


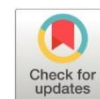


Turismo, Ética, Competitividad como presupuesto en la formación del profesional del turismo para el logro de la excelencia en el sector

Tourism, Ethics, Competitiveness as a Budget in the training of tourism professionals to achieve the excellence in the sector

- ¹ Bárbara Rodríguez Álvarez 
Profesoras Titular, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
- ² Caridad Fernández Valderrama 
Profesoras Titular, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
- ³ Efraín Velastegui López  <https://orcid.org/0000-0002-7353-5853>
Universidad técnica de Babahoyo (UTB), Babahoyo, Los Ríos, Ecuador
evelasteguil@utb.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 03/10/2022

Revisado: 15/11/2022

Aceptado: 02/12/2022

Publicado: 25/01/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i1.2576>

Cítese: Rodríguez Álvarez, B., Fernández Valderrama, C., & Velastegui López, E. (2023). Turismo, Ética, Competitividad como presupuesto en la formación del profesional del turismo para el logro de la excelencia en el sector. *Explorador Digital*, 7(1), 86-97. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i1.2576>



EXPLORADOR DIGITAL, es una revista electrónica, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://exploradordigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 International. Copia de la licencia: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Palabras Claves:

turismo, cultura, ética, educación, competitividad, calidad.

Keywords:

tourism, culture, ethics, education, competitiveness, quality.

Resumen

El presente trabajo se centra en la necesidad de repensar la relación Turismo-Ética- Competitividad desde la formación del profesional del sector para lograr un especialista capaz desde su integralidad de brindar los servicios de calidad que requiere el turismo en la actualidad, en correspondencia con las exigencias y los desafíos que impone el desarrollo científico tecnológico contemporáneo en función de la sostenibilidad. Sostenibilidad que no se expresa solo en la relación crecimiento económico-medioambiente, sino que debe ser comprendida también desde el vínculo con las dimensiones social, política, cultural y ética en tanto estas condicionan el rumbo y los principios de las estrategias de desarrollo y el uso que hacemos del conocimiento y la innovación para alcanzarla. La metodología utilizada ha sido fundamentalmente cualitativa, en especial los métodos teóricos, análisis-síntesis inducción-deducción, histórico-lógico, los cuales permitieron establecer los fundamentos teóricos esenciales de este artículo a fin de argumentar la necesidad de repensar la relación trabajada, para tributar así en la comprensión de como la formación del especialista del sector desde una ética de la profesión es fundamento para dar respuestas a los desafíos que enfrenta el sector en la contemporaneidad en función de la sostenibilidad.

Abstract

This work is focus on the necessity to rethink the relation between Tourism – Ethics and competitiveness from the formation of the professional of tourism to achieve a competent specialist from its integrality, to provide the quality services that tourism requires nowadays, considering the demands and challenges imposed by the scientific and technological development towards sustainability. This sustainability is expressed not only in the relation environment – economic growth, but also must be understood as the link between the social, political, cultural, and ethical dimension because they condition the direction and principles of the development strategies and the use we make of knowledge and innovation to achieve it. The methodology used was mainly qualitative, especially the theoretical methods: analysis-synthesis, induction-deduction, historical-logic, which allowed to establish the essential theoretical foundation of this

article in order to argue about the need to rethink the studied relationship, and to contribute in the comprehension of how specialist training of the tourism sector from a professional ethics is a support for the new challenges the sector is facing in the contemporary world in terms of sustainability.

Introducción

En el contexto actual, la generación, divulgación e implementación del conocimiento es un factor clave para promover el desarrollo sostenible, visto, como aquel “que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”¹. sobre todo si se asume que el desarrollo sostenible no se expresa solo en la relación crecimiento económico-medio ambiente, sino que debe ser comprendido desde el vínculo entre las dimensiones social, cultural, ética, ambiental y económica.

