



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE MANABÍ

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN:

“DIAGNÓSTICO DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS PORTOVIEJO
- MANTA Y SU APORTE AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN
LA PROVINCIA DE MANABÍ”

PREVIO AL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA:

YULY VIRGINIA MIELES PINARGOTE

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

MG. JORGE PARREÑO GARCÍA

FEBRERO-2022

PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgr. Jorge Parreño

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

Mgtr. Estefanía Vélez Moreira.

131101133-0

PRIMER LECTOR

Dra. Dayana Valdez Pérez.

096015099-3

SEGUNDO LECTOR

Mgtr. Danny Mendoza Cedeño.

131016664-8

TERCER LECTOR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad de la autora, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Portoviejo, febrero 2022

f. _____
Yuly Virginia Mieles Pinargote
C.I: 131369791-2
Dir.: Avenida reales tamarindos, Portoviejo
e-mail: yulymieles@hotmail.com
Telf.: 0989654774

DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

Yuly Virginia Mieles Pinargote

C.C.: 131369791-2

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la inspiración, la fuerza y la fe para afrontar cada día y lograr paso a paso mis sueños.

Por otro lado, le dedico este logro a mi familia, quienes con su amor, paciencia y apoyo incondicional me han permitido llegar a cumplir una etapa muy importante de mi vida y de manera especial a mi hijo Alan Arturo Mera, quien fue el motor de mi trabajo y esfuerzo.

Finalmente, quiero dedicar este trabajo investigativo a todas aquellas personas que me acompañaron y aportaron al alcance de mis sueños.

Yuly Virginia Miele Pinargote

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí por abrirme las puertas de su seno y de manera especial a cada uno de los miembros de la Carrera de Licenciatura en Turismo, a mi tutor Mgtr. Jorge Parreño quien ha sido una guía fundamental en este proceso y a cada docente que con su sabiduría y experiencia me brindaron tantas oportunidades de crecimiento y conocimiento para mi formación tanto profesional y humana.

Cada una de estas personas me hicieron ver, que sin importar cuanto tiempo me tome, todo se puede si de verdad lo sueñas y lo quieres. Mil gracias.

Yuly Virginia Miele Pinargote

Resumen

El presente estudio cualitativo tuvo como finalidad el diagnóstico del aporte de las operadoras turísticas en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, siendo las empresas escogidas para la realización del proyecto “CHEVERISMO TOURS” y “ECUADOR CEIBOSTOUR” pertenecientes a las ciudades de Manta y Portoviejo respectivamente. El primer paso para la ejecución de la investigación fue la determinación de la situación actual de las operadoras turísticas existentes en los cantones antes mencionados, dando como resultado una cantidad de 46 establecimientos turísticos, seleccionando las dos operadoras más destacadas. Se continuó con la medición de las variables socioeconómicas de empleo y rentabilidad, que dieron como resultado un ingreso económico anual importante a la provincia de \$319.300 aproximadamente; del mismo modo, contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas, generando una cantidad de 35 plazas de trabajo, dicha información se obtuvo a través de entrevistas a los propietarios de las dos operadoras seleccionadas y a los gerentes de la planta turística asociada. Para finalizar se llevó a cabo un análisis relacionado con el aporte socioeconómico de las 46 operadoras a la provincia, durante el año 2019, dando un total de rentabilidad de \$4'600.000, y 660 empleos, aproximadamente; además se pudieron identificar aspectos negativos y positivos, como la falta de comunicación entre los establecimientos asociados, la contribución de las agencias a la afluencia de visitantes, demostrando así la importancia de las mismas dentro de la provincia de Manabí.

Palabras clave: Manabí, turismo, operadoras turísticas, planta turística, desarrollo socioeconómico

Abstract

This qualitative research study aimed to diagnose the contribution of tour operators to the socioeconomic development in the Province of Manabí, having been chosen “Cheverisimo Tours” and “Ecuador Ceibostour” in Manta and Portoviejo, respectively as they are the leading local tour operators. Hence, this field research study was carried out from August 2020 through August 2021, in order to assess the current situation of the 46 tour operators located in these cantons, by using as data collection instrument an interview with the owners of the two aforementioned tour operators, and with the managers of the associated tourist facilities. Socioeconomic variables of employment and profitability were measured, and an analysis of the socioeconomic contribution to the province on behalf of the 46 operators was carried out for the year 2019. The findings from the interviews regarding the socioeconomic variables of employment and profitability show that annual income is approximately \$319,300, which generates about 35 jobs. However, the findings also reveal the lack of communication between the tour operators because of competition. The analysis of the socioeconomic contributions shows a total profit of \$ 4,600,000, and about 660 jobs. It is concluded that there are negative aspects such as communication breakdown among the different tour operators, and positive aspects such as the contribution of these tourism agencies to the influx of visitors to the Province of Manabí.

Keywords: Manabí, tourism, tour operators, tourist facilities, socioeconomic development

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	II
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD	IV
DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
TABLA DE CONTENIDOS	X
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. “ACTITUDES EXPRESADAS EN COMENTARIOS EN LÍNEA SOBRE FACTORES AMBIENTALES EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO”	2
1.2 “DIAGNÓSTICO NACIONAL DE TURISMO AVENTURA”	2
1.3 “IDENTIFICAR PUESTOS Y ROLES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES BASADOS EN LA REDUNDANCIA DE RELACIONES EN UNA RED DE VIAJES COMBINADOS”	3
1.4 “PROMOÇÃO DE DESTINOS: UM OLHAR ÉTICO CULTURAL PARA AS OPERADORAS TURÍSTICAS”	3
1.5 “REGLAMENTO DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA”	3
1.6 “PERCEPCIONES DE TOUR OPERADORES Y GUÍAS TURÍSTICOS EN CUANTO A LA UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN EL TURISMO DE LA CIUDAD DE QUITO”	4
1.7 “DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LAS MODALIDADES Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO, PROVINCIA DE PICHINCHA”	4
1.8 “EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LAS OPERADORAS DE TURISMO DE LA CIUDAD DE IBARRA”	5
1.9 “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA OPERADORA TURÍSTICA LOCAL EN EL CANTÓN LIMÓN INDANZA”	5
1.10 “DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CALIDAD, DIRIGIDO A LAS OPERADORAS TURÍSTICAS DE MACHALA”	6
1.11 “SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO DEL MORRO, PROVINCIA DEL GUAYAS”	6
1.12 “IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LA PROVINCIA DE MANABÍ”	7
1.13 “EL TURISMO EN LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2017”	7
1.14 “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA OPERADORA TURÍSTICA QUE INCIDA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA COJIMÍES”	8
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1 GENERAL	9

2.2 ESPECÍFICOS	9
3. MATERIALES Y MÉTODOS	9
3.1 MÉTODOS	9
3.2 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	9
3.3 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	9
3.4 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	10
3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	10
3.6 ENTREVISTAS	10
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA	10
4. RESULTADOS	11
4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS	13
4.1.1. OFERTA DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS	13
4.1.2 BENEFICIOS	16
4.1.3 CARACTERÍSTICAS	17
4.1.4 COMPETENCIA	18
4.2 MEDICIÓN DE LAS VARIABLES SOCIOECONÓMICAS DE EMPLEO Y RENTABILIDAD A TRAVÉS DE LA OFERTA QUE BRINDAN LAS OPERADORAS TURÍSTICAS, EN LOS DIFERENTES DESTINOS DE LA PROVINCIA DE MANABÍ	18
4.2.1 ENTREVISTA A LA OPERADORA TURÍSTICA CHEVERÍSIMO TOUR S.A. Y ECUADOR CEIBOS TOUR	19
4.2.2. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	29
4.2.3 MEDICIÓN SOCIOECONÓMICAS DE EMPLEO Y RENTABILIDAD DE LAS OPERADORAS CHEVERÍSIMO TOUR S.A. Y ECUADOR CEIBOS TOUR	29
4.3 ANÁLISIS DEL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ DEL AÑO 2019 RELACIONADO CON EL APORTE DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS.	36
4.3.1. <i>Análisis económico.</i>	36
4.3.2 <i>Análisis social.</i>	37
4.3.3. <i>Análisis general.</i>	38
5. DISCUSIÓN	39
6. CONCLUSIONES	40
7. BIBLIOGRAFÍA	41
8. ANEXOS	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Rentabilidad de la Operadora Turística Cheverísimo Tour (2019).	31
Gráfico 2. Medición de empleabilidad de la operadora turística Cheverísimo Tour en demanda turística baja y alta 2019.	32
Gráfico 3. Rentabilidad de la operadora turística Ceibos Tour (2019).	34
Gráfico 4. Medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour en demanda turística baja y alta 2019.	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operadoras turísticas de Manta y Portoviejo.	11
Tabla 2. Agencia de Viajes Dual de Manta y Portoviejo.	12
Tabla 3. Paquetes turísticos de Manabí de la operadora turística Ceibos Tour.	14
Tabla 4. Paquetes turísticos de la operadora turística Cheverísimo Tour.	15
Tabla 5. Entrevista a la planta asociada.	23
Tabla 6. Rentabilidad de la Operadora Turística Cheverísimo Tour (2019)	30
Tabla 7. Medición de los empleados de la operadora turística Cheverísimo Tour en demanda turística baja y alta 2019.	32
Tabla 8. Rentabilidad de la Operadora Turística Ceibos Tour (2019).	33
Tabla 9. Medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour en demanda turística baja y alta 2019.	34

1. INTRODUCCIÓN

Las operadoras turísticas son organizaciones que planifican, elaboran, estructuran itinerarios, intervienen y gestionan la venta de toda clase de servicios y paquetes turísticos, ya sea directa e indirectamente al usuario, mediante la vinculación con las diferentes agencias de viaje, (Viñan, 2016). Es por esta razón que las operadoras turísticas cumplen un papel fundamental en el desarrollo turístico de un país. Sin duda el turismo es una actividad referida a uno de los sectores estratégicos mundialmente reconocidos por ser el aporte principal del desarrollo económico de los países, en efecto como lo reconoce la Organización Mundial del Turismo (2019), esta actividad es la principal fuente de ingresos para muchos países del mundo.

Las agencias de viaje y las operadoras turísticas tienen una interacción continua, todo surge tras la necesidad de satisfacer los requerimientos de los usuarios y el desarrollo de una oferta turística atractiva y de calidad. Es relevante mencionar que el rol de las operadoras es la estructuración estratégica de planes de servicios y paquetes turísticos, que cubran las necesidades de los usuarios hacia el sector que desean hacer turismo, su planificación debe contener no solo un beneficio para el cliente, sino también el beneficio para las agencias turísticas quienes ofertan más a detalle y directamente con el usuario que lo requiera, (Servicio Nacional de Turismo , 2017).

La presente investigación tuvo como objetivo central, diagnosticar el aporte de las operadoras turísticas Portoviejo – Manta al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, el mismo que tuvo su cumplimiento bajo los siguientes objetivos específicos, 1) Determinar la situación actual de las operadoras turísticas de Portoviejo y Manta. 2) Medir las variables socioeconómicas de empleo y rentabilidad a través de la oferta que brindan las operadoras turísticas en los diferentes destinos de la provincia de Manabí. 3) Analizar el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí del año 2019 relacionado con el aporte de las operadoras turísticas. Esta investigación se realizó bajo la metodología descriptiva, documental y de campo, basándose en la utilidad de la entrevista como técnica de recolección de toda la información, destinándola a los operadores turísticos y la planta turística asociada.

La pregunta de investigación del presente estudio fue ¿Cómo las operadoras turísticas de Manta y Portoviejo influyen al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí? Para sustentar esta investigación se toma como referencia los criterios de los siguientes autores:

1.1. “Actitudes expresadas en comentarios en línea sobre factores ambientales en el sector turístico: un estudio exploratorio”

Las tendencias turísticas radican del uso de nuevas tecnologías, es por ello por lo que se han producido muchos cambios en el turismo y las actividades vinculadas a su crecimiento. El turismo es una gran fuente de ingresos para cualquier país del mundo. Las actividades que se realizan para promocionar el turismo brindan el beneficio social y económico que las nuevas tendencias lo requieren. Para Saura et al., (2018) en un estudio exploratorio realizado en España menciona que los factores ambientales son el eje principal para la promoción de un sector que por sus características posee un alto nivel turístico. Concluyendo que el turismo irresponsable puede provocar la destrucción de hábitats, el deterioro del ambiente y la pérdida de recursos naturales.

Es importante este estudio exploratorio, ya que identifica los factores ambientales que están en riesgo tras la toma de decisiones irresponsable para promocionar el turismo de un país. Para la presente investigación es importante reconocer que el desarrollo económico no bastará si la sostenibilidad ambiental, cultural y social no es abordada adecuadamente.

