a sus empleados como el eje central de su oferta de valor y estrategia principal. A modo de ejemplo, se tiene al Hotel Selina, ubicado en la ciudad de Cartagena, ya que, en sus palabras, “se esfuerza por fomentar la sostenibilidad y una cultura solidaria para generar un impacto positivo en el medio ambiente, las comunidades locales, nuestro personal y los huéspedes” (Selina, s. f.) De modo que, también están comprometidos en generar impactos positivos por medio de su personal cualificado y efectivamente competente para la prestación de todos los servicios de estadía que ofrecen en el hotel.

Por su parte, en el enfoque potencial del sector turístico de Honduras, podemos denotar que; en cuanto a Centroamérica, los informes académicos describen el turismo regional como una alternativa de apalancamiento para el crecimiento económico. Por un lado, esta actividad se presenta como una opción formal que genera empleo y atrae divisas.

Además, se considera una opción viable para estabilizar la balanza de pagos y disminuir la dependencia de las exportaciones, que suelen estar centradas en materias primas (Brohman, 1996; Liu y Jenkiss, op.cit).

Por otro lado, el turismo también se ve como una actividad que puede tener un impacto positivo en la reducción de la pobreza y en la creación de empleos que beneficien a las clases marginales (Quintero & Sánchez, 2018).

Metodología

La metodología acogida para el desarrollo del estudio fue cualitativa la cual permite analizar los cambios del entorno social, identificando los rasgos más marcados de los fenómenos sociales. En el marco de la metodología cualitativa se emplea el análisis documental ya que esta permite sintetizar la información encontrada en diversas fuentes (Licona & Blanco, 2016).

Resultados

El turismo en Centroamérica se presenta como una doble oportunidad: por un lado, como una fuente de desarrollo económico formal que impulsa el empleo y las divisas, y, por otro lado, como un medio para mejorar las condiciones socioeconómicas de las poblaciones marginadas, contribuyendo así a la disminución de la pobreza.

Las instituciones de formación profesional, educación, cámaras de comercio e Instituto Hondureño del Turismo han identificado iniciativas para actualizar las competencias del talento humano. Estas iniciativas deben alinearse con los cuatro segmentos principales del sector turístico: turismo playa, ecoturismo, turismo cultural y turismo de negocios. Esto es necesario debido a que las estrategias empresariales han cambiado, afectadas por la percepción de inseguridad ciudadana, lo que ha resultado en un bajo número de turistas, según el informe de FHI 360 en 2017. Por tanto, para ampliar las oportunidades laborales para los jóvenes, es crucial que la oferta formativa sea pertinente y oportuna. (FHI 360, 2017)

No obstante, se observa un claro interés en la educación formal sobre el turismo, ya que aproximadamente 50 escuelas públicas y privadas en centros urbanos ofrecen títulos de educación media con orientación en Hotelería y Turismo. (FHI 360, 2017)

Una de las oportunidades en respuesta a la oferta formativa surge como resultado de cambios significativos en la demanda de personal para hoteles, restaurantes y operadores turísticos. Se necesita, al menos, un conocimiento básico de programas ofimáticos, especialmente para el personal en funciones administrativas. Además, el dominio del inglés se ha convertido en una habilidad cada vez más solicitada en el ámbito de los negocios y el turismo de ocio. Por lo tanto, es imperativo que el sistema educativo responda adecuadamente a esta necesidad. Las tecnologías emergentes mencionadas anteriormente representan el primer paso para elaborar un plan conjunto de intervención en el sector turístico (OIT Cinterfor, 2020)

Además, de que es importante promover una dinámica que favorezca la colaboración entre el sector público y privado para establecer alianzas estratégicas entre diversas entidades, como Instituciones de formación profesional, Secretarías, Consejo Privado de la Empresa, Cámara de Comercio e Industria, Corporaciones Municipales, Centros de investigación y enlaces con las Universidades. Estas alianzas permitirán determinar las necesidades de formación profesional teniendo en cuenta las capacidades territoriales y las estimaciones de crecimiento tanto en la oferta como en la demanda de servicios turísticos, desglosados por actividad turística, área ocupacional y niveles de puestos de trabajo (OIT Cinterfor, 2020)

A modo de ejemplo, Paradise Beach Hotel en la Isla de Roatán, argumenta que, a nivel global, los integrantes de recursos humanos de una empresa suelen programar sistemas para recoger la retroalimentación de los empleados. De esta forma pueden programar las formaciones y extraer conclusiones de la evolución de los proyectos. También son los encargados de analizar el nivel de satisfacción laboral, comunicarlo a los responsables y proponer planes de mejora (Paradise Beach Hotel, s. f.). De esta forma, se presenta un claro objetivo del papel de los recursos humanos dentro de la organización que está directamente relacionado con una estrategia empresarial de diferenciación en la manera en cómo el departamento realiza control para asegurar la prestación de calidad del servicio parte de cada uno de los empleados que trabajan en el hotel.

