

Lorena Mariana Cabacanngo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

[DOI 10.35381/cm.v6i10.138](https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.138)

Operadoras turísticas y su influencia en el desarrollo socioeconómico

Tour operators and their influence on socio-economic development

Lorena Mariana Cobacango Villavicencio

lmcobacango@utm.edu.ec

Universidad Técnica de Manabí

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-3079-5962>

Dewis Edwin Álvarez Pincay

dewis.alvarez@unesum.edu.ec

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-4306-1191>

Jonas Sneider Calle García

jonas.calle@unesum.edu.ec

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-6244-0314>

Claudio Antonio Morán Menéndez

reddeinvestigacionrik@fundacionkoinonia.com.ve

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Ecuador

Recibido: 17 de mayo del 2019

Aprobado: 12 de junio del 2019

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue el describir el aporte de las operadoras turísticas en el desarrollo socioeconómico del Cantón Puerto López, Manabí – Ecuador. La población objeto de estudio estuvo conformada por 47 personas que laboran en las operadora turísticas en el cantón Puerto López del Ecuador, a quienes se le aplicó un instrumento de 31 ítems con escalamiento de Likert, el cual obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,79, catalogándose como confiable para su aplicación. Cuando se procedió a identificar cuántas operadoras turísticas existen y como estas aportan en el desarrollo microempresarial del cantón Puerto López, se constató que existen 32 operadoras, el aporte al desarrollo socioeconómico se

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

encuentra en el 70%, lo cual permite tener una influencia positiva en el desarrollo socioeconómico.

Descriptores: Economía colectiva; Sistema económico; Economía mixta; Alianza pública privada.

ABSTRACT

The general objective of the research was to describe the contribution of tour operators in the socio-economic development of the Puerto López Canton, Manabí - Ecuador. The population under study was made up of 47 people working in the tour operators in the Puerto López canton of Ecuador, to whom a 31-item instrument with Likert scaling was applied, which obtained a Cronbach Alpha of 0.79 , categorized as reliable for your application. When we proceeded to identify how many tour operators exist and how they contribute to the micro-business development of the Puerto López canton, it was found that there are 32 operators, the contribution to socioeconomic development is 70%, which allows to have a positive influence on the socioeconomic development.

Descriptors: Collective economy; Economic systems; Mixed economy; Public private partnerships.

INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad es una industria importante en nuestro país ya que está comprendida por oferta y producción de servicios, en Puerto López existen diversos sectores que influyen de manera satisfactoria con el turismo como lo son: operadores turísticos, alojamiento, transporte, hotelería, servicios complementarios entre otros.

Desde hace muchos años atrás existe una relación recíproca entre el turismo y el desarrollo socioeconómico de un determinado lugar; considerando que el turismo es el motor de crecimiento en una economía y el desarrollo socioeconómico es el que tiene que ver con el bienestar de los ciudadanos mejorando satisfactoriamente sus ingresos.

Como es de conocimiento el cantón Puerto López es considerado un sector turístico y pesquero, pero al hablar del turismo podemos decir que las operadoras turísticas en la actualidad se han convertido en un componente de desarrollo socioeconómico por lo que cumplen un papel muy importante en este sector, por lo que se benefician directamente los habitantes que se dedican a brindar este tipo de servicio, siendo pertinente contar con la visión de Lalangui, Espinoza Carrión & Pérez Espinoza (2017), quienes plantean la necesidad de articular una empresa turística con visión sostenible, lo cual contribuye a formalizar acciones en favor del crecimiento socio económico con vertiente humanista, así mismo, Chirinos Martínez, Chirinos Martínez & Gómez Rivero (2018), destacan lo necesario que es contar con organizaciones en disposición de prestar un servicio de calidad al cliente.

La calidad al cliente en el sector turismo es de suma importancia por cuanto se trata de asegurar que la inversión realizada tenga posibilidades de retorno cuando el turista prefiere un determinado servicio o destino, producto del servicio recibido, en este sentido, Aldana & Piña (2018), complementan que el servicio al cliente es un factor primordial para el aseguramiento del retorno de inversión, así mismo, Pruna Jacome & Albán Yáñez (2019), plantean que para consolidar un servicio turístico de calidad, el personal que labora en las organizaciones con fines turísticos, debe recibir formación permanente a fin de poder contar con las competencias necesarias de atención integral al cliente, aunado a lo planteado por Aldana Zavala & Colina Ysea (2019), quienes señalan la importancia de promover una conciencia ecológica desde lo empresarial.