1.2 “Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura”

El turismo de aventura es aquel que impulsa prácticas sustentables para asegurar la conservación del medio, es evidente que, por su autenticidad y exclusividad las actividades físicas contienen múltiples niveles de dificultad y se proporciona a un grupo específico de usuarios. Según el Ministerio de Turismo Nacional (2016) en un estudio a nivel nacional realizado en Argentina asegura que el turismo de aventura presenta un costo promedio de \$3000 dólares y que el 65,6% de ese valor queda en el destino visitado. Tras la investigación se concluye que de un total de 300 personas encuestadas solo el 14% se informaban y contrataban un paquete de turismo de aventura mediante los operadores turísticos. Además, se evidenció que la combinación de una actividad física e inmersión cultural aseguran la satisfacción de los usuarios.

Esta investigación permitió reconocer la importancia de la estructuración de planes turísticos más específicos. Ya que el senderismo, la pesca, el buceo, las excursiones, el cicloturismo entre otras, son actividades físicas consideradas turismo de aventura. Y que la falta de conocimiento de las operadoras turísticas sobre la promoción de estas actividades en la investigación anterior denotó la poca necesidad de requerir el servicio que una operadora turística ofrece.

1.3 “Identificar puestos y roles de las agencias de viajes basados en la redundancia de relaciones en una red de viajes combinados”

La globalización ha sido el motor constante de los cambios en la industria del turismo, viajar al extranjero no representa una contrariedad, sino comprender adecuadamente y desarrollar las demandas de los usuarios turísticos para proveer un paquete turístico que satisfaga las necesidades y otorguen la calidad que los usuarios estén dispuestos a costear. De acuerdo con el criterio de Chang (2020) en su estudio realizado en Colombia se demuestra que el turismo y los paquetes turísticos no están protegidos bajo un derecho o patente, es por ello por lo que se concluye que el servicio que proporcionan las operadoras turísticas y las agencias de viajes radica en la ventaja competitiva y la feroz competencia.

Es importante reconocer que para este autor la industria del turismo requiere de recursos propios, únicos, inimitables y valiosos. La estructuración de los paquetes tras la planificación constará de los conocimientos del mercado, de la competencia, del lugar turístico a promocionar y de la demanda. Por lo tanto, es importante reconocer que para esta investigación se requiere que las operadoras turísticas conozcan con claridad los recursos del mercado y la importancia de la competitividad.

1.4 “Promoção de Destinos: Um Olhar Ético Cultural para as Operadoras Turísticas”

El trabajo de investigación pertenece a: Gonçalves Santana *et al*, (2008), este artículo se centra en la importancia de las operadoras turísticas para promocionar un destino turístico, desde la vía del respeto y preservación de la cultura local, en donde se recalca que la cooperación entre las operadoras y los destinos turísticos son la mejor estrategia para el crecimiento y fortalecimiento de una comunidad.

En este artículo se citan varios temas como lo son: fomento de los destinos turísticos y la ética, operadoras y estrategias para promover destinos, ética, cultura y postmodernidad.

El presente artículo científico se relaciona con el plan de investigación porque trata de la importancia del marketing que dan las operadoras turísticas para el reconocimiento de los atractivos turísticos, y el aporte de estas al crecimiento y desarrollo de una localidad.

1.5 “Reglamento de Operación e Intermediación Turística”

Para el estado ecuatoriano las operadoras turísticas se rigen bajo el reglamento de operación e intermediación turística, de esto se desprenden sus derechos y obligaciones. Al cumplir con el papel de intermediación gestionan adecuadamente la promoción del turismo sustentable para

la economía del Ecuador. La comercialización individual o en paquetes turísticos de viajes y visitas turísticas a nivel nacional proporcionan el ingreso económico esperado de ciertas regiones del país. Existen interacciones entre las diferentes agencias u organizaciones de servicios turísticos para completar un plan o paquete turístico, con el único fin de abordar adecuadamente las necesidades y satisfacerlas eficientemente al usuario (Ministerio de Turismo , 2016).

Este reglamento es importante para esta investigación pues comprende las actividades, la gestión y la finalidad de las operadoras turísticas en el Ecuador. Además, permite analizar bajo un marco legal la operación turística y sus diferentes interrelaciones para promocionar el turismo de Manta y Portoviejo.

1.6 “Percepciones de Tour Operadores y Guías Turísticos en cuanto a la utilización de nuevas tecnologías digitales en el Turismo de la ciudad de Quito”

Las herramientas digitales son un desafío para el mercado de cualquier industria y el turismo no está excluido, es por ello que abordar y reconocer la importancia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) para promocionar el turismo de una región es la actividad principal de las operadoras turísticas. Como asegura Sillo (2019) en una investigación realizada en la ciudad de Quito las operadoras turísticas utilizan las plataformas Web para ofertar paquetes turísticos a nivel nacional e internacional. Finalmente se llegó a la conclusión de que la estrategia más efectuada por los diferentes operadores turísticos es vincularse a plataformas mundialmente reconocidas, que por su legalidad y seguridad permiten la confianza para obtener un beneficio económico y así expandir el mercado turístico del Ecuador.

Esta percepción no está del todo errónea y es de suma utilidad para esta investigación, ya que es una estrategia de mercado que las operadoras turísticas de Manta y Portoviejo deben abordar. La actualización y el uso de las tecnologías de Información y Comunicación, no solo les proporcionará el beneficio económico esperado, sino que permitirá promocionar el turismo de su región a nivel nacional e internacional.

1.7 “Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha”

En Ecuador a través de los años se han presentado ciertas discrepancias de un desarrollo turístico, por un lado, no se aprovecha el potencial turístico de las regiones y por otro no se ejecutan correctamente los diferentes proyectos en pro de la promoción y el desarrollo turístico.

Como lo emite Enríquez, et al (2020) en un estudio realizado en la ciudad de Quito las posibles causas para un déficit en el desarrollo turístico son: la escasa planificación territorial, la carencia de estrategias, la ineficiencia de las autoridades, las empresas turísticas poco explotadas, el desconocimiento de los lugareños y la inevitable proyección positiva al uso de recursos naturales. Finalmente se reconoce que el turismo de Pedro Vicente Maldonado no es apoyado por su población, afectando al desarrollo turístico del sector.

Para el presente estudio es necesario reconocer e identificar las estrategias de las operadoras turísticas hacia el aprovechamiento de los recursos naturales que el sector le proporciona, comenzando por la concepción y comprensión de un desarrollo sostenible del turismo de Manta y Portoviejo.

1.8 “Evaluación de la calidad de los productos turísticos de las operadoras de turismo de la ciudad de Ibarra”

El inglés es un idioma universal que permite la comunicación internacional. La mayoría de los países del mundo hablan inglés como una herramienta para expandir su grupo social. Las operadoras turísticas consideran el idioma inglés como un requisito mínimo para la contratación de personal nuevo en sus establecimientos. Según Rueda (2018) en una investigación realizada en la ciudad de Ibarra la contratación de personal con conocimientos en el idioma inglés, represento una de las estrategias de calidad y competitividad más frecuentes. En virtud de los resultados se concluyó que en cada operadora turística solo el 20% del personal posee una suficiencia del idioma inglés. Por último, este precepto fue el limitante más frecuente para la baja calidad del servicio de una operadora turística.

Esta investigación reconoce el idioma inglés como una oportunidad única de posicionamiento y competitividad. La ineficiencia en capacitaciones y contrataciones aumenta la baja calidad del servicio que pretenden ofertar las operadoras turísticas. La brecha del lenguaje limitará la comunicación y la comprensión de los servicios oferentes hacia los usuarios internacionales, complicando una expansión del turismo ecuatoriano.

1.9 “Propuesta para la creación de una agencia operadora turística local en el Cantón Limón Indanza”

El precio es la variable principal para estructurar estrategias, planes y paquetes turísticos, bajo un grado de certeza la fijación de un precio marca la diferenciación entre las diferentes operadoras turísticas. Por ello Reino (2015) en un estudio realizado en la provincia de Morona

Santiago aseguró que el precio a corto plazo es el instrumento para desarrollar estrategias e implementar planes y paquetes de viajes turísticos, basados en la oferta y la demanda se tomaron decisiones que brinden un beneficio económico y permitan mantener un nivel competitivo adecuado. En conclusión, el precio que las operadoras turísticas ofrezcan marcará la calidad y la disponibilidad de atracción hacia el usuario.

Para este estudio esta investigación proporcionó un margen de precios que por ciertas consideraciones marcan la calidad del servicio que ofertan las diferentes operadoras turísticas, permitiendo la posibilidad de comparar la región amazónica con la región costa y su competencia de precios y servicios.

1.10 “Diagnóstico y propuesta de implementación de un sistema de calidad, dirigido a las operadoras turísticas de Machala”

Un sistema de calidad cumple la función de satisfacer al cliente, enfocándose en la diferenciación y la atracción de los usuarios tras la prestación de un servicio de calidad. Las operadoras turísticas parten de la atención al cliente, brindando la información más clara y concisa que solucione los cuestionamientos de sus usuarios. Según Apolo (2019) en una propuesta de diagnóstico realizada en Machala asegura que el uso de un sistema de calidad en los servicios turísticos representa un gran beneficio. La imagen personal y organizacional, la forma de llegar al cliente y como obtener una venta exitosa, son la base de la calidad en el servicio. Finalmente, esta investigación concluyó que la falta de capacitación que el personal de las operadoras turísticas tiene incide en la ineficiencia del servicio y la inestabilidad económica.

Para el estudio fue importante reconocer que la calidad del servicio brinda muchos beneficios sociales, ambientales, culturales y económicos, que permiten el desarrollo turístico adecuado a las necesidades del mercado.

1.11 “Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita el recinto Puerto del Morro, provincia del Guayas”

El usuario o turista representa la demanda del mercado turístico, además es el cliente final al que las operadoras turísticas pretenden satisfacer sus necesidades. El turista requiere de estímulos para la toma de decisiones tanto en la aceptación como hacia el rechazo de un servicio. Según Macías (2017) en una investigación realizada en el recinto Puerto del Morro de la provincia de Guayaquil, expuso que para satisfacer al usuario o turista se requiere de la

comprensión de los niveles de satisfacción los cuales son: insatisfacción, complacencia y satisfacción. Son niveles que se manifiestan de acuerdo a la experiencia percibida por el usuario. Se determinó que el 56% de los turistas que visitaron Puerto del Morro lo clasificaron como bueno a cada uno de los servicios turísticos.

El presente estudio reconoce que la satisfacción del cliente que las operadoras turísticas deben cubrir, tras un servicio de calidad generará una excelente experiencia turística y una fidelización única para el aumento de la competitividad y estabilidad económica.

1.12 “Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia de Manabí”

El trabajo de investigación pertenece a: Arroyo (2018), el objetivo de esta investigación fue evaluar el comportamiento del modelo turístico sol y playa, como herramienta eficaz para el desarrollo de la provincia de Manabí, para ello se analizó el aprovechamiento de los recursos locales.

Esta investigación fue de tipo analítica, bibliográfica, se realizó el método de encuesta donde la muestra fueron los turistas de los diferentes balnearios de la provincia de Manabí.

En la discusión de este trabajo se señala que este recurso natural de sol y playa, que debería ser la principal fuente de ingresos económicos, no lo es; y algunos lugares han quedado olvidados, ya que esta tipología de turismo antes mencionada, implementada justamente para recuperar el turismo, no ha sido suficiente.

Este trabajo se relaciona con el tema de investigación, porque trata de una de las tipologías de turismo que tiene mayor acogida en la provincia de Manabí, por lo cual se puede complementar con otros atractivos poco conocidos y así formar un producto turístico que sea vendido por las operadoras Turísticas.

1.13 “El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, año 2017”

Las operadoras turísticas se caracterizan por implementar planes turísticos dentro de un mismo sector geográfico, generalmente a nivel nacional, incluso llegando a cubrir áreas más específicas, ejemplo de ello es Manabí. De acuerdo con Álava (2018), el sector turístico se encuentra centrado en los cantones de Manta y Portoviejo. Este aspecto es uno de los más importantes para cumplir con las exigencias del turista y por consiguiente potencializar los diferentes atractivos del lugar. Es necesario resaltar que la provincia de Manabí concibe una gran variedad de aspectos turísticos, lo que permite que cada operadora pueda especializarse en un área determinada como la cultura, aventura, entre otros. Así también, permiten la

especialización por segmentos, es decir categorización de turistas, como por ejemplo personas de tercera edad, grupo familiar, grupo juvenil, deportistas y demás.

La presente investigación analiza ciertos aspectos resaltantes de las operadoras en la provincia de Manabí, en donde una de las características más resaltantes es la variedad turística que ofrece esta área geográfica, siendo un destino perfecto para diferentes grupos de individuos. Este criterio se relaciona con el presente estudio por el área geográfica referida y la potencia turística que representa la provincia en general.