El paso de la conciencia ecológica o medioambientalista, a la de la integralidad del desarrollo sostenible ha recorrido un camino arduo de debate e investigación científica. Las evidencias, el nuevo conocimiento científico y la posibilidad tecnológica de evaluar integralmente fenómenos antes considerados por separado, contribuyeron de modo relevante a identificar los cambios operados en el mundo natural a escala global (Gómez, 2016, p. 96).

No existe un ámbito de la sociedad, ya sea en el quehacer cotidiano o empresarial, que se pueda privar de ciertas rutinas de análisis: estudio de situaciones pretéritas o similares, la evaluación de las circunstancias, la definición de ideas, el diseño de metas, la planificación de acciones y la evaluación de resultados. La humanidad ha estado involucrada en un ciclo sostenido de innovación, que ha generado crecimiento económico y satisfacción de necesidades, pero también nuevas demandas y problemáticas; evidenciando que concebir el desarrollo sostenible como el equilibrio solo entre crecimiento económico y medioambiente, y desde la mirada sesgada de las ciencias económicas y las ciencias naturales, es insuficiente e irresponsable.

¹ Definición formalizada en el documento conocido como el Informe Brundtland de 1987, fruto de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada durante la Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. Dicha definición se asumió en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992) aprobada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

Los componentes social, cultural, ético, y político, condicionan el rumbo y los principios de las estrategias de desarrollo, y el uso que hacemos del conocimiento y la innovación para alcanzarlas, por ende, no se puede concebir el desarrollo sostenible apartado del enfoque Ciencia, Técnica y Sociedad (CTS). Como precisa Núñez Jover (2002a), “...la ciencia y la tecnología son procesos sociales profundamente marcados por la civilización donde han crecido”. Máxime si se tiene comprensión de la imposibilidad de promover equidad, bienestar, calidad de vida; generar empleo e ingresos estables; elevar el respeto por el patrimonio y la diversidad cultural, sin la consecución de adecuadas políticas públicas articuladoras, la responsabilidad social y la participación ciudadana que garanticen la inserción en un mundo cada vez más global donde la calidad constituye un presupuesto sin el cual es imposible pensar el mundo actual.

El desafío de la globalidad pone en tensión nuestros conocimientos y nuestra comprensión de las relaciones sociales y de estas con la naturaleza y entre las culturas; tensa nuestra comprensión de la responsabilidad. Por eso, para atender este formidable desafío necesitamos reconsiderar:

1. El valor de la diferencia y la diversidad humanas.
2. El lugar de la responsabilidad individual en la construcción de las relaciones sociales.

Enfrentar el desafío de la globalidad significa atender lo que es propio y local, sin descuidar los procesos globales

Es en este contexto que el tratamiento de la cultura y de lo ético a lo interno de la profesión y en especial al profesional del turismo constituye una exigencia para dar respuestas a los desafíos que enfrenta el sector en la contemporaneidad, de ahí que el objetivo general de este trabajo este centrado en el análisis de la relación Turismo-Ética- Competitividad a los efectos de repensar dichos vínculos desde la formación del profesional del sector con el propósito de lograr su integralidad en correspondencia con las exigencias del desarrollo sustentable.

Desarrollo:

Cultura y Turismo:

Tanto la cultura como el turismo son sistemas que no tienen una forma rígida, sino que están caracterizados por el dinamismo y el constante cambio marcado por el desarrollo de la vida social.

La cultura y el turismo, como entidades dinámicas, son sistemas que buscan mantener el equilibrio con el medio a través de sus procesos internos que cambian y se adaptan ya que continuamente se están modificando y buscan organizar sus estructuras y sus procesos

para asegurar su supervivencia, en un contexto donde el cambio constituye uno de los rasgos fundamentales que cualifican el momento histórico.