En ese sentido, el objetivo general de la investigación fue el describir el rol de las operadoras turísticas y su influencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Puerto López, Manabí – Ecuador.

REFERENCIAL TEÓRICO

Las operadoras del mercado turístico

En turismo los operadores del mercado son aquellas empresas y organismos que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico, (Gómez Martín & López Palomeque, 2002). Así mismo, (Quesada Castro, 2006), indican que:

En cuanto a las agencias de viajes y tour-operadoras, a menudo se mezclan ambos tipos, lo cual no conviene por ser las primeras las encargadas de la venta de servicio de transportación y otros (paquetes, alojamiento, etc.) solicitados por el turista para desplazarse hacia destinos foráneos. Por su parte, las tour-operadoras, al contrario de la labor emisora de las primeras, son las que tienen a su cargo la realización de tours y paquetes dirigidos al conocimiento y disfrute de los recursos turísticos de una localidad, región o país. (p. 204).

Así como en la una economía existen muchas formas de capital, también existen muchas formas de inversión. Las cuentas nacionales identifican tres áreas principales para la inversión. La primera gran categoría de la inversión es la inversión fija de la empresa, que mide lo que gastan las empresas en la planta (estructura física que ocupa una fábrica o una oficina comercial) y equipos (maquinarias y vehículos). El segundo gran componente del gasto de capital es la inversión en existencias. Las existencias son los inventarios de materias primas, productos semiterminados y bienes terminados que todavía no se han vendido al comprador final.

La inversión en existencias es la variación durante cierto periodo; un incremento de las existencias constituye una inversión positiva, en tanto que una reducción de las existencias es una forma de inversión negativa. La tercera gran categoría es la inversión en estructuras residenciales, que incluye lo que se gasta tanto en mantener las viviendas existentes como en producir viviendas nuevas. (Larraín B., Sachs, & Sachs, 2002).

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

El turismo es una actividad que se encuentra clasificada dentro del comúnmente llamado sector de servicios. Este sector, que también se denomina terciario, se impulsó después de la Segunda Guerra Mundial y por la influencia de la teoría keynesiana, cuando las inversiones públicas y privadas extranjeras fueron el motor del crecimiento económico a través de la generación de empleos. Los impactos económicos a través de la generación de empleos. Los impactos económicos del turismo se pueden medir, según Hollaway, a través del ingreso, empleo, balanza de pagos, inversión y desarrollo, donde se puede aplicar el análisis de multiplicador y acelerador económico. (Maerk, 2000).

Todas las actividades que los turistas hacen en un destino están determinadas por sus características como consumidores y por lo que el lugar les ofrece para su permanencia y disfrute. Ese conjunto de servicios turísticos, directos e indirectos, conforman el elemento económico del sistema (Quezada Castro, 2000).

Por otra parte, autores como Brida, Monterubbianesi, Zapata y Giraldo (2010) señalan que en el contexto regional se reconoce la importancia del turismo como un elemento dinamizador de las economías locales. Dicho reconocimiento se manifiesta como una consideración importante en los planes de desarrollo tanto del orden nacional como del regional, prevalecen en éstos, los esfuerzos por invertir en promoción y diseño de nuevos productos turísticos, investigación de mercados, infraestructuras y estímulos a la creación de nuevas prestaciones de servicios turísticos. (Aguirre Jiménez & Morán Martínez, 2014).

El turismo no es simplemente clasificar una serie de actividades o productos bajo el título de “Turístico”, sino incluir cualquier producto que consuma o actividad que realice el turista. Podemos deducir que la determinación de lo que es o no actividad turística no se origina en el producto ni en la oferta, sino en la demanda, ya que aquello que usa un turista es turístico sin importar la

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

naturaleza de dicho servicio. En realidad, el sector turístico no existe, son más de 60 sectores. En realidad, el sector turístico no existe, son más de 60 sectores y más de 300 negocio turísticos distintos (producto+ mercado+ tecnología) (Ruiz Ballesteros & Solis Carrión, 2007).