1.14 “Estudio de factibilidad de una operadora turística que incida en el desarrollo turístico de la parroquia Cojimíes”

En el Ecuador la región costa posee un potencial turístico de atractivos y recursos únicos, potencialmente sus características atraen a un sin número de usuarios nacionales. En vacaciones y feriados la gran afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales optan por la región Costa del Ecuador. Como lo asegura Zambrano (2019) en un estudio realizado en Cojimíes Manabí, la frecuencia de turismo en la región costa del Ecuador radica en ciertas consideraciones de preferencias hacia estos productos básicos, el sol, la playa, el descanso, la naturaleza, el clima y la cultura. En consecuencia, esta investigación identificó ciertas limitantes de las operadoras turísticas para promocionar Manabí y pueden considerarse como: el transporte informal, la carencia de servicio de alcantarillado en muchas zonas de Manabí, limitadas normativas de acción turística, personal poco capacitado y una regulación de precios casi nula.

Esta investigación es fundamental para el presente estudio, ya que recalcar que los limitantes varían en cada región, pero que al ser régimen costa y parte de la provincia de Manabí, se puede contrarrestar las limitaciones posibles para el desarrollo de planes y paquetes turísticos. Comparar las posibilidades de turismo de Manta y Portoviejo en relación a sus oportunidades y limitaciones.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 General

- Diagnosticar el aporte de las operadoras turísticas Portoviejo – Manta al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí.

2.2 Específicos

- Determinar la situación actual de las operadoras turísticas de Portoviejo y Manta.
- Medir las variables socioeconómicas de empleo y rentabilidad a través de la oferta que brindan las operadoras turísticas en los diferentes destinos de la provincia de Manabí.
- Analizar el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí del año 2019 relacionado con el aporte de las operadoras turísticas.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Métodos

La presente investigación tuvo como objetivo “Diagnosticar las operadoras turísticas de Portoviejo - Manta y su aporte al desarrollo socioeconómico de la Provincia de Manabí”; para realizar este trabajo se utilizó las siguientes metodologías de investigación, explicadas a continuación:

3.2 Investigación documental

De acuerdo con la investigadora Guillermina Baena Paz (1997) citado en Loor *et al* (2020) consideró a los estudios documentales como la recopilación y la selección de información, mediante el juicio crítico de los documentos bibliográficos. En esta etapa se permitió recopilar todos los antecedentes más relevantes para la estructuración de la investigación.

3.3 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se basó en la recopilación de datos para establecer la situacional actual de las operadoras turísticas de Portoviejo, además; coadyuvó a revisar información acerca del desarrollo socioeconómico en el ámbito de la rentabilidad y empleabilidad tanto de las operadoras turísticas como de la planta turística asociada a la misma, para dicho objetivo se utilizó la técnica de la entrevista, en donde la información obtenida ayudó a conocer a detalle los diferentes procesos que estas tienen en el diario vivir.

Fue preminente la inclusión de este tipo de investigación, porque facilitó la localización de la problemática referente al momento situacional de las operadoras turísticas, además se analizó y describió específicamente los elementos más relevantes del sector turístico que se encontraban asociados a las operadoras.

3.4 Investigación de campo

La investigación de campo que se realizó para este trabajo se llevó a cabo en las ciudades de Manta, Portoviejo y Puerto López con ayuda de entrevistas a los propietarios de Operadoras Turísticas y la planta turística implicada en esta investigación, esto se efectuó de manera presencial y por medio de llamadas telefónicas; este tipo de investigación permitió obtener datos más reales y precisos que ayudaron a tener un análisis seguro y acorde de las empresas investigadas.

3.5 Técnicas de recolección de información

3.6 Entrevistas

Para esta investigación la entrevista consistió en recoger criterios, juicios y comentarios de los propietarios de las operadoras turísticas y a la planta turística asociada a las mismas, con la finalidad de reconocer la rentabilidad, sostenibilidad, viabilidad y estado situacional económico actual de las empresas estudiadas.

3.7 Población y muestra

Para determinar la población de personas entrevistadas, se consideró que las operadoras “Ecuador CeibosTour” y “Cheverisimos tour” eran las más destacables de la Provincia, por ende, se escogió a los gerentes de dichos establecimientos turísticos, para el desarrollo de las mismas. A su vez, tomando en consideración a los administradores de la planta hotelera y de restauración aliadas de dichas operadoras.

En cuanto a la muestra, se contempló a los dos representantes de las operadoras antes mencionadas, de igual manera, a 9 personas dedicadas a la prestación de servicios turísticos, como a los administradores de hoteles, restaurantes y a diferentes personas involucradas en dicha actividad.

4. RESULTADOS

Las operadoras turísticas cumplen un papel esencial en el turismo de un país ya que son aquellas que estructuran, planifican, promocionan y venden cualquier clase de servicio turístico y paquetes de esta índole establecidos para un sector específico ya sea nacional e internacional (Noboa, 2016).

Asimismo, existen operadoras turísticas que funcionan como agencias duales, y que son aquellas que se encargan de realizar actividades turísticas de forma internacional, además, dichas agencias se encuentran avaladas y registradas por las autoridades nacionales (Turismo, 2016). A continuación, se menciona, un listado de las operadoras turísticas y agencias de viajes Dual de las ciudades de Portoviejo y Manta.

Tabla 1.

Operadoras turísticas de Manta y Portoviejo.

Nombre comercial	Clasificación	Cantón
MANTA EXPRESS	Operador turístico	Manta
ECUADORKITESURF S.A	Operador turístico	Manta
SERVICIOS TURÍSTICOS EL MURCIÉLAGO	Operador turístico	Manta
NARWELL	Operador turístico	Manta
SPONDYLUS MORA TRAVEL	Operador turístico	Manta
SILVER ISLAND	Operador turístico	Manta
VACATOURSA	Operador turístico	Manta
ESCUELA HUMBOLDTKITES	Operador turístico	Manta
KITE ECUADOR	Operador turístico	Manta
HOLA AVENTURA	Operador turístico	Manta
HYDROFUN	Operador turístico	Manta
MDC GROUP	Operador turístico	Manta
RETATOUR	Operador turístico	Portoviejo
MANABI TRAVEL	Operador turístico	Portoviejo
CRUCIBELLA	Operador turístico	Portoviejo

GOLDEN TRAVEL	Operador turístico	Portoviejo
---------------	--------------------	------------

Fuente: Catastro MINTUR

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Tabla 2.

Agencia de Viajes Dual de Manta y Portoviejo.

Nombre comercial	Clasificación	Cantón
TURISTA DEL SUR	Agencia de viajes dual	Manta
ARIELTRAVEL CIA. LTDA.	Agencia de viajes dual	Manta
MERCHTRAVEL S.A.	Agencia de viajes dual	Manta
EYV TOURS S.A	Agencia de viajes dual	Manta
VIRTUAL TRAVEL	Agencia de viajes dual	Manta
REEF NATURAL TOUR	Agencia de viajes dual	Manta
KV. TRAVEL	Agencia de viajes dual	Manta
MANTA TREK	Agencia de viajes dual	Manta
MANTATRIVELAGENCY S.A	Agencia de viajes dual	Manta
Y&L MORATURIS S.A.	Agencia de viajes dual	Manta
ONE WAY TRAVEL AGENCY	Agencia de viajes dual	Manta
CHEVERISIMO TOURS	Agencia de viajes dual	Manta
MBC MANTA TRAVEL S. A	Agencia de viajes dual	Manta
TOURSPONDYLUS	Agencia de viajes dual	Manta
RENÉ PÉREZ TURISMO	Agencia de viajes dual	Manta
BUEN VIAJE	Agencia de viajes dual	Manta
ECUADOR CEIBOSTOUR	Agencia de viajes dual	Portoviejo
VIAJES Y NEGOCIOS TIERRA	Agencia de viajes dual	Portoviejo
PROMETIDA		
ALIVEL TRAVEL	Agencia de viajes dual	Portoviejo
PAKER MUNDO	Agencia de viajes dual	Portoviejo
JOCEDPI S.A	Agencia de viajes dual	Portoviejo
S&CH FAMILY TRAVEL	Agencia de viajes dual	Portoviejo

AEROPORTO	Agencia de viajes dual	Portoviejo
M&CTRAVEL	Agencia de viajes dual	Portoviejo
LOBOS TOUR	Agencia de viajes dual	Portoviejo
AEROMERC TRAVEL	Agencia de viajes dual	Portoviejo

Fuente: Catastro MINTUR

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

De las agencias antes mencionadas se escogieron las más destacadas en cuanto a oferta turística dentro de la provincia de Manabí tanto en la ciudad de Manta como Portoviejo, siendo estas CHEVERISMO TOURS y ECUADOR CEIBOSTOUR respectivamente. En este aspecto, se llegó a la conclusión que las mismas tienen mayor cantidad de oferta de paquetes turísticos dentro de Manabí en contraste con las que reposan en la tabla 1. Asimismo; dichas agencias poseen mayor acogida en las redes sociales.

4.1 Situación actual de las operadoras turísticas

En el 2019 las operadoras turísticas a nivel mundial tuvieron un crecimiento importante en relación con su actividad comercial, el turismo presentó un aumento estimado del 4% sobre el ingreso de turistas internacionales lo que fue un gran aporte de circulación poblacional para el turismo del Ecuador. Si bien es cierto que durante el año 2019 los ingresos económicos gracias al turismo aumentaron considerablemente, no fue superior a los del año 2017 y 2018 con un 7% y 6% de llegadas turísticas respectivamente. Pese a esto la Organización Mundial de Turismo (OMT) proyectó que para el año 2020 el turismo por llegadas turísticas internacionales aumentaría, pero no percibió la aparición de una enfermedad pandémica, que condicionó la salud mundial y por ende el turismo de muchos países, incluido el Ecuador, (Félix & García, 2020).

A continuación, se analiza la situación actual de las operadoras turísticas seleccionadas.

4.1.1. Oferta de las operadoras turísticas

La promoción del turismo responsable en un sector específico es la principal oferta que las operadoras turísticas y agencias de viajes efectúan en relación con la demanda y el mercado turístico. La Organización Mundial del Turismo (2020) destacó que para reactivar un sector es necesario el impulso del turismo interno ya que su potencial radica en promoverlo de manera interna o nacional motivando a los ciudadanos a conocer las maravillas naturales que guarda su país.

La oferta turística que las operadoras y las agencias de viajes deben promocionar se debe enfocar en respetar la comunidad local y al medio ambiente, a través del conocimiento sobre la cultura y la naturaleza de un destino. Esta percepción la destaca Morales (2020) quien asegura que la sostenibilidad del turismo de un país debe enfocarse en la conservación del ambiente, el turismo nacional y el marketing responsable.

En la actualidad las operadoras y agencias de viajes deben priorizar a más de un destino y un turismo responsable a nivel nacional e internacional, la seguridad e higiene para el ingreso y afluencia de turistas a un sector.

Es importante recalcar que las operadoras seleccionadas Dual CEIBOS TOUR (Portoviejo) y CHEVERISIMO TOUR S.A. (Manta) tienen una gran cantidad de ofertas locales, lo que comprende un gran número de paquetes turísticos muy similares dentro la provincia de Manabí; este hecho permitió que dichas operadoras sean seleccionadas para la presente investigación, además, sus particularidades en torno a ofertas turísticas producen un movimiento en el mercado bajo un mismo rango de precios.

A continuación, se presentan los paquetes turísticos que ofrecen cada una de las operadoras mencionadas a nivel local:

Tabla 3.

Paquetes turísticos de Manabí de la operadora turística Ceibos Tour.

RUTA	PRECIO POR PERSONA	TIEMPO
Manta- Montecristi- La Pila	\$ 49	4 a 6 horas
Cerro de hojas o Jaboncillo- Crucita La Bella	\$ 49	4 a 6 horas
Rocafuerte Sosote	\$ 49	4 a 6 horas
Comunidad de Agua Blanca- Parque nacional Machalilla	\$ 59	6 a 8 horas
Avistamiento de Ballenas- Playa los Frailes	\$ 69	4 a 6 horas

Bosque de Pacoche- Parque Nacional Machalilla	\$ 69	8 horas
Puerto López- Isla de la Plata	\$ 99	10 horas

Fuente: CEIBOS TOUR

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Tabla 4.

Paquetes turísticos de la operadora turística Cheverísimo Tour.

RUTA	PRECIO POR PERSONA	TIEMPO
Manta- Montecristi	\$ 49	Todo el día
Cerro de hojas - Jaboncillo- Crucita- Parapente	\$ 89	Todo el día
Reserva de vida silvestre Pacoche	\$ 59	Todo el día
Puerto López – Isla de la Plata	\$ 99	Todo el día
Puerto López - Avistamiento de Ballenas	\$ 59	Todo el día
Comunidad – Agua Blanca – Parque Nacional Machalilla	\$ 59	Todo el día
Isla Corazón Bahía - Canoa	\$ 59	Todo el día

Fuente: Cheverísimo Tour

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Es importante mencionar que ambas operadoras turísticas tienen las exigencias del mercado y el nivel de competitividad que recae sobre las mismas, implicando estudios sobre sectores con un gran potencial turístico. Esta estrategia de competitividad no es muy factible ya que las preferencias turísticas producen poca aceptabilidad hacia los nuevos sectores y por consiguiente la inestabilidad del mercado turístico.