El concepto de cultura designa toda la producción humana material y espiritual. Expresa el ser esencial del hombre y la medida de su ascensión humana. No debemos reducir la cultura a la cultura espiritual o material, ni a la cultura artístico-literaria, ni a la acumulación de conocimientos. Es, ante todo, encarnación de la actividad del hombre que integra conocimiento, valor, praxis y comunicación. Es toda producción humana, tanto material como espiritual, y en su proceso y resultado, es el ámbito en que se producen y reproducen nuestras formas de vida y nuestra ideología. Por eso la cultura es el alma del hombre y de los pueblos. La economía, la política, la filosofía, la ética, la estética, etc. son zonas de la cultura, partes componentes de ella.

A veces, erróneamente, se dice que la cultura empieza donde termina la naturaleza. La naturaleza nunca termina para el hombre, porque es su claustro materno. La relación hombre- naturaleza, es una relación donde el hombre se naturaliza y la naturaleza se humaniza. En ese proceso se produce la cultura como esencialidad humana como acto de creación de los hombres expresivo de su libertad.

El turismo, por otra parte, ha sido objeto de disímiles estudios. Para el siglo XXI su definición, a través de la visión interdisciplinaria de la ciencia, ha evolucionado de un fenómeno estrictamente económico a una concepción más compleja por su papel social. Martín (2005) lo define “ como el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas- culturales y medioambientales que se generan entre los viajeros y las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores y receptores así como las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual”.

Ambos están insertos en una realidad caracterizada por un vertiginoso desarrollo científico tecnológico que exige nuevas respuestas a los disímiles retos y desafíos a los que se enfrenta.

El conocimiento, como nunca en la historia, se ha convertido en un factor crítico para el desarrollo social, de ahí que en consecuencia se hayan planteado nuevas políticas encaminadas a garantizarlo donde las universidades asumen un rol protagónico en la formación de los profesionales de las diferentes áreas y de manera muy especial a los del sector turístico.

Si las universidades apuestan por proporcionar un apoyo significativo al sector servicios, esto implica un cambio cultural interno importante donde el conocimiento centrado en la investigación y la innovación constituyen un elemento fundamental en la formación del

profesional. En la actualidad, los servicios son mucho más dependientes de las interacciones productor - consumidor, la mayoría de las innovaciones en servicios tienen lugar a través de esta conexión. Los trabajadores implicados, tienen un importante papel en la propia innovación y la capacitación es una condición vital para su éxito.

Es por ello por lo que la formación de ciudadanos con una visión más ajustada del papel social de la ciencia y la tecnología implica la renovación de los sistemas educativos con el fin de que los jóvenes desarrollen la motivación y las capacidades que les permitan participar responsable y críticamente en las decisiones que orientan el desarrollo de la ciencia y la tecnología (Rodríguez, 2012).

De ahí que las nuevas estrategias educativas para la formación de los profesionales deben estar orientadas, por una parte, a la consolidación de capacidades básicas, a la formación de recursos humanos altamente capacitados y a la generación de una cultura favorable a la difusión de la ciencia y la tecnología a una escala social que tribute al logro de la competitividad en la producción y los servicios.

Una mirada al concepto de competitividad nos permite comprobar que este es mucho más rico que lo que comúnmente se entiende y que conseguir una auténtica competitividad sostenible a través del tiempo exige de la implementación de una diversidad de políticas que permitan la superación de los obstáculos existentes para lograrla.

En esta dirección debemos destacar que tanto en la definición de Michael Porter como en los autores de la CEPAL la competitividad no se limita a “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con el aumento de la productividad sino que inciden múltiples factores dentro de los que podemos destacar al factor humano y otros como la infraestructura, los mercados financieros, la estructura productiva nacional, la tasa y estructura de las inversiones, la infraestructura científica y tecnológica así como, como la educación, las instituciones, la cultura, libertades y derechos de las personas (Porter, 1990). Cabe considerar, por otra parte la relación competitividad-calidad en tanto la calidad se convierte en un elemento estratégico para el logro de la competitividad. Una empresa tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas. Pueden señalarse muchas fuentes garantes de ventajas competitivas como son: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia (Hitt et al., 2003, p. 6).