En el artículo 3 de la Ley de Turismo Ecuatoriana, manifiesta que: “Son principios de la actividad turística, los siguientes”. Literal a: “La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional”.

El comportamiento turístico actual impone nuevos retos, uno de ellos es la necesidad de conocer mejor las motivaciones y expectativas de los clientes, así como la búsqueda de una mayor rentabilidad de los productos turísticos, la evolución y adaptación de las empresas al ritmo de la tecnología, el desarrollo e innovación de productos turísticos que permitan a los países y regiones ser competitivos.

Tendiendo sobre todo a la sustentabilidad para asegurar una mejor calidad de vida a quienes participan en la actividad turística; esto implica realizar una reconversión del modelo turístico que esté acorde con los retos del futuro. Por otra parte, el incremento de la competencia en los diferentes destinos turísticos y la incidencia de factores externos son parámetros de grandes cambios (Osorio García & Espinosa de los Monteros, 2007).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó el método de estadística descriptiva, el cual permitió la “descripción de las variables de estudio” Hernández, Fernández y Baptista (2014), específicamente a través del uso de la técnica: medidas de tendencia central y de variabilidad, a través del uso de la media o promedio aritmético (\bar{X}) y la desviación estándar. Esta técnica permitió distribuir los datos recopilados en tablas de frecuencia, porcentaje, para la posterior construcción de gráficos que evidencian la percepción que tiene la población estudiada sobre las variables de la investigación.

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

En este sentido, la población objeto de estudio estuvo conformada por 47 personas que laboran en las operadora turísticas en el cantón Puerto López del Ecuador, a quienes se le aplicó un instrumento de 31 ítems con escalamiento de Likert, el cual obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,79, catalogándose como confiable para su aplicación.

RESULTADOS

Entre los principales resultados se encuentran:

Resumen del aporte de las operadoras turísticas al desarrollo socio económico

Cuadro 1

SIEMPRE		CASI SIEMPRE		NUNCA	
FA	%	FA	%	FA	%
20	42	13	28	14	30

Desde los resultados obtenidos, se evidencia que el 70% de la población encuestada, considera que las operadoras turísticas brindan un aporte significativo al desarrollo socio económico del Cantón Puerto López. Lo cual implica que se encuentran en un rango altamente positivo, lo cual implica que se están cumpliendo las diversas normativas propuestas tanto por el sector Público como privado para el establecimiento de una cultura organizacional en el sector turismo que impulse el progreso sostenido de la comunidad de Manta, sin embargo es necesario profundizar en el porqué, existe un 30% que considera que no está realizando un aporte significativo.

Entre las fortalezas evidenciadas, se tiene que existe en el cantón Puerto López, una asociación que agrupa a todas las operadoras turísticas, sumando un total de 32 y que se encuentran legalmente constituidas, estas se han venido a constituir en una

de las principales actividades que generan desarrollo socioeconómico en la localidad, por cuanto después de la actividad pesquera, el turismo y sus actividades son la que mayores ingresos generan en la economía local.

La mayor actividad donde se aprecian turistas extranjeros es en la época del avistamiento de las ballenas jorobadas, el servicio que se brinda por parte de las operadoras turísticas es calificado como muy bueno, estos cada día tratan de mejorar los servicios. La inversión máxima que se ha realizado por parte de los propietarios de las operadoras turísticas es de \$ 80.000,00 dólares, misma que en su mayoría fue realizada con recursos de los dueños de las operadoras.

La incidencia de la inversión del sector financiero es muy poca, se deben ampliar los montos y otorgar mayor facilidades en cuanto a los requisitos para acceder a los créditos. La inversión extranjera ha sido muy oportuna y ha permitido mejorar el servicio de este sector económico de Puerto López.

CONCLUSIONES

En la observaciones se pudo constató que el servicio de atención no es muy bueno, el personal que existe dentro de las operadoras no está debidamente capacitado., siendo esto indicadores del 30% que considera que no se ha realizado un aporte significativo al desarrollo socioeconómico.