Por otro lado, las operadoras turísticas ofrecen una fuente de empleo, como lo aseguran Virginia Mendoza propietaria de CEIBOS TOUR y Cristian Cherez propietario de CHEVERISIMO TOUR S.A.; la cantidad de empleados internos o de planta que posee una operadora turística varía en relación a la temporada, ya que los requerimientos por paquetes

turísticos, las compras, las llamadas por información y la necesidad de guías turísticos aumentan en temporada de vacaciones, por el incremento de turistas tanto nacionales como internacionales y finalmente requieren de la contratación de nuevos empleados.

De igual manera, las operadoras turísticas generan de forma indirecta, empleos externos en Manabí, son muchos los negocios que se benefician con la llegada de turísticas a un destino, pues cada persona tiene necesidades básicas que pueden ir desde comprar productos en una farmacia, o souvenir en un centro comercial.

Es importante señalar que; CEIBOS TOUR y CHEVERISIMO TOUR S.A fueron escogidas para esta investigación ya que poseen paquetes turísticos muy similares, tal y como se comprueba en las tablas 3 y 4 respectivamente. Además, cada una posee alianzas con diferentes proveedores de la planta turística como: servicios de alimentación y servicios de hospedaje.

4.1.2 Beneficios

La actividad turística tiene beneficios socioeconómicos para todos los países y gracias a la naturaleza del ser humano de obtener conocimiento o de tener una distracción de las actividades diarias, recurre a desplazarse o movilizarse a sitios con un medio de entretenimiento y en este punto ingresan las operadoras turísticas y agencias que guían hacia diversos sectores de relajación. Las operadoras dependen de la cantidad de personas o turistas que capten, transporten y guíen hacia un sector específico, la calidad del servicio que ofrezcan será un gran diferenciador y beneficiará sus ingresos, teniendo en cuenta la satisfacción del usuario y el turismo responsable.

Los beneficios de las operadoras recaen en los impactos ambientales que producen al instante de reincidir en los procesos ecológicos, ayudando a conservar los recursos naturales mediante una integración de las comunidades para generar empleos, esto también estimula el desarrollo de las empresas turísticas, de orden; transportes, alojamientos, restaurantes, zonas recreativas y áreas agrícolas. Asimismo, los beneficios económicos tienden a contribuir en la reducción de la pobreza local, integrando una planificación de los consumos turísticos, estimulando el mejoramiento de infraestructuras como las vías de comunicación, alcantarillado, aeropuertos, telecomunicaciones, entre otros. Además, esto también promueve el desarrollo a través de los aspectos naturales relacionados con la flora y fauna que tienen las zonas visitadas.

El señor Ángel Pincay propietario de la operadora turística Whale expedition de Puerto López (proveedor de la Agencia CEIBOS TOUR); menciona que existe un gran beneficio para

el turismo a nivel local, ya que mediante las operadoras asociadas (CEIBOS TOUR), ofrecen paquetes de disímiles modalidades, otorgando oportunidades de comercio, suministro de alimentos y transportación a las diferentes comunidades en donde se desempeña la actividad turística.

Por otro lado, la ventaja de los convenios que poseen las operadoras turísticas proporciona mejores precios para los clientes, ocasionando una mayor concurrencia de visitantes en los diferentes sectores de desempeño turístico, e incrementando el comercio, el hospedaje, la transportación, entre otros. Además, la operadora CEIBOS TOUR ejecuta un plan de investigación estratégica para promover, adaptar y vender nuevos destinos turísticos cada año, con ello promueve el implemento de accesibilidad, infraestructura y seguridad en las comunidades.

4.1.3 Características

Una operadora turística se caracteriza por ser una entidad muy activa en las actividades encaminadas al involucramiento del mercado turístico, se encargan de planificar y llevar a cabo un determinado producto reflejando destinos maravillosos con fines comerciales. Así también, estas operadoras son quienes emplean la promoción para vender más paquetes turísticos.

Además, dichas operadoras son las encargadas de hacer convenios y fijar los precios para la comodidad del cliente, es preciso destacar que la cantidad de ellos dependerá de ciertos aspectos como la inversión en viáticos, seguridad, calidad y demás servicios integrados, (CEUPE, S.f.).

Conjuntamente, Rojas et al. (2020) concuerdan con el autor antes citado, en que el operador turístico se encarga de gestionar cada sitio que se desee promocionar, así como el llevar a cabo convenios adecuados y rentables con los gerentes de establecimientos de alimentos, hoteles y guías turísticos, de manera que los visitantes se sientan a gusto en el área. También se caracterizan por mantener su preferencia en ciertos lugares.

Las operadoras turísticas de la provincia de Manabí se caracterizan por los diversos paquetes turísticos que ofertan dentro de la misma, siendo los más utilizados los paquetes de avistamientos de ballenas, isla de la plata, los Frailes, Montecristi, Crucita, Manta, Machalilla, entre otros, asimismo; la planta turística en este contexto es diversa, existiendo restaurantes y hoteles de diferentes categorías; tanto, CEIBOS TOUR y CHEVERISIMO TOUR S.A adaptan

los paquetes turísticos a las posibilidades de pago de los clientes, esa es otra particularidad por las que son dos de las operadoras más solicitadas de la provincia de Manabí.

4.1.4 Competencia

Los operadores turísticos participan en diversas actividades en calidad de intermediarios entre el consumidor y producto (demanda y destino turístico), sin embargo, esto se puede extender y dar acrecentamientos de oferta por la competencia local; como los hostales, restaurantes y servicios hoteleros que promocionan, venden, distribuyen y comercializan varios sitios turísticos sin la necesidad de un intermediario. No obstante, las funciones de las operadoras en materia de promoción turística interna crean brechas en sus planificaciones por eventos no esperados como el daño o cancelación de planes a última hora.

Según García (2011), dentro del vasto ambiente comercial turístico, siempre está latente las amenazas competitivas dado cada día se integran nuevas operadoras que hacen que el nivel de dificultad para posicionarse en el mercado aumente. Debido a dicha situación, surge el poder de negociación y promoción para buscar satisfacer las necesidades turísticas de los clientes a un precio competitivo y cómodo. Así también, se podría decir que; la rivalidad existente entre los competidores es mediana, debido a que la competencia está enfocada en diversos servicios, lo cual da más oportunidad a descartarse en un producto en particular.

También es preciso expresar que; la alta demanda existente de visitantes promueve la creación de operadoras turísticas en la provincia de Manabí, consecuentemente la competencia busca adaptarse a los precios del consumidor, dejando a un lado la estandarización de precios de los paquetes turísticos en el mercado, esto provoca un declive en los ingresos de las operadoras decidiendo mantener sus precios fijos.

Todo lo antes mencionado, en los diferentes puntos de la situación actual, es el reflejo de lo que sucede en las dos operadoras turísticas investigadas, ya que su realidad es similar.

4.2 Medición de las variables socioeconómicas de empleo y rentabilidad a través de la oferta que brindan las operadoras turísticas, en los diferentes destinos de la provincia de Manabí

Para medir las variables socioeconómicas de empleo y rentabilidad, se entrevistaron a los propietarios de las operadoras turísticas: Ceibos Tour, de la ciudad de Portoviejo, y Cheverísimo Tour S.A., de la ciudad de Manta. Además, se entrevistaron a algunos gerentes de la planta turística que está asociada a estas dos operadoras para comprobar la veracidad de los

datos obtenidos relacionados a las variables de rentabilidad y empleo, y que, con su aporte y conocimiento sea un apoyo al desarrollo de esta investigación.

4.2.1 Entrevista a la operadora turística Cheverísimo Tour S.A. y Ecuador Ceibos Tour

Economista Cristian Cherez – Gerente, guía nacional de turismo – Agencia de viajes Dual Cheverísimo Tour S.A. de Manta.

La agencia de viajes Dual Cheverísimo Tour S.A. diseña paquetes “full day” para la provincia de Manabí en donde existen catorce tipos de paquetes completos que pueden variar con respecto a los días que requiera el turista o a sus preferencias. Los paquetes turísticos que más se venden están asociados a las temporadas especiales; por ejemplo, para la época en donde se avistan las ballenas, los paquetes de full day más vendidos son hacia la playa los Frailes. Otros de los tours que tienen una gran demanda son el de Manta– Montecristi, el Cerro Arqueológico Jaboncillo, en Portoviejo y el Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche en la ciudad de Manta.

Asimismo, el economista expresa que la innovación es uno de los ejes principales para mantener la competitividad en el mercado. Lastimosamente, los turistas optan siempre por paquetes turísticos ya conocidos, bien sean recomendados o incitados bajo la afluencia de otras personas, y no hacia los nuevos descubrimientos de atractivos que hay en Manabí. Conjuntamente, agrega que las operadoras turísticas que realizan nuevos destinos o destinos poco conocidos requieren de un fondo monetario mayor y, por esta razón, la aceptación resulta ser más compleja; los turistas siempre escogen las competitividades en relación al precio y en destinos con más afluencia de turistas, el valor es más bajo. Aquellos destinos nuevos con potencial turístico ameritan de un valor de adquisición representativo.

Cheverísimo Tour S.A. actualmente dispone solamente de un empleado, sin embargo, por requerimientos de temporada, se contratan a guías turísticos o freelancers para la promoción de algún sector. Esta situación laboral reside tras la paralización de actividades causada por la pandemia COVID-19. La operación turística distribuye alternativas hacia áreas naturales y centros con recursos de potencial nativos. Estos son atractivos para visitantes, ya sea nacionales o internacionales, desarrollando todo el potencial turístico que ofrece el lugar.

Los operadores turísticos o agencias de viajes son los que mejor dinamizan la economía del Ecuador y esto se debe a que captan un sin número de turistas o usuarios que generan la afluencia de personas en ciertos destinos; una vez ahí, son estos quienes gastan sus ingresos en

la localidad bien sea en restaurantes, hoteles, tiendas, bares, vendedores informales, transportes y otras entidades que cumplen un papel importante en la generación de ingresos y en la estabilidad económica de Manabí.

Por otra parte, Manabí posee el Parque Nacional Machalilla que es uno de los más grandes de todo el Ecuador. Al mismo tiempo, Manabí tiene siete Reservas Naturales únicas e indispensables para el desarrollo turístico de la provincia. Entre otras alternativas para mejorar la calidad del turismo está el iniciar con la creación de un ente que regule la venta informal de paquetes o la venta online de servicios turísticos que perjudican a las operadoras. Esto ayudaría a la seguridad de un posible desembolso económico tras cualquier eventualidad que se suscite en el medio. Cabe destacar que la venta solo la deben realizar las agencias u operadoras turísticas aprobadas por el Ministerio de Turismo ecuatoriano. Muchos turistas o usuarios tienden a optar por el servicio de compra en línea gracias a su bajo costo sin darse cuenta que dicho contrato no le proporcionará la seguridad pertinente.

El transporte turístico igualmente debe regirse bajo un marco legal con la finalidad de proporcionar la seguridad al turista; también se debe considerar mejorar el servicio al cliente para una mejor aceptación del medio turístico en la provincia de Manabí. Esto se puede lograr con la ayuda de capacitaciones que brinden información de conocimiento, de manejo y de atención al cliente, logrando así una venta exitosa con seguridad y calidad de servicio en los diferentes destinos turísticos.

Cheverísimo Tour S.A., en el año 2019, se consideró una operadora nacional con un gran aporte al desarrollo turístico de Manabí ya que durante ese año se atrajo aproximadamente a 2.000 turistas a la ciudad de Manta, Puerto López, Portoviejo, Bahía, San Vicente y Pedernales, aportando económicamente al desarrollo de cada uno de estos destinos. En la actualidad, el ingreso económico ha descendido y la mayoría de agencias y operadoras turísticas optan por la modificación de sus servicios con la esperanza de reactivar el turismo en la provincia.

Virginia Mendoza- Propietaria – Agencia de viajes Dual CEIBOS TOUR de Portoviejo.

Para la provincia de Manabí se han desarrollado más de 20 paquetes turísticos los cuales están sujetos a modificaciones en base a las preferencias y tiempos de estadía de los usuarios o turistas, en donde los precios que se ofertan varían entre \$30 a \$99 dólares por persona. En este contexto, también existen ciertos paquetes más vendidos que otros como, por ejemplo: Puerto López–Isla de la plata, avistamiento de ballenas–playa los Frailes y Manta–Montecristi. Sin embargo, en Portoviejo el turismo representa un desafío ya que la promoción turística no tiene

la mejor acogida, además de que los paquetes turísticos y las preferencias varían durante las diferentes temporadas ya que el servicio que se difunde es a nivel nacional e internacional y la provincia de Manabí no se promociona adecuadamente en relación al turismo a causa de estos factores.