En el caso específico de las empresas de servicios, uno de los atributos que contribuye fundamentalmente al éxito o subsistencia en el largo plazo, es la opinión de los clientes sobre el servicio que reciben. La esencia de las organizaciones de servicios es la opinión

que de ellos tengan los clientes, y estos solo tendrán una opinión favorable hacia la empresa, si satisface todas sus necesidades y expectativas.

De acuerdo con esto, afirman entonces que la empresa del siglo XXI debe convertirse en una organización de aprendizaje y con ello crear conocimiento que permita implementar planes de mejora continua con mayor rapidez y eficiencia, que se esfuercen constantemente para obtener beneficios y así tener una orientación superior para el cliente, haciéndolo sentirse satisfecho (Brady & Cronin, 2001, p. 248).

Por su parte, la Norma ISO 9000:2015, plantea que la calidad se define por: “El grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”. Según la misma norma se entiende como objeto “cualquier cosa que pueda percibirse o concebirse” como un producto, servicio, proceso, recurso, sistema u organización. (Sarmiento, J.M. 2015).

La OMT (Organización Mundial del Turismo), entidad rectora del turismo a nivel mundial, aporta que "La calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural" (OMT, 2016).

La calidad del servicio se identifica entonces con la satisfacción del cliente. Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más. Sin embargo, al estar determinada esta satisfacción por aspectos subjetivos como las expectativas y la percepción, la calidad no siempre se puede cuantificar o definir en términos objetivos, lo que hace necesario a las organizaciones el retroalimentarse en forma constante con la percepción de los clientes respecto a su servicio.

La calidad en el servicio dada la impronta que cada organización puede darle a su política resulta un elemento de alta diferenciación respecto de la competencia a tal punto, que se convierte en una ventaja competitiva por encima de aspectos tecnológicos y operativos.

Hoy día el sector turístico se está enfrentando a significativos retos para asegurar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo, a través de la gestión de la calidad como herramienta competitiva, convirtiéndose ella en un asunto de creciente interés, lo que constituye uno de los factores principales que influyen en la competitividad del destino, sino que es considerado por los proveedores de servicios turísticos, como una herramienta profesional para alcanzar objetivos estratégicos. Un acercamiento a la gestión integral de

la calidad debe ser prioritario en la planeación estratégica a largo plazo de cualquier entidad turística.

Lo que nos permite afirmar que la "calidad en el servicio al cliente" ya ha dejado de ser una opción o un agregado a fin de adicionar valor; hoy es un todo con el producto que se ofrece. De este modo, la calidad del servicio es entonces un elemento estratégico que porta ventaja competitiva siendo ella responsabilidad de todos y cada uno de los sujetos que intervienen en cada etapa del proceso, de ahí que lo ético constituya hoy día un componente neurálgico de dicha estrategia.

El propio Juran afirmaba: “Mientras que el siglo XX ha sido la centuria de la productividad, el siglo XXI será la centuria de la calidad”.

Profesión y Ética.

Las éticas profesionales como teoría de la moral profesional han desempeñado siempre la función de agrupar y hacer consciente el estatuto de moralidad correspondiente a las actividades específicas de una profesión dada. Sus códigos y normas ayudan a precisar el sistema de valores involucrado y formar a los individuos en éste, estrechamente unido a la actividad concreta y sus destinos sociales.

En cualquier profesión hay dos polos complementarios: lo que mueve al profesional y lo que legítimamente demanda la comunidad a los profesionales. La ética profesional orienta la conducta de los profesionales en ambos aspectos, pero apuntando a la esencia de la actividad profesional donde se conjuga el compromiso de la persona con su proyecto vital y como la base de la confianza que la sociedad deposita en el trabajo de quienes son considerados profesionales, esto es, ciudadanos con una especial responsabilidad en la comunidad a la que pertenecen.