Al comprobar si la inversión que realizan las operadoras turísticas incide en el desarrollo socioeconómico del cantón Puerto López, se evidenció que la inversión que realizó cada propietario de las operadoras turísticas es de \$ 80.000,00, está inversión de acuerdo al 78% de los encuestados fueron financiados con recursos propios, a penas la banca pública aportó con un 22% de financiamiento para crear las operadoras que se encuentran funcionando. Por tal razón el 100% de los consultados calificaron como baja la incidencia del sector financiero en otorgar créditos. Es llamativo observar que existe inversión extranjera en la creación de operadoras turísticas, la cual ha fortalecido más este sector económico local.

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

REFERENCIAS CONSULTADAS

1. Aguirre Jiménez, A. A., & Morán Martínez, F. (2014). Apoyos gubernamentales para el desarrollo turístico en la región Costa Norte de Jalisco. Una estrategia de desarrollo local y regional. En M. Velarde Valdez, & S. Gómez Nieves, *Turismo sustentable y desarrollo rural: Estudios en Polonia, Costa Rica y México*. México: Editorial Universitaria - Libros UDG. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=VNbECQAAQBAJ&pg=PT82&dq=teoria+de+la+inversion+en+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOgM_librXAhUM6CYKHT_tCbKQ6AEIPTAF#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20inversion%20en%20turismo&f=false
2. Aldana, J., & Piña, J. (2018). Calidad del servicio prestado al cliente por los instructores de gimnasios. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 2(3), 172-197. Recuperado de <http://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/revistakoinonia/article/view/59/46>
3. Aldana Zavala, J., & Colina Ysea, F. (2019). Marketing verde en la conformación de una ciudadanía planetaria en el ámbito educativo latinoamericano. *Revista San Gregorio*, 0(31), 150-161. Recuperado de <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/972/15>
4. Bigné Alcañiz, J. E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, España: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=0zQylYo7i2oC&pg=PA230&dq=paquetes+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi334Lzv7_XAhUJWSYKHSxqC2EQ6AEIJDA#v=onepage&q=paquetes%20turisticos&f=false
5. Cabero Soto, C. (2014). *UF0326 - Organización de viajes nacionales e internacionales*. España: Ediciones Paraninfo, S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=SMcUBQAAQBAJ&pg=PA3&dq=tipos+de+paquetes+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjIqyFzL_XAhVFSCYKH_eV7BjQ4ChDoAQgpMAE#v=onepage&q=tipos%20de%20paquetes%20turisticos&f=false
6. Crosby, A. (2009). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*. España: Forum Natura. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=wr4RzwV0GycC&pg=PA82&dq=inversi>

Lorena Mariana Cabacanfigo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

[on+en+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwir5d6bwLrXAhVH5yYKHbILCY0Q6AEIUTAI#v=onepage&q=inversion%20en%20turismo&f=false](http://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/82)

7. Chirinos Martínez, A., Chirinos Martínez, A., & Gómez Rivero, J. (2018). Comprensión del contexto organizacional de la productora y distribuidora venezolana de alimentos (PDVAL), basado en las metáforas de Morgan. *CIENCIAMATRIA*, 4(7), 99-121. Recuperado a partir de <http://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/82>
8. Esteve Secall, R., Torres Bernier, E., Fuentes García, R., & Martín Rojo, M. d. (2006). *Estructura de mercados turísticos* (Primera ed.). Barcelona, España: Editorial UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA104&dq=paquetes+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi334Lzv7_XAhUJWSYKHSxqC2EQ6AEINDAD#v=onepage&q=paquetes%20turisticos&f=false
9. Gómez Martín, B., & López Palomeque, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona, España: Edicions Universitat Barcelona. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=XnARoli1ZNQC&pg=PA51&dq=operadoras+turisticas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwifx5KMhbrXAhXHQyYKHScLArcQ6AEIJDA#v=onepage&q=operadoras%20turisticas&f=false>
10. Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). *Introducción al Turismo* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAQBAJ&pg=PA107&dq=tipos+de+operadoras+tur%C3%ADsticas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjT06W5ib_XAhVFLSYKHf09B-8Q6AEIPTAE#v=onepage&q=tipos%20de%20operadoras%20tur%C3%ADsticas&f=false
11. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc – Graw – Hill Interamericana. Sexta edición.
12. Larraín B., F., Sachs, J. D., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global* (Primera ed.). Argentina: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.es/books?id=DbBQpl7W0ssC&pg=PA437&dq=teoria+de+la+inversion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic2tO-2_VAhXqw1QKHdVYAToQ6AEILDAB#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20inversion&f=false
13. Maerk, J. (2000). *Tourism in the Caribbean*. México: Plaza y Valdes. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=icUtVvyJ26sC&pg=PA152&dq=teoria+>