En Honduras, aunque las industrias turísticas han ampliado su oferta, una de las tendencias futuras más destacadas es el ecoturismo como objetivo sostenible. Esta tendencia se basa en el fortalecimiento de la distribución equitativa de las ganancias, la reinversión en la conservación y el cuidado de los servicios ambientales fundamentales para el turismo, así como asumir la responsabilidad de los impactos negativos, tales como la generación de desechos líquidos y sólidos, la alteración del suelo y el impacto en la estructura y en la función de los ecosistemas visitados por los turistas (OIT Cinterfor, 2020)

El enfoque del ecoturismo se fundamenta en varios principios clave. En primer lugar, busca canalizar las fuentes de recursos a través del pago directo de servicios y bienes a las comunidades locales. Además, busca incrementar y diversificar la oferta de servicios turísticos, al tiempo que introduce elementos culturales, étnicos y educativos para enriquecer el producto ecoturístico. De esta mane-

ra, el ecoturismo en Honduras se orienta hacia una visión sostenible y responsable, que no solo beneficia a la economía local sino también contribuye a la preservación del entorno natural y cultural de la región. Es decir, que este tipo de turismo representa una clara forma de turismo moderno, que, de maximizarlo por medio de las buenas prestaciones de servicio por parte del talento humano de la organización, puede convertirse en una capacidad con énfasis en ventaja competitiva a los hoteles que apuesten por este tipo de iniciativas en lugares turísticos en Honduras (OIT Cinterfor, 2020)

Conclusión

Se puede concluir que el talento humano es un activo fundamental en las organizaciones del sector turístico, ya que es el que realiza las tareas, contribuye al crecimiento y el mantenimiento de la actividad económica. El desempeño del personal sector turístico influye directamente en la productividad y el éxito de la industria y el desempeño económico del país en general (Barrera, Gutiérrez, Mesa & Prestan, 2020). Por esta razón, las iniciativas tomadas entre ambos países son claras y demuestran la importancia global del buen manejo del talento humano como recurso clave que podría ser una ventaja competitiva si se plantean objetivos claros y medibles en el tiempo que le permitan a las organizaciones pertenecientes a la industria turística crecer económicamente y transformar la manera en cómo se brinda el servicio por medio de buenas prácticas a los clientes (turistas).

Referencias

- Barrera, L. D., Gutiérrez, F. A., Mesa, J. E., & Prestan, S. P. (2020). Gestión y desarrollo del talento humano para el sector hotelero en Colombia. *Alejandro Repositorio Institucional*. <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2059/Investigaci%C3%B3n-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Corzo-Arévalo, D. (2021). Análisis de políticas públicas. El caso del Plan Sectorial de Turismo de Colombia 2018-2022. *GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS*, (23). Recuperado a partir de <https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/218>
- Corzo-Arévalo, D., García-Méndez, S. & Gutiérrez, J. (2021). Cultural management as a tourism competitiveness factor. A principal component analysis (PCA) for Colombia. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1), 78-86. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100078>
- García, A. M., Santana, C. M., & Guzmán, A. P. (2020). Modelo de la gestión del talento humano como desarrollo competitivo y sostenible, sector de Turismo en Santander, Colombia. *I+D Revista de Investigaciones*, 15, 108-118. <https://doi.org/10.33304/revinv.v15n2-2020010>
- FHI 360. (2017). Estudio del mercado laboral en Honduras. fhi360. (2016). Estudio del mercado laboral en Honduras “Desde las cadenas de valor a la educación técnica terciaria”.
- Licona, J. M., & Blanco, L. F. (2016). Emprendimiento e innovación: estado del arte. *Estrategia*, 2(1), 73-86
- Martínez, A. M., & Mateus, M. A. (2020, 20 junio). Importancia del Talento Humano y Herramientas Tecnológicas en el Desarrollo Organizacional para Mejorar la Productividad Laboral. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 7, 117-126. <https://doi.org/10.21017/rimci.2020.v7.n14.a88>
- Hoteles en Roatán - Honduras - Paradise Beach Hotel. (2023). Paradise Hotel Roatán. <https://paradisehotels.com/inicio/>
- Parra, M., Rocha, G., y Durán, S. (2021). Liderazgo como prospectiva del clima organizacional en el sector hotelero. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 217-227.
- Paternina, M. V., & Martelo, D. C. (2020). Capital humano, una apuesta por la competitividad del turismo en Colombia. *Repositorio Universidad Tecnológica de Bolívar*. <https://hdl.handle.net/20.500.12585/1120>.
- Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*, Editorial Javier Vergara, Buenos Aires.
- Quintero, G., & Sánchez, Á. (2018). Fricción del espacio y externalidades territoriales de la movilidad turística terrestre en América Central. *Revista*

- Requena, S. (2020). Impacto generado por el COVID19 en el proceso de reclutamiento y selección del Hotel Paradise Beach de Roatán, Honduras. Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC. Tegucigalpa, Honduras. <https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/9469/11151059-julio2020-l14-pg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Río-Cortina, J. L. D., Acosta-Mesa, R. E., Santis-Puche, M. A., & Machado-Licon, J. (2022). El efecto mediador de la innovación entre la gestión del talento humano y el desempeño organizacional. *Información tecnológica*, 33(2), 13-20. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000200013>
- Santamaría, Á., Hernández, H.G., & Niebles, W. (2020). Gestión estratégica de talento humano. su influencia sobre la satisfacción laboral en el sector hotelero de la costa caribe colombiana.
- Secretaría de Trabajo y Seguridad Social & Instituto Nacional de Formación Profesional INFOP. (2020). *Prospección de la Formación Profesional en Honduras*. In OIT Cinterfor. OIT Cinterfor.
- Selina. (2023). Bienestar Selina. <https://www.selina.com/es/wellness/>