Dentro de la ética profesional podemos destacar como valores más significativos: la autonomía, responsabilidad y la competencia profesional

De ahí que en el decursar histórico la profesión se fue perfilando por un sentido de servicio competente a la sociedad, como despliegue de las propias aptitudes y actitudes para prestar un servicio excelente a la comunidad a través del ejercicio profesional de modo tal que la ética de la profesión se convierte así en un factor de rentabilidad.

De este modo la historia de las profesiones nos ha llevado a considerarlas en la actualidad como aquellas actividades ocupacionales en la que encontramos los siguientes rasgos:

- Una profesión es una actividad humana (social) donde se presta un servicio específico a la sociedad de manera institucionalizada.
- Ejercicio autónomo, responsable y de excelencia de la actividad ocupacional.

- Requieren de un conocimiento especializado y por tanto de un largo proceso de formación teórica y práctica, basados en el desarrollo tecnocientífico; es decir, de estudios claramente reglados de los que depende la acreditación o licencia para poder ejercer la profesión.
- Se ejerce de manera estable y se obtiene a través de ella un medio de vida

Por su parte una arista importante para tener en cuenta a la hora de analizar el lugar de la profesión dentro de lo social y como ella tributa a la cultura y por tanto al logro de la excelencia y a la competitividad es lo concerniente a la ética.

Una ética de las profesiones que pretenda estar a la altura de la conciencia moral alcanzada por nuestra época y en consecuencia con el nivel de la cultura contemporánea debe estructurar un discurso coherente capaz de orientar la acción de los profesionales en el sentido completo del término, esto es, profesionales técnicamente capaces y moralmente íntegros en el desempeño de su labor profesional. Existe la percepción bastante generalizada que es imposible articular tal discurso, puesto que consideran que las cuestiones éticas pertenecen al fuero interno de cada cual, de modo que no resulta viable tomar como referencia una ética compartida. Sin embargo, si realmente no hubiese, al menos tendencialmente, una ética compartida por todos o por casi todos los ciudadanos de una sociedad moderna tal sociedad habría desaparecido hace tiempo, entre el fragor de la violencia de los grupos enfrentados.

Por tanto, lo primero que tenemos que reconocer cuando hablamos de la ética de las profesiones es que existen un marco de ética cívica que todos- incluyendo las profesiones- hemos de respetar para que existan las sociedades pluralistas modernas

La ética de cualquier profesión ha de partir del apego a los valores de convivencia que componen esta ética cívica compartida: valores como la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto y la actitud de dialogo que lleve a un proceso de democratización de la ética en el que quede superado el periodo en el cual estos definían en solitario cuales son las buenas prácticas de la profesión y cuales no son, sino que ahora se necesita redefinirlas teniendo en cuenta la opinión que tiene los usuarios y otros sectores de la sociedad a través del debate abierto a toda la ciudadanía puesto que en definitiva, la propia sociedad debe expresar a cada profesión lo que espera de ella desde una concepción del bien común que se va construyendo entre todos. De esta manera se incluye en este proceso de redefinición tanto a los involucrados en la actividad como destinatarios o receptores de sus interacciones y resultados finales.

La valoración está condicionada por elementos constitutivos de la subjetividad de los involucrados, e incluye lo individual y lo grupal, las normas y las costumbres, la innovación y la conservación de las formas de vivir. En este plano práctico, la cuestión de la participación es definitoria.

Es necesario elevar la conciencia ética de la presente generación de profesionales en un doble sentido: por un lado, en el sentido habitual de que toda persona que accede al ejercicio de una profesión ha de desempeñar su labor con el ethos de la excelencia, pero también, por otro lado, en el sentido novedoso contribuir al proceso de democratización que urge a la sociedad actual. De ahí que los profesionales de los tiempos que corren tienen el doble reto de ser excelente profesionales para ser buenos ciudadanos y de ser excelente ciudadanos para ser buenos profesionales.

En esta dirección las universidades deben contribuir a la formación de una masa crítica de profesionales comprometidos a fondo con los valores de su profesión y de su sociedad.