Es importante señalar que CEIBOS TOUR cuenta con una investigación estratégica para promover, adaptar y vender nuevos destinos turísticos cada año. Uno de los destinos que se pretende acoger al paquete turístico requiere de un estudio amplio en razón a la accesibilidad, infraestructura y seguridad para brindar a cada usuario o turista que lo desee visitar. Un claro ejemplo está ubicado en Rocafuerte, este destino se llama La Virgen blanca de las Peñas y tiene una destilación de agua salada única, pero por la falta de infraestructura no puede ser promocionado como un destino turístico. Por otro lado, en Pedernales existe una ruta de cascadas, este representa un turismo de aventura, cuya promoción se basa en la seguridad del destino hacía los usuarios y turistas.

Actualmente se dispone de dos empleados de planta, pero hace un año, eran tres. Además, se consideran las contrataciones temporales que requiere el funcionamiento del servicio y, en virtud de ello, se estima que durante los meses de abril y diciembre son más de 15 personas laborando en cada una de las actividades de la agencia de viajes dual. CEIBOS TOUR promueve la economía a través de las diferentes alianzas estratégicas con cada uno de los establecimientos e individuos que forman parte de una cadena turística, partiendo desde la agencia u operadora, hoteles, restaurantes, vendedores informales, proveedores y la población del sector turístico. Todos ellos se benefician económicamente de la afluencia de turistas o usuarios que la agencia de viajes dual proporciona.

Siempre se espera que los sectores gubernamentales promuevan más el turismo de un lugar, pero las ineficiencias públicas han generado un descenso del turismo en Manabí. Una alternativa posible para aprovechar el recurso turístico de Manabí, puede ser la promoción de diferentes campañas, ya sean ecológicas o turísticas, que concienticen a la comunidad en la conservación del medio y el legado turístico. Para el año 2019, tras la catástrofe natural terremoto), que ocurrió en el 2016, el turismo fue impulsado mayormente y considerado un turismo solidario permitiendo que Manabí exponga adecuadamente sus lugares turísticos y sus rutas más atractivas. Por otro lado, para el año 2019, con el cambio de gobierno, la promoción turística de Manabí fue en descenso y durante ese año se promocionaba más a la Sierra, ya que

posee más acogida por sus recursos naturales, sin embargo, la operadora trajo aproximadamente 3.000 visitantes a la provincia de Manabí.

Actualmente, el turismo de Manabí no se encuentra en su mejor momento ya que la afluencia de personas se ve condicionada por el Covid-19. Pese a esto, y para mantener CEIBOS TOUR en el mercado, se opta por estructurar nuevas estrategias tales como: asesoramiento de visas, paquetes turísticos internacionales, cooperación de operadoras turísticas, entre otras promociones que capten la atención de nuevos usuarios al servicio turístico de Manabí.

Tabla 5.

Entrevista a la planta asociada.

Datos de la entrevista		Preguntas			
Nombre de la Entidad	Nombre del Entrevistado	• ¿Qué servicios ofrece su empresa con respecto al turismo?	• ¿En el 2019, cómo percibió su empresa las ganancias relacionadas con la o las operadoras turísticas? ¿aumento, se redujo, ¿se mantuvo igual?	• ¿Cómo considera que se debe aprovechar esta ventaja para mejorar el turismo de la provincia? ¿qué alternativas propone?	• ¿Con cuántas operadoras turísticas tiene convenio? ¿Cuáles son?
Hotel Balandra	Geovana Suárez – Ejecutiva en Ventas	el hotel Balandra de Manta ofrece piscina al aire libre, un restaurante con vistas panorámicas a la playa, habitaciones confortables, bungalos con vista al jardín central, aire acondicionado, televisión por cable, aparcamiento privado, Gimnasio, Wi-Fi, acceso a la playa El Murciélago y al centro comercial del Pacifico.	Al hotel Balandra le fue bien, sin embargo, se evidenció más competitividad del mercado tras la competencia y la inestabilidad económica.	Para aprovechar los recursos naturales de la provincia de Manabí se debe considerar aquellos espacios poco conocidos turísticamente.	El hotel cuenta con varias entre esas 10 operadoras turística son más frecuentes

Hotel Blanca	Agua Miguel Ángel Orlando	Ofrece un alojamiento estratégico ya que el acceso a la playa y al centro de Puerto López está a solo metros de distancia. Además, el hotel cuenta con hospedaje y servicios incluidos como: servicio de bar, conexión Wi-Fi, piscina, televisión por cable, salón de eventos, lavandería y aparcamiento gratuito.	Tuvo una temporada con más afluencia de turistas provenientes de las operadoras u agencias durante las vacaciones de la región Sierra	La mejor alternativa para promocionar Puerto López es que las entidades gubernamentales desarrollen campañas para la pavimentación y el mejoramiento de un malecón, que aporte en el desarrollo turístico y aumente la concientización del gran potencial que este sector posee.	Los convenios con las operadoras turísticas son eventuales.
Restaurante Mar	Oh Camilo Ávila	Ofrece servicios gastronómicos con vista al mar e incluye degustaciones de comida típica de la zona.	Aumentaron significativamente las ventas.	Es imprescindible incorporar circuitos turísticos en la playa para fomentar la cultura manabita por medio de los paquetes turísticos.	Cuenta con alrededor de 11 operadoras con las que se encuentra asociado.
Hotel Hugo	Víctor Victorio Niveló	Servicio de hospedaje, con contacto al mar, restaurante y demás servicios de primera calidad.	Fue excelente en relación a hospedaje y restauración con la que también cuenta, en esto se destaca por supuesto el beneficio de contar con las agencias que traen los turistas.	Promover más las alianzas entre operadoras y empresas turísticas, y así incrementar la actividad turística en el cantón.	La operadora Ceibos Tour es una de las pocas agencias nacionales con la que el hotel Víctor Hugo está asociado, ya que su mercado es más internacional.

Hotel Poseidón	Ronny Loor	Los servicios que ofrece el hotel son de la mejor calidad, hospedaje, restaurante, piscina, entretenimiento, entre otros.	Su situación estuvo muy bien debido a que las operadoras llevaron una gran cantidad de visitantes de varias partes del país.	Seguir promoviendo los destinos turísticos de la provincia de Manabí.	Cuentan con varias operadoras turistas entre ellas destaca la operadora Ecuador Ceibos Tour, en otras provincias también tienen convenios con varias agencias.
Cafetería Pierre	Jean Betty Solórzano	Ofrece servicios gastronómicos a toda la comunidad en general.	Hubo un aumento considerable de turistas que llegaron de manera oportuna y continua para servirse los exquisitos platos gastronómicos que se ofertan.	El implementar un cambio total en la imagen de la provincia, mejorando los edificios, calles, alumbrado público, y con ello, otorgar una mayor sensación de seguridad al visitante extranjero.	Trabajan con alrededor de cuatro operadoras de forma eventual
Whale expedition	Ángel Pincay	Ofrece paquetes con modalidades de tour diarios y modalidades de paquetes todo incluido ya sea por tierra o por mar.	Gracias al convenio existente, la operadora contó con excelentes ventas, por ende, buenas ganancias económicas.	Continuar y motivar las alianzas estratégicas y la promoción turística.	Tienen convenio con ocho operadoras a nivel nacional.
Comuna blanca	Agua Sr. Rolando Asunción	Cuenta con un museo que ofrece un pequeño recorrido hacia los inicios de la cultura mantañeña, una caminata por el río que permite visualizar la flora y fauna, una visita de la zona arqueológica, después se	Se recibieron entre 20.000 visitantes de los cuales un 30% fueron traídos por las operadoras turísticas	Las operadoras turísticas benefician a cada uno de los habitantes del sitio que promocionan, ya que atraen nuevos turistas y por ello, se potencia el consumo de	Trabajan con paquetes turísticos que las diferentes operadoras solicitan para dar información a los clientes.

		llega a la laguna de agua sulfurosa y por último se visita el mirador. Además, se puede realizar el recorrido más largo hacia el bosque húmedo que puede durar hasta dos días.		productos y servicios propios del sector.	
Juan Andrés Jijón	Museo Cerro de Hojas de Jaboncillo.	es un lugar con vistas increíbles, restaurantes únicos y zonas naturales representativas, que ayudan al turista a una recreación de la mente para aumentar las experiencias dentro del museo.	Fue un año con un 40% de incremento en el turismo. Al museo acudieron 31,000 visitantes de los cuales 5.000 fueron referidos por operadoras nacionales.	Se debe promocionar de manera turística los cantones de la provincia de Manabí, ya que cuenta con alto potencial en dicha actividad.	Las operadoras de Manabí se pueden decir que, estas no se pronuncian de manera significativa ni promocionan el sitio.
Nombre de la Entidad	Nombre del Entrevistado	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué cree usted que las operadoras turísticas escogen siempre los mismos paquetes y no incluyen diferentes destinos con potencial turístico, pero no tan conocidos? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de asociarse a una operadora turística? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo cree usted que aportaron las operadoras turísticas, (o la operadora con la que está asociada su empresa) al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí en el año 2019? 	
Hotel Balandra	Geovana Suárez	Los destinos que las operadoras turísticas y que los turistas optan, se basan en referencias o	Una de las desventajas es la falta de comunicación, y la ventaja es la afluencia de usuarios o turistas al hotel.	Aportaron de especialmente a los negocios locales, comerciantes ambulantes,	

			recomendaciones de personas que ya conocen dichos sitios.		proveedores de actividades acuáticas, etc.
Hotel Blanca	Agua	Miguel Ángel Orlando	Los paquetes turísticos son los mismos para todas las operadoras, ya que se basan en las preferencias del usuario.	La mayor desventaja es el costo de adicional que cobran las operadoras, la principal ventaja es la atracción de visitantes hacia Puerto López.	Aportan mayormente con la economía del sector, por la afluencia de personas.
Restaurante Mar	Oh	Camilo Ávila	Escogen los paquetes más populares, porque a las personas les da desconfianza visitar lugares nuevos con pocas referencias.	Una de las ventajas radica en el aumento de ingresos, por el contrario, el propietario no encuentra desventajas.	Aportan con la promoción de los sitios con potencial turístico de la provincia de Manabí.
Hotel Hugo	Víctor	Victorio Niveló	Los visitantes escogen los lugares que ya conocen, para garantizar su comodidad.	Una ventaja importante es la confianza del turista hacia las agencias, en la organización de los itinerarios y la visita de los destinos, por ende, no considera que existan desventajas.	Aportaron con el aumento de clientes en el hotel en cuestión.
Hotel Poseidón		Ronny Lóor	Las operadoras promocionan diferentes destinos turísticos, incluyendo destinos conocidos y poco conocidos, la elección de visitarlos es del usuario.	La ventaja es que por medio de las operadoras llegan más clientes, mientras que la desventaja es que las operadoras solicitan que se les baje las tarifas restando ganancias al hotel.	Con el funcionamiento de las operadoras se benefician diferentes empresas asociadas directa e indirectamente a la actividad turística.

Cafetería Pierre	Jean Betty Solórzano	No cuenta con respuesta.	La principal ventaja es la mejor captación de clientes, la publicidad y reconocimiento, en la desventaja se puede mencionar que no cuentan con la opción de reservar el derecho de admisión.	No cuenta con respuesta.
Whale expedition	Ángel Pincay	Las operadoras promocionan los lugares aptos para recibir a los visitantes.	La ventaja es que permiten captar turistas a través de estrategias, la desventaja es que por la sobre oferta, los precios son bajos y no se cuenta con mucha ganancia.	Aportan al desarrollo socioeconómico, porque el turismo es una cadena de valor que contribuye en diferentes ámbitos.
Comuna blanca	Agua Sr. Rolando Asunción	No cuenta con respuesta.	Las ventajas existentes es que ambas partes generan ingresos para la comunidad, no se encontraron desventajas.	Las operadoras turísticas contribuyen al desarrollo de la provincia y la comunidad, ya que gracias al turismo se generan puestos de trabajo.
Juan Andrés Jijón	Museo Cerro de Hojas de Jaboncillo.	Con respecto al museo Cerro de Hojas de Jaboncillo, las operadoras no promocionan de manera significativa el atractivo.	La ventaja es la afluencia de turistas, sin embargo, hace falta mucha más promoción de la provincia y oferta de destinos.	Con la visita de personas a la provincia hay más flujo de dinero, por lo tanto, si aportan al desarrollo de la provincia.

Fuente: Entrevista – Autor del trabajo de titulación.
Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del trabajo de titulación.

4.2.2. Desarrollo socioeconómico

La Organización Mundial del Turismo (2016), asegura que el establecimiento de relaciones en la economía nacional beneficia al desarrollo socioeconómico de un país. Vincular y concientizar al sector público y privado con las comunidades hacia la promoción responsable del turismo fomentará un desarrollo socioeconómico equilibrado y beneficioso.

Orgaz (2016), considera que el turismo es un gran motor de ingresos para la supervivencia de un país en vías de desarrollo, esto se debe a que muchos países posicionan al turismo como su única fuente de divisas y aumento de plazas laborales ya que la mayoría de los habitantes distribuyen sus bajos ingresos económicos en la satisfacción de las necesidades básicas. Es por ello que disponer de un viaje o actividades de ocio representa por lejos algo alcanzable.