[de+la+inversion+en+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOgM_librXAhUM6CYKHT_tCbKQ6AEILjAC#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20inversion%20en%20turismo&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOgM_librXAhUM6CYKHT_tCbKQ6AEILjAC#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20inversion%20en%20turismo&f=false)

14. Mitre Aranda, M. (2006). *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes*. Asturias, España: Universidad de Oviedo. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=nnB6EdZUI3YC&pg=PA219&dq=paquetes+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi334Lzv7_XAhUJWSYKHSxqC2EQ6AEIKzAB#v=onepage&q=paquetes%20turisticos&f=false
15. Osorio García, M., & Espinosa de los Monteros, G. N. (2007). *Entrono Del Turismo Perspectivas Vol 2*. México: UAEMEX. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=d7zv9PVOHrUC&pg=PA111&dq=inversion+en+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjbx-r_wrrXAhXJ7SYKHQKWDKq4HhDoAQhCMAY#v=onepage&q=inversion%20en%20turismo&f=false
16. Pruna Jacome, L., & Albán Yáñez, C. (2019). Estudio del Talento Humano en las prácticas de los centros de información turística y su incidencia en el turismo de la provincia de Cotopaxi. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 451-467. doi:<http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.294>
17. Quesada Castro, R. (2006). *Elementos Del Turismo*. San Jose, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&pg=PA204&dq=En+cual+se+clasifican+las+agencias+de+viajes+y+tour+operadoras,+a+menudo+se+mesclan+ambos+tipos,+lo+cual+no+conviene+por+ser+las+primeras+las+encargadas+de+la+venta+de+servicios+de+transporte&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjbx-r_wrrXAhXJ7SYKHQKWDKq4HhDoAQhCMAY#v=onepage&q=En+cual+se+clasifican+las+agencias+de+viajes+y+tour+operadoras,+a+menudo+se+mesclan+ambos+tipos,+lo+cual+no+conviene+por+ser+las+primeras+las+encargadas+de+la+venta+de+servicios+de+transporte&f=false
18. Quesada Castro, R. (2000). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*. San José, Costa Rica: EUNED.
19. Ruiz Ballesteros, E., & Solís Carrión, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial Abya Yala. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&dq=inversion+en+turismo+ecuador&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQ7vz5xfTYAhWLzIMKHZmvAH44FBDQAQgoMAE#v=onepage&q&f=false>
20. Salcedo Fernández, A. (2017). *Marketing turístico aplicado*. Madrid, España: ESIC Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5q04DwAAQBAJ&pg=PA192&dq=tipos>

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

6. Crosby, A. (2009). Re-inventing rural tourism: Management and development. Spain: Forum Natura. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=wr4RzwV0GycC&pg=PA82&dq=inversion+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwir5d6bwLrXAhVH5yYKHbILCY0Q6AEI20TAq=fversion@&t=seversion>
7. Chirinos Martínez, A., Chirinos Martínez, A., & Gómez Rivero, J. (2018). Understanding the organizational context of the Venezuelan food producer and distributor (PDVAL), based on Morgan's metaphors. SCIENCE, 4 (7), 99-121. Recovered from <http://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/82>
8. Esteve Secall, R., Torres Bernier, E., Fuentes García, R., & Martín Rojo, M. d. (2006). Structure of tourist markets (First ed.). Barcelona, Spain: Editorial UOC. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA104&dq=packets+turisticos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi334Lzv7_XAhUJWSYKHSxqC2EQ6AEINDAD#v%onef=false&t=spats&f=pasticos&t=set=
9. Gómez Martín, B., & López Palomeque, F. (2002). Tourism regionalization of the world. Barcelona, Spain: Edicions Universitat Barcelona. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=XnARoli1ZNQC&pg=PA51&dq=operadoras+turisticas&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjfx5KMhbrXAhXHQyYKHScLArcQ6AEIJDA#v=onepage%qfalse=yst%dfalse&d=yst===pagepage>
10. Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). Introduction to Tourism (First ed.). Mexico: Patria Editorial Group. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAAQBAJ&pg=PA107&dq=types+de+operadoras+tur%C3%ADsticas&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjT06W5ib_XAhVFLSYKHf09B-8Qv=%%d=%% 20operators% 20tur% C3% ADsticac & f = false
11. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, L. (2014). Investigation methodology . Mexico: Editorial Mc - Graw - Interamerican Hill. Sixth edition.
12. Larraín B., F., Sachs, J. D., & Sachs, J. (2002). Macroeconomics in the global economy (First ed.). Argentina: Pearson Education. Retrieved from https://books.google.es/books?id=DbBQpl7W0ssC&pg=PA437&dq=teoria+de+la+inversion&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwic2tO-2_VAhXqw1QKHdVYAToQ6AEILDAB#v=onepage&version=oria%20&fal=208