La ética profesional no puede ser concebida como una expresión espontánea del individuo ante el desempeño de su función, profesional, sino como la derivación de un desarrollo educativo que en su carácter histórico consolida el comportamiento de los profesionales. En su formación, estos van adquiriendo normas, valores y una concepción de la profesión que altamente individualizada, se convierte en un regulador esencial de su comportamiento moral.

Hemos visto que las profesiones han de entenderse desde el punto de vista ético como instituciones que están al servicio de la sociedad de la que forman parte, que en última instancia están al servicio de la humanidad en su conjunto, y a ellas se deben. Por ende, el ejercicio de toda profesión implica una ejecución de calidad de la actividad del profesional lo que hace necesario la formación crítica de los mismos debiendo estar comprometidos a fondo con los valores de su profesión.

El desarrollo de la economía, la ciencia y la cultura de la sociedad, las crecientes exigencias de calificación y competencias al trabajador impulsan hoy a hablar, cada vez con más frecuencia, sobre el profesionalismo como criterio de las cualidades operativas de un especialista. Pero este concepto de por sí implica una amenaza de empobrecimiento, si se lo limita sólo al conjunto de conocimientos, aptitudes y hábitos puramente profesionales. El auténtico profesionalismo incluye, inevitablemente, la capacidad de comprender a fondo su responsabilidad profesional y de cumplir con su deber profesional. De cuán orgánicamente estén fusionados en el trabajador los principios profesionales y morales depende el éxito de su labor, la integridad del mundo espiritual de la personalidad del especialista y la posibilidad de que se auto-exprese de un modo creativo y humano.

Conclusiones

- Necesidad de repensar la relación Turismo-Ética- Competitividad desde la formación del profesional del sector para lograr un especialista capaz desde su integralidad de brindar los servicios de calidad que requiere el turismo en la actualidad.

- La sostenibilidad del desarrollo no se expresa solo en la relación crecimiento económico-medioambiente, sino que debe ser comprendida también desde el vínculo con las dimensiones social, política, cultural y ética en tanto estas condicionan el rumbo y los principios de las estrategias del progreso.
- La ética de la profesión es fundamento para el logro de la competitividad y la calidad en el sector turístico en función de la sostenibilidad.

Conflicto de intereses

Los autores deben declarar si existe o no conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

Referencias Bibliográficas

- Brady, K. y Cronin J. (Febrero 2001). Customer Orientation Effects on Customer Service Perceptions and Outcome Behaviors. *Journal of Service Research*. Vol. 3, pp. 241- 251
- Bombino, L. (Ética de ayer y de hoy La ética profesional: tres razones importantes para su estudio)
- Gómez Gutiérrez, C. (2016). El desarrollo sostenible: Conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación, 2016. En <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>.
- Hitt M., Ireland, A., Duane & Hoskisson R. (2003). *Administración Estratégica*. Editorial Thomson. México.
- Juran, J.M. y Gryna, F.M. (1993). *Manual de control de la calidad*. Madrid: McGraw-Hill.
- Martín Fernández, R. "Cuestiones actuales de la teoría del turismo". Monografía del CETUR - UH. 2005
- Núñez Jover, Jorge (2002a). "Introducción: ¿Para qué CTS?", *La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar*, Editorial Félix Varela, La Habana. En <http://www.oei.es/ctsi99oo.htm>
- Porter, M. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. 1990
- Rodríguez, A. IFE: Un enfoque desde las CTS. 2012. Disponible en: <https://www.monografias.com/trabajos93/ife-enfoque-cts/ife-enfoque-cts.shtml>

Sarmiento, J.M. (2015), “El concepto de calidad en ISO 9000: 2015. [En línea]
<http://www.calidadprimero.com/2015/08/20/el-concepto-de-calidad-en-iso-90002015/> Consultado el 10 de febrero de 2018.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Explorador Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Explorador Digital**.



Indexaciones