Por lo antes mencionado, la respuesta de la planta turística asociada a las operadoras y agencias de viajes, que están inmersas en esta investigación su aporte socioeconómico hacia el turismo responsable de Manabí es bueno. Además, se debe reconocer que, por la afluencia de turistas en los diferentes sectores de Manabí, muchos de los pobladores locales que tienen negocios en diferentes ámbitos se benefician económicamente.

4.2.3 Medición socioeconómicas de empleo y rentabilidad de las operadoras Cheverísimo Tour S.A. y Ecuador Ceibos Tour

En base a las entrevistas realizadas se encontró que la operadora turística Ceibos Tour tuvo mayor demanda de clientes en el año 2019; cabe destacar que al igual que Cheverísimo Tour S.A. y otras operadoras, los paquetes y destinos turísticos son muy similares cambiando únicamente su valor y duración. A continuación, se muestran los resultados numéricos y porcentuales aproximados de la rentabilidad de ambas operadoras, destacando los paquetes dirigidos a los tours de Manta-Montecristi y Puerto López – Avistamiento de Ballenas – Isla de la Plata, como los más solicitados.

La información se obtuvo a través de la recopilación de datos de la rentabilidad de ambas operadoras, la cual se logró estimar un porcentaje, por medio de las visitas a Manabí y las entrevistas que fueran realizadas con antelación para el presente proyecto.

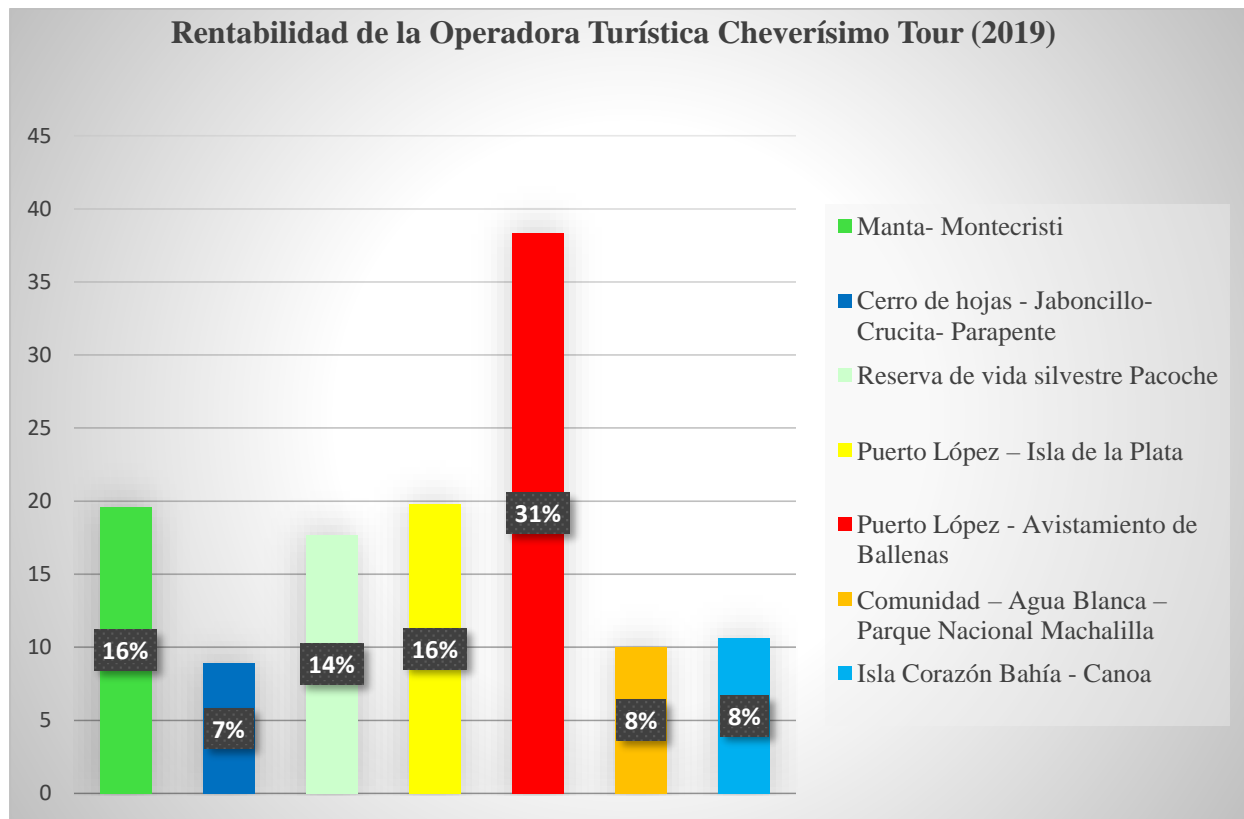
Tabla 6.*Rentabilidad de la Operadora Turística Cheverísimo Tour (2019)*

PAQUETE TURÍSTICO	CHEVERÍSIMO TOUR (INGRESOS 2019)	TURISTAS	VALOR DEL PAQUETE TURÍSTICO	RENTABILIDAD %
Manta- Montecristi	\$19.600	400	\$49	16%
Cerro de hojas - Jaboncillo- Crucita- Parapente	\$8.900	100	\$89	7%
Reserva de vida silvestre Pacocha	\$17.700	300	\$59	14%
Puerto López – Isla de la Plata	\$19.800	200	\$99	16%
Puerto López - Avistamiento de Ballenas	\$38.350	650	\$59	31%
Comunidad – Agua Blanca – Parque Nacional Machalilla	\$10.030	170	\$59	8%
Isla Corazón Bahía - Canoa	\$10.620	180	\$59	8%
INGRESOS	\$125.000	2.000		100%

Fuente: Operadora Turística Cheverísimo Tour*Elaborado por:* Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Gráfico 1

Rentabilidad de la Operadora Turística Cheverísimo Tour (2019).



Fuente: Operadora Turística Cheverísimo Tour
Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Se puede percatar que la operadora turística Cheverísimo Tour en el año 2019, obtuvo una demanda turística alta y baja en lo que respecta al año antes mencionado, indicando que esta operadora en temporadas bajas cuenta con dos trabajadores, sin embargo, en temporadas de alta demanda contrata nuevo personal que llega a alcanzar a quince usuarios, que constan con la formación adecuada para realizar los tours alrededor de Manabí de forma fluida, con sensatez y veracidad a la hora de brindar sus conocimientos a los turistas. Ante la emergencia sanitaria que preexiste desde el año 2020 hasta la actualidad, la rentabilidad de esta operadora de tours turísticos ha disminuido considerablemente, debido a que no se puede laborar por la pandemia, la cual ha afectado la economía y turismo de todos los países.

La información presentada a continuación, de las tablas en cuanto a la medición de empleabilidad en la operadora turística Ceibos Tours, señala una demanda turística baja, considerando al trabajador el sueldo más beneficio de ley durante los doce meses del año 2019:

Tabla 7.

Medición de los empleados de la operadora turística Cheverísimo Tour en demanda turística baja y alta 2019.

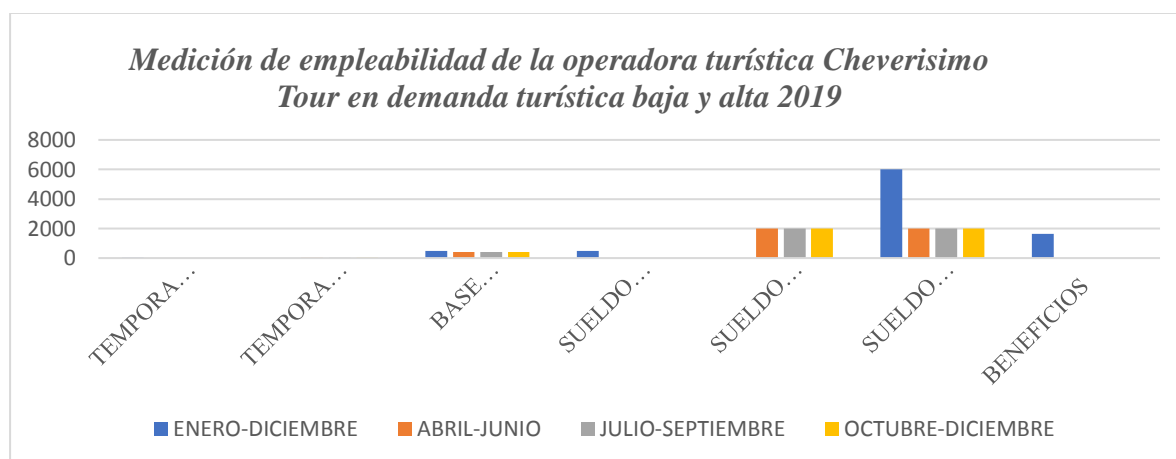
MESES	TEMPORADA BAJA (EMPLEADO FIJO)	TEMPORADA ALTA (GUÍAS TURÍSTICAS)	BASE SUELDO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS ANUAL	BENEFICIOS POR VENTA DE PAQUETE
ENERO-DICIEMBRE	2		\$500.00	\$500.00	\$6000.00	1800.00	5%
ABRIL-DICIEMBRE		15	\$400.00		\$4800.00		10%

Fuente: Operadora Turística Cheverísimo Tour

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Gráfico 2.

Medición de empleabilidad de la operadora turística Cheverísimo Tour en demanda turística baja y alta 2019.



Fuente: Operadora Turística Cheverísimo Tour

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Análisis

Se logra apreciar en el gráfico 1. Rentabilidad de la Operadora Turística Cheverísimo Tour (2019); la ruta Puerto López – Avistamiento de Ballenas es la de mayor rentabilidad por su

producción de \$ 38.350 simbolizando cerca del 31%. Seguido se destaca el itinerario llevado desde Manta- Montecristi, generando un aproximado de \$19.600 con el 16% de rentabilidad. Finalmente se puede observar que el paquete turístico con ruta de Puerto López – Isla de la Plata proporciona ganancias aproximadas de \$19.800 llegando a representar un porcentaje de rentabilidad del 16%. Es necesario resaltar que los demás caminos de viaje son menos beneficiosos para la operadora, dado que implican cantidades inferiores al 14%.

Se logra apreciar en el gráfico 2. Medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour en demanda turística baja y alta 2019, que cuentan con empleados los cuales goza de los beneficios de ley establecidos, adicional la contratación de los empleados eventuales los cuales se buscan por la temporada y perciben un sueldo establecido en este caso por el contratista Operadora Turística Cheverísimo Tour acordado entre las partes.

Tabla 8.

Rentabilidad de la Operadora Turística Ceibos Tour (2019).

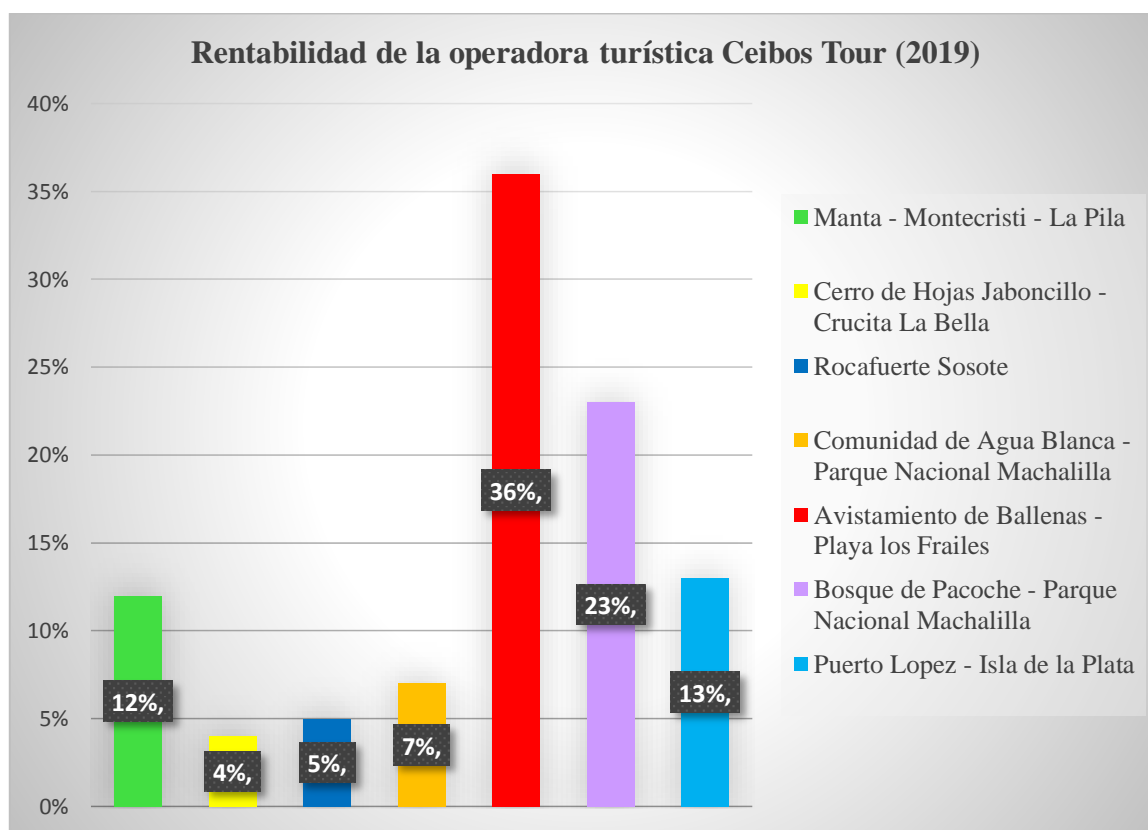
PAQUETE TURÍSTICO	CEIBOS TOUR (INGRESOS 2019)	TURISTA	VALOR DEL PAQUETE TURÍSTICO	RENTABILIDAD %
Manta- Montecristi- La Pila	\$24.010	490	\$49	12%
Cerro de hojas o Jaboncillo- Crucita- La Bella	\$11.760	240	\$49	4%
Rocafuerte Sosote	\$8.820	180	\$49	5%
Comunidad de Agua Blanca- Parque nacional Machalilla	\$13.570	230	\$59	7%
Avistamiento de Ballenas- Playa los Frailes	\$69.000	1000	\$69	36%
Bosque de Pacoche- Parque Nacional Machalilla	\$41.400	600	8 \$69	23%
Puerto López- Isla de la Plata	\$25.740	260	\$99	13%

INGRESOS	\$194.300	3.000	100%
----------	-----------	-------	------

Fuente: Operadora Turística Ceibos Tour
Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Gráfico 3.