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

13. Maerk, J. (2000). Tourism in the Caribbean. Mexico: Plaza and Valdes. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=icUtVvyJ26sC&pg=PA152&dq=teoria+de+la+inversion+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjOgM_librXAhUM6CYKHT_tCbKQvAEILjACq=teE%j%q=teE%j%q=teE%j%q=teE%j%q=tee%2020inversion%20in%20tourism&f=false
14. Miter Aranda, M. (2006). Tourism production and intermediation in the travel agency sector. Asturias, Spain: University of Oviedo. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=nnB6EdZUI3YC&pg=PA219&dq=packages+turisticos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi334Lzv7_XAhUJWSYKHsXqC2EQ6AEIKzAB#v=onepage=fatches=fatches&f=files==
15. Osorio García, M., & Espinosa de los Monteros, G. N. (2007). Entronco del Turismo Perspectivas Vol 2. Mexico: UAEMEX. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=d7zv9PVOHrUC&pg=PA111&dq=inversion+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjbx-r_wrrXAhXJ7SYKHQKWDKq4HhDovQt&f=#
16. Pruna Jacome, L., & Albán Yáñez, C. (2019). Study of Human Talent in the practices of tourist information centers and their impact on tourism in the province of Cotopaxi. Interdisciplinary Arbitrated Review Koinonía, 4 (8), 451-467. doi: <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.294>
17. Quesada Castro, R. (2006). Tourism elements. San Jose, Costa Rica: Distance State University. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&pg=PA204&dq=En+cuanto+a+las+agencias+de+viajes+y+tour-operadoras,+a+menudo+se+mesclan+both+types,+what+which+is+not+convenient+for+being+the+first+ones+responsible+for+the+sale+of+transport+services+C3%B3n+y+>
18. Quezada Castro, R. (2000). Tourism elements. Theory, classification and activity. San José, Costa Rica: EUNED.
19. Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrión, D. (2007). Community tourism in Ecuador: development and social sustainability. Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial Abya Yala. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&dq=inversion+en+turismo+ecuador&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiQ7vz5xfTYAhWLzIMKHZmvAH44FBD0A=oneMag&f=false>
20. Salcedo Fernández, A. (2017). Applied tourism marketing. Madrid, Spain: ESIC Editorial. Retrieved from

CIENCIAMATRIA
Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VI. Vol. VI. N°10. Enero – Julio 2020

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Lorena Mariana Cabacanfgo Villavicencio; Dewis Edwin Álvares Pincay; Jonas Sneider Calle García; Claudio Antonio Moran Menéndez

[https://books.google.com.ec/books?id=5q04DwAAQBAJ&pg=PA192&dq=type
s+de+operators
+tur%C3%ADsticas&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjT06W5ib_XAhVFLSYKHf0
9IL-8Qv%3D](https://books.google.com.ec/books?id=5q04DwAAQBAJ&pg=PA192&dq=type+s+de+operators+tur%C3%ADsticas&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjT06W5ib_XAhVFLSYKHf09IL-8Qv%3D)
page/page 20operators% 20tur% C3% ADsticás & f = false

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).