Rentabilidad de la operadora turística Ceibos Tour (2019).



Fuente: Operadora Turística Ceibos Tour
Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Tabla 9.

Medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour en demanda turística baja y alta 2019.

MESES	TEMPORADA BAJA (EMPLEADO FIJO)	TEMPORADA ALTA (GUÍAS TURÍSTICAS)	BASE SUELDO	SUELDO MEN SUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS ANUA L	BENEFICIOS POR VENTA DE
-------	--------------------------------	-----------------------------------	-------------	-----------------	--------------	-------------------	-------------------------

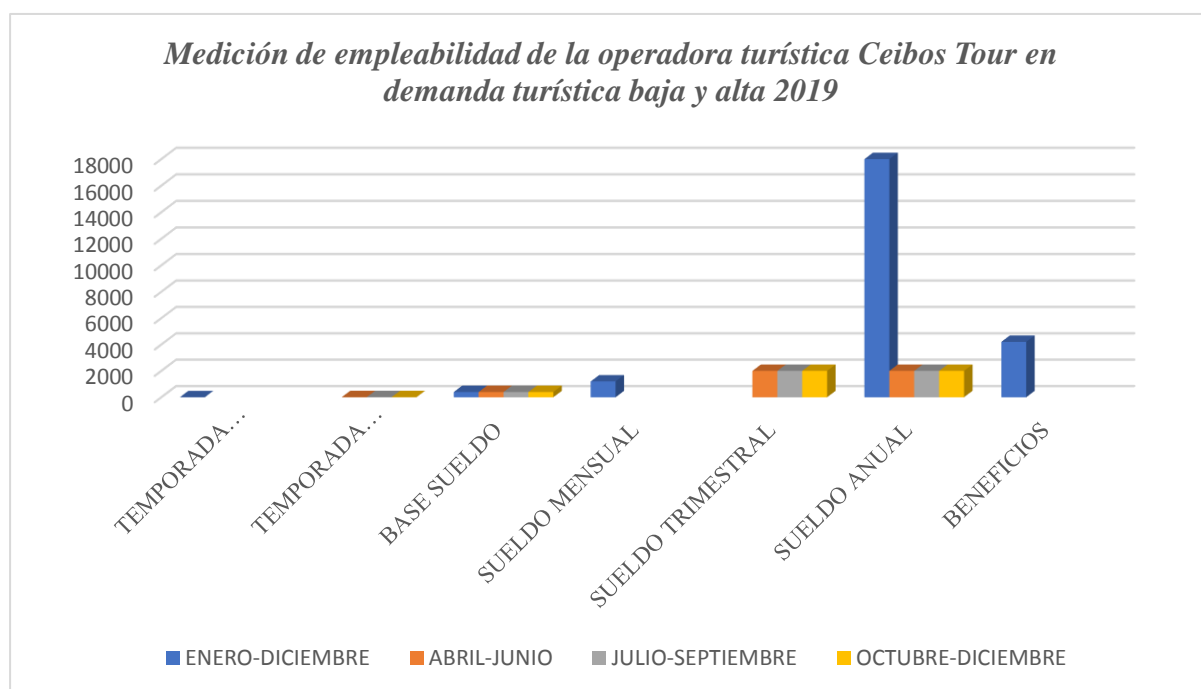
						PAQUETE
						\$2700.00
ENERO-DICIEMBRE	3	\$500.00	\$1500.00	\$18000.00		5%
ABRIL-DICIEMBRE	15	\$400.00		\$4800.00		10%

Fuente: Operadora Turística Ceibos Tour

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Gráfico 4.

Medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour en demanda turística baja y alta 2019.



Fuente: Operadora Turística Ceibos Tour

Elaborado por: Yuly Virginia Mieles Pinargote - Autora del Trabajo de Titulación

Análisis

Según lo indicado en las tablas y gráficos referente a la rentabilidad de la operadora turística Ceibos Tours en el año 2019, exterioriza paquetes turísticos con destinos atractivos en áreas protegidas en la costa ecuatoriana, sorprendiendo al cliente con una diversidad faunística, en las áreas marinas y terrestres. En la tabla se muestra tres paquetes con mayor demanda, optando en primer lugar el tramo de el Avistamiento de Ballenas- Playa los Frailes, obteniendo ganancias del 36% que equivale a \$69.000, así también está el tour Bosque de Pacoche Parque Nacional Machalilla, que produce ingresos de \$41.400 y la ruta Puerto López – Isla de la Plata

genera 25.740 que representa un 13%, mientras que Manta- Montecristi- La Pila genera cerca de \$24.010 representado con un 12%, de la misma forma se logra apreciar que los demás paquetes promocionados al público generan menos del 8% de beneficios económicos a la operadora.

A raíz de estos datos expuestos en los gráficos antes mencionados y comparados, se concluye que la operadora turística que tuvo más rentabilidad en el año 2019 es Ceibos Tour, por la amplia gama de paquetes turísticos que ofrece en Manabí, acoplándose también a las necesidades turísticas, sin embargo, las dos operadoras tienen ganancias significativas y son rentables mediante el cumplimiento de sus objetivos.

Se observa en el gráfico 3, la medición de empleabilidad de la operadora turística Ceibos Tour, la cual su demanda turística es baja y alta en el año 2019, esta operadora turística cuenta con tres empleados que obtienen los beneficios de ley establecidos, adicional Ceibos Tours, opta por la contratación de empleados eventuales los cuales son receptados por temporada y perciben un sueldo establecido, en este caso por el contratista Operadora Turística Ceibos Tour acordado entre ambas las partes.

4.3 Análisis del desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí del año 2019 relacionado con el aporte de las operadoras turísticas.

En base a los resultados obtenidos en esta investigación, se puede observar que las operadoras turísticas tienen una influencia directa en la economía de los sectores costeros de la provincia de Manabí, especialmente en la ciudad de Portoviejo, Manta y Puerto López, al igual que en el aspecto social, de los sectores mencionados anteriormente. A continuación, se presentará un análisis de dichos aspectos, por separado.

4.3.1. Análisis económico.

El turismo es una actividad que genera notables ingresos económicos, y esto es lo que pueden corroborar las operadoras turísticas, en la que fue basado el presente trabajo de investigación, que se evidencia en la cantidad de ganancias que obtuvieron en el periodo 2019.

Entre las estrategias que utilizan para el mejoramiento de los servicios que brindan a los usuarios, están las alianzas con los diferentes establecimientos turísticos como, por ejemplo, los hoteles y restaurantes, los cuales, se benefician directamente de la demanda que tienen dichas agencias duales, ya que estos servicios son indispensables para la formación de los tours.

Entre los años 2014 – 2015, Ecuador optó por realizar campañas turísticas a nivel internacional, las cuales, tuvieron gran acogida y aceptación por parte de los turistas extranjeros, dato que se demuestra con la afluencia de llegadas de visitantes en dichos periodos, por ende, la cantidad de ingresos económicos, por la actividad turística, creció considerablemente. Por lo contrario, a partir del año 2017, las promociones y el apoyo al sector decayó, y a su vez, el arribo de turistas a la provincia y al país.

Las operadoras turísticas tienen una rentabilidad económica positiva para la provincia de Manabí. En el 2019 la operadora Ceibos Tour contó con ingresos de \$194.300 aproximadamente; mientras que la operadora Cheverisimo Tour logró alcanzar \$125.000 aproximadamente, obteniendo un total de \$319.300 representando un monto significativo para el desarrollo económico de la provincia de Manabí, sin embargo, en la página de la Súper Intendencia de Compañías (SUPERCIAS) no refleja los mismos valores mencionados en las entrevistas, siendo éstos \$104.582,45 y \$53.928,46 respectivamente. Ahora, si se hace un cálculo, de las 44 operadoras turísticas restantes, con las que cuentan los cantones Portoviejo y Manta, con un valor aproximado de \$100.000, por cada una de ellas, tomando como referencia las cantidades obtenidas por las operadoras estudiadas, en el año de investigación, se puede deducir que, **“las ganancias económicas adquiridas por las 46 operadoras existentes en los cantones mencionados, serían de \$4’600.000, aproximadamente, cantidad muy favorecedora para éstos establecimientos involucrados en la actividad turística, y por ende, también para la provincia”** esto sin contar a las demás empresas turísticas y no turísticas, que se benefician con la llegada de turistas nacionales y extranjeros.

4.3.2 Análisis social.

Como es de conocimiento general, el turismo es un fenómeno social, que involucra el contacto de diferentes grupos de personas, culturas, lenguas, etnias, entre otros; que da como resultado el intercambio de experiencias por ambas partes de la actividad, el turista y el prestador de servicios turísticos.

Para la provincia de Manabí, contar con esta actividad ha sido de gran ayuda para las comunidades, ya que ha beneficiado a un sin número de personas, con empleos estables, crecimiento intelectual, adecuado acceso vial, mejoramiento de la calidad de vida, entre otros grandes beneficios que otorga el turismo.

Las operadoras turísticas “Ecuador Ceibos tour” y “Cheverisimo Tour S.A.”, en el año 2019, contaba con tres y dos colaboradores de planta, respectivamente, mientras que, en las

temporadas altas, contrataban personal adicional, que llegaban hasta 15 personas en el año, según la demanda de turistas. Y bien, si se realiza un análisis de las 44 operadoras turísticas de los cantones Portoviejo y Manta, tomando como punto de partida, la cantidad de colaboradores anuales que prestan sus servicios profesionales, en dichos establecimientos, se podría decir que la empleabilidad generada por estas empresas turísticas es de 660 personas al año, esto sin contar, con los trabajos indirectos e informales en los diferentes destinos con los que trabajan las operadoras.

Un claro ejemplo del desarrollo social que aporta la actividad turística, es la comunidad Agua Blanca, del cantón Puerto López, ya que cuenta con uno de los turismos comunitarios más importantes de Manabí, este atractivo recibe gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, y gran número de estos, son llevados por las agencias turísticas duales. Los moradores de la comunidad son los que se encargan del desarrollo turístico del sector, por lo que se han preparado arduamente, con conocimientos técnicos para brindar una atención de calidad al visitante, impartiendo datos reales del lugar a visitar, esto les da la oportunidad de relacionarse con los turistas, aprender de ellos, y viceversa.

4.3.3. Análisis general.

Para finalizar este análisis, se detallaron los aspectos positivos y negativos de la existencia de las operadoras turísticas.

1. Aspectos positivos

- ❖ Generador de empleos formales e informales.
- ❖ Incremento de visitantes a la provincia.
- ❖ Apoyo a la sostenibilidad de los atractivos que promocionan.
- ❖ Ayudan a dinamizar la economía.
- ❖ Colaboran en la afluencia de clientes en los hoteles, restaurantes y planta turística en general.

2. Aspectos negativos

- ❖ Falta de comunicación de las operadoras turísticas, y las empresas con que las que mantienen alianzas.
- ❖ Reducción de tarifas de los servicios de la planta turística asociada a las operadoras.
- ❖ Falta de inclusión de nuevos atractivos turísticos.

5. DISCUSIÓN

En la investigación que lleva por nombre, “Diagnóstico Situacional de las Modalidades y Destinos Turísticos del Cantón Pedro Vicente Maldonado, Provincia de Pichincha”, realizada por los autores Enríquez et al. (2020), determinan en un estudio realizado en la ciudad de Quito, que las posibles causas para un déficit en el desarrollo turístico son: la escasa planificación territorial, la carencia de estrategias, la ineficiencia de las autoridades, las empresas turísticas poco explotadas, el desconocimiento de los lugareños, y la inevitable proyección positiva al uso de los recursos naturales; la misma tiene similitud con el presente trabajo de investigación, ya que es evidente que las operadoras turísticas no desarrollan ni promocionan el gran potencial con el que cuenta la provincia, ya que tiene un sin número de actividades que se pueden realizar en los diferentes cantones, y a su vez, cuenta con hermosos recursos naturales, para el disfrute de los visitantes, ya sean estos nacionales o internacionales.

El autor Macias (2017), describe en la investigación que lleva por título “Servicios Turísticos y su Incidencia en la Satisfacción del Turista que visita el Recinto Puerto del Morro, Provincia del Guayas”, que para satisfacer al usuario se requiere de la comprensión de los niveles de satisfacción, y en su mayoría, se determina por la experiencia percibida del turista; en la presente investigación, sucede el mismo caso, ya que una de las empresas estudiadas, asegura que al cliente lo deben analizar, desde el momento de llegada al establecimiento, y así, recomendarle lo que se considere mejor, según sus personalidades.

Según el autor , Álava (2018), menciona en la investigación denominada “El Turismo en la Reactivación Económica de la Provincia de Manabí, año 2017” que la provincia, concibe una gran variedad de aspectos turísticos, lo que permite que cada operadora pueda especializarse en un área determinada; esto concuerda con el presente proyecto, ya que se pudo demostrar los diversos paquetes con los que cuentan las operadoras estudiadas, en las diferentes tipologías turísticas, y así exponer la variedad de actividades, que se puede realizar en Manabí.

6. CONCLUSIONES

1. Las ciudades de Manta y Portoviejo cuentan con 46 operadoras turísticas legalmente registradas en la superintendencia de compañías, que contribuyen a la promoción turística de la provincia, haciendo que aumente la demanda de visitantes, dichas agencias realizan alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes y demás planta asociada, para poder brindar un mejor servicio turístico a sus clientes.
2. Se realizaron entrevistas a los propietarios de las dos operadoras turísticas y a los gerentes de la planta turística asociada, los cuales detallaron que las mismas aportan a la economía de la provincia, al traer gran cantidad de visitantes tanto nacionales como extranjeros, durante todo el año y especialmente en temporadas altas, y esto a su vez genera empleabilidad en diferentes sectores que se dedican a la prestación de servicios turísticos. Al medir las variables socioeconómico de empleo y rentabilidad de las 46 operadoras existentes en los cantones donde se realizó el presente estudio, se obtiene un valor de rentabilidad de \$4'600.000 aproximadamente; y se genera una cantidad de 660 plazas de trabajo.
3. Los convenios que mantienen las operadoras con la planta turística asociada son positivos para las dos partes, ya que ambas obtienen beneficios económicos; se puede precisar que las operadoras turísticas son dinamizadoras de la economía, por el movimiento y flujo de turísticas que generan en toda la provincia, ayudando a varios sectores donde su principales ingresos económicos dependen de esta actividad, esto lo demuestran los resultados que se observaron en las entrevistas realizadas, ya que la rentabilidad real de las dos operadoras fue de \$319.300, y la empleabilidad que generaron en el 2019 fue de 35 colaboradores, en ambos casos anualmente.

7. BIBLIOGRAFÍA

- A, M. (2020). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, Año 2017. *Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial*. Obtenido de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10795/1/T-UCSG-POS-MFEE-123.pdf>.
- Álava, M. (2017). "El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, Año 2017". Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Álava, M. (2018). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, año 2017.
- ALEJANDRO, A. I., & FABIÁN, M. P. (2018). FACTIBILIDAD COMERCIAL DE UNA OPERADORA TURÍSTICA QUE INCIDA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ZONA CENTRO DE MANABÍ . Obtenido de: <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/934/1/TTT2.pdf>.
- Apolo , G. (2019). *Diagnóstico y propuesta de implementación de un sistema de calidad, dirigido a las operadoras turísticas de Machala*. Universidad Técnica de Machala, Administración de Hotelería y Turismo , Machala.
- Arroyo, M. V. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia de Manabí. *RECUS Revista Electrónica Cooperacion Universidad Sociedad*, III(1), 45-49. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284>
- CEUPE. (S.f.). Funciones del operador turístico.
- Chang, Y. (2020). Identificar puestos y roles de las agencias de viajes basados en la redundancia de relaciones en una red de viajes combinados. *Heliyon*.
- Cobacango Villavicencio, L. M., Álvarez Pincay, D. E., Calle García, J. S., & Morán Menéndez, C. A. (2020). Tour operators and their influence on socioeconomic development economic development. ISSN: 2542-3029. DOI: <https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.138>.
- Enríquez, D., Carabalí, A., Males, N., & Montenegro, K. (2020). Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha. *SIEMBRA*, 7(1).

- Félix, A., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*(7).
- García, V. (2011). Estudio de factibilidad para la puesta en marcha de una operadora turística dedicada a la promoción y venta de agroturismo en las provincias del Guayas y los Ríos.
- Gonçalves, S., Mendez, S., Valette, W., & da Cruz, G. (2008). Promoção de Destinos: Um Olhar Ético Cultural para as Operadoras Turísticas. *ANPTUR*, 2-15. Obtenido de www.uesc/turismo/artigos/promocao_etica.pdf.br/cursos/pos_graduacao/mestrado
- Loor, T., Villamarín, W., Sabando, E., Arteaga, R., Cruz, R., & Arias, A. (2020). Los atractivos turísticos de Manta y su incidencia en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales. *FIPCAEC*, 5(18).
- Lorena Cobacango, Dewis Álvarez, Jonas Calle, Claudio Morán. (2020). *Operadoras turísticas y su influencia en el desarrollo socioeconómico*. Obtenido de Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología.
- Macías, S. (2017). *Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita el recinto Puerto del Morro, provincia del Guayas*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Carrera de Hotelería y Turismo, Guayas.
- Ministerio de Turismo . (2016). Reglamento de Operación e Intermediación Turística . *LEXIS*.
- Ministerio de Turismo de Nación. (2016). Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura. *AAETAY*.
- Morales, J. (2020). Tres elementos clave en una campaña de promoción turística. *Entorno Turístico*.
- Morán, C. (2017). *Las operadoras turísticas y su influencia en el desarrollo socioeconómico del Cantón Puerto López*. Obtenido de Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Noboa, G. (2016). *Constitución Política de la República: Reglamento General de Actividades Turísticas*. Ecuador.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Panorama del turismo internacional. *UNWTO*.
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo*. Universidad de Sevilla, Turismo, España.

- Pilataxi Sanipatín, J. F. (2019). Análisis del impacto socioeconómico en la actividad turística por la construcción del malecón de Puerto López. Obtenido de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/17134>.
- Pilataxi, J. (2017). *Análisis del impacto socioeconómico en la Actividad Turística por la construcción del malecón de Puerto López*. Obtenido de Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Reino, A. (2015). *Propuesta para la creación de una agencia operadora turística local en el Cantón Limón Indanza*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Administración de Empresas, Morona Santiago.
- Rodríguez, X. G. (2017). Estudio de Mercado “Sector Transporte Turístico Terrestre en la provincia de Manabí. *Superintendencia de control del poder de mercado*. Obtenido de: https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/Sector-Transporte-Turstico-Terrestre_Manab.pdf.
- Rojas, G. L. (2020). Protocolo general de medidas de bioseguridad para agencias de servicios turísticos-operadores turísticos, agencias de viajes internacionales, mayoristas, y duales, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por Covid-19. *Ministerio de Turismo*.
- Rueda, J. (2018). *Evaluación de la calidad de los productos turísticos de las operadoras de turismo de la ciudad de Ibarra*. Universidad Técnica del Norte, Ciencias Administrativas y Económicas, Ibarra.
- Saura, J., Palos, P., & Rios, M. (2018). Actitudes expresadas en comentarios en línea sobre factores ambientales en el sector turístico: un estudio exploratorio. *Int J Environ Res Salud Pública*, 15(3).
- Servicio Nacional de Turismo. (2017). Manual de Hospitabilidad: Agencia de Viajes y Operadores Turísticos. *SENATUR*.
- Sillo, G. (2019). *Percepciones de Tour Operadores y Guías Turísticos en cuanto a la utilización de nuevas tecnologías digitales en el Turismo de la ciudad de Quito*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Hotelería y Turismo, Quito.
- SUPERCIAS*. (s.f.). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvsv/>
- Turismo, M. d. (2016). Reglamento de Operación e Intermediación. *MINTUR*.

Viñan, D. (2016). *Gestión de talento humano en las operadoras de turismo de Riobamba para mejorar el servicio al cliente*. Universidad Nacional de Chimborazo, Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera , Riobamba.

ZAMBRANO, A. V. (2019). EVALUACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES DE LA CIUDAD DE MANTA PARA SU DEFINICIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO. Obtenido de: <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1023/1/TTT10.pdf>.

Zambrano, K. (2019). *Estudio de factibilidad de una operadora turística que incida en el desarrollo turístico de la parroquia Cojimíes*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Ingeniería de Turismo , Manabí.

8. ANEXOS

ENTREVISTA A OPERADORAS DE TURISMO

NOMBRE ENTIDAD _____

NOMBRE ENTREVISTADO _____ CARGO _____

DIRECCION _____

- ¿CUÁNTOS PAQUETES TURÍSTICOS DISPONEN PARA LA PROVINCIA DE MANABÍ Y EN CUÁNTO OSCILAN LOS PRECIOS DE ESTOS?
- ¿CUÁL O CUÁLES SON LOS PAQUETES TURÍSTICOS QUE MÁS VENDEN?
- ¿PORQUE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS ESCOGEN SIEMPRE LOS MISMOS PAQUETES Y NO INCLUYEN DIFERENTES DESTINOS CON POTENCIAL TURÍSTICO, PERO NO TAN CONOCIDOS?
- ¿CUÁNTOS EMPLEADOS DISPONE ACTUALMENTE LA OPERADORA?
- ¿CÓMO CREE USTED QUE LA OPERADORA AYUDA A DINAMIZAR LOS EMPLEOS DE LOS DIFERENTES DESTINOS TURÍSTICOS DE MANABÍ DONDE REALIZAN LOS TOURS?
- TENIENDO EN CUENTA QUE MANABÍ ES UNA DE LAS PROVINCIAS MÁS IMPORTANTES PARA EL TURISMO NACIONAL ¿CÓMO CONSIDERA QUE SE DEBE APROVECHAR ESTA VENTAJA PARA MEJORAR EL TURISMO DE LA PROVINCIA? ¿QUÉ ALTERNATIVAS PROPONE?
- ¿CÓMO CREE USTED QUE APORTARON LAS OPERADORAS TURÍSTICAS, (O SU OPERADORA TURÍSTICA EN PARTICULAR) AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ EN EL AÑO 2019?

ENTREVISTA A LAS PLANTAS TURÍSTICAS ASOCIADAS A LAS OPERADORAS
TURÍSTICAS

NOMBRE ENTIDAD _____

NOMBRE ENTREVISTADO _____ CARGO _____

DIRECCION _____

1. ¿CON CUÁNTAS OPERADORAS TURÍSTICAS TIENE CONVENIO? ¿CUÁLES SON?
2. ¿QUE SERVICIOS OFRECE SU EMPRESA CON RESPECTO AL TURISMO?
3. ¿POR QUÉ CREE USTED QUE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS ESCOGEN SIEMPRE LOS MISMOS PAQUETES Y NO INCLUYEN DIFERENTES DESTINOS CON POTENCIAL TURÍSTICO, PERO NO TAN CONOCIDOS?
4. ¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ASOCIARSE A UNA OPERADORA TURÍSTICA?
5. ¿EN EL 2019, CÓMO PERCIBIÓ SU EMPRESA LAS GANANCIAS RELACIONADAS CON LA O LAS OPERADORAS TURÍSTICAS? ¿AUMENTO, SE REDUJO, ¿SE MANTUVO IGUAL?
6. TENIENDO QUE CUENTA QUE MANABÍ ES UNA DE LAS PROVINCIAS MÁS IMPORTANTES PARA EL TURISMO NACIONAL ¿CÓMO CONSIDERA QUE SE DEBE APROVECHAR ESTA VENTAJA PARA MEJORAR EL TURISMO DE LA PROVINCIA? ¿QUÉ ALTERNATIVAS PROPONE?
7. ¿CÓMO CREE USTED QUE APORTARON LAS OPERADORAS TURÍSTICAS, (O LA OPERADORA CON LA QUE ESTÁ ASOCIADA SU EMPRESA) AL

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ EN EL AÑO 2019?

Figura 1

Entrevista al señor propietario del hotel Agua Blanca

