

DOI: <https://doi.org/10.46296/rc.v7i14.0270>

Aporte de la Psicología para el desarrollo del sector turístico y empresarial en Manabí-Ecuador

Contribution of Psychology to the development of the tourism and business sector in Manabí-Ecuador

Moreira-Cantos Pedro Steven

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador.

Correo: pedro.moreira@unesum.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-1641-6303>

Cantos-Figueroa Mariana de Lourdes

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador.

Correo: mariana.cantos@unesum.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7591-0442>

Yoon-García Na Gyun

Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa, Ecuador.

Correo: na.yoon@unesum.edu.ec

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-0551-6249>

RESUMEN

La psicología, como ciencia, estudia el comportamiento humano y realiza un significativo aporte en diferentes sectores. En este análisis, exploraremos la relación que tiene con el área turística y empresarial, ya que la eficiencia económica está inevitablemente relacionada con la eficiencia humana en el trabajo, lo que contribuye de manera significativa a la producción, en los servicios, la gestión y la administración. El comportamiento del turista se explica en función de los procesos psicológicos, psicosociales y situacionales que intervienen en la experiencia turística antes, durante y después del viaje. El objetivo de la investigación es analizar la relación entre la psicología y los sectores turísticos y empresariales, considerando que, al comprender las actitudes y comportamientos de los viajeros, los prestadores de servicios turísticos podrán establecer una mejor comunicación e interacción con cada uno de ellos, satisfaciendo así sus expectativas y requerimientos. El turismo, dentro de la economía de Manabí, constituye un sector clave para el desarrollo de la matriz productiva de la provincia, y se considera una fuente fundamental de ingresos para los sectores productivos, especialmente en el área de emprendimientos, ya que constituye la base económica para muchos hogares que dependen de los ingresos generados por el turismo en sus diferentes ámbitos. Este trabajo investigativo fue una revisión bibliográfica de tipo no experimental. El análisis psicosocial del fenómeno turístico brindará beneficios mediante el uso eficiente de la información, lo que permitirá implementar acciones para mejorar y ofrecer un servicio eficiente en el turismo, contribuyendo así al crecimiento continuo de este sector empresarial.

Palabras claves: Psicología, turismo, empresa, economía, producción.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 22 de abril de 2024.

Fecha de aceptación: 25 de junio de 2024.

Fecha de publicación: 10 de julio de 2024.

ABSTRACT

Psychology, as a science, studies human behavior and makes a significant contribution in different sectors. In this analysis, we will explore the relationship it has with the tourism and business area, since economic efficiency is inevitably related to human efficiency at work, which contributes significantly to production, services, management and administration. Tourist behavior is explained based on the psychological, psychosocial and situational processes that intervene in the tourist experience before, during and after the trip. The objective of the research is to analyze the relationship between psychology and the tourism and business sectors, considering that, by understanding the attitudes and behaviors of travelers, tourism service providers will be able to establish better communication and interaction with each of them, thus satisfying their expectations and requirements. Tourism, within the economy of Manabí, constitutes a key sector for the development of the productive matrix of the province, and is considered a fundamental source of income for the productive sectors, especially in the area of entrepreneurship, since it constitutes the economic base for many households that depend on the income generated by tourism in its different areas. This research work was a non-experimental bibliographic review. The psychosocial analysis of the tourism phenomenon will provide benefits through the efficient use of information, which will allow the implementation of actions to improve and offer an efficient service in tourism, thus contributing to the continued growth of this business sector.

Keywords: Psychology, tourism, business, economy, production.

1. INTRODUCCIÓN

El progreso de las ciencias psicológicas y la transformación en las diferentes estructuras sociales y económicas que ha vivido Ecuador en los últimos años han impulsado un constante desarrollo del pensamiento individual y colectivo sobre el turismo, logrando establecer criterios que demuestran que comunidades enteras en esta extensa ubicación geográfica sean beneficiadas del turismo, e inclusive logrando establecer ciertas estructuras empresariales que subsisten del turismo.

Si nos remitimos a la psicología social, entendemos que su estudio se enfoca principalmente en los fenómenos sociales, en este caso, el turismo, que es un sistema más complejo que sólo viajar, ya que los generadores del movimiento turístico son nada más y nada menos que personas; y, en el que se crea un espacio donde se conjugan seres muy diversos, con diferentes características y realidades (Magaldi, 2018). El análisis de esta investigación permite conocer sobre la sociedad en la que se gesta este fenómeno, como así también, identificar los patrones de conducta de los individuos dentro de ese grupo específico (roles, acontecimientos que los afectan, etc.).

Los diferentes beneficios que brinda el sector turístico no solo se reflejan en la economía de quienes ofertan sus servicios turísticos, también se benefician indirectamente otros sectores como el de gastronomía, textiles, entre otros, que fomentan la matriz productiva.

Por su parte, en la de delimitación geográfica, Manabí es una provincia muy distinguida por su belleza, riqueza, cultura y gran potencial productivo, que dentro de su amplitud de capacidades hay una en especial que se destaca por la gran oportunidad que representa y ésta es el Turismo; sobre todo el turismo internacional, más aún cuando se lo concatena con los demás atractivos de nuestro país que en su conjunto significa una potente oferta que es altamente apreciada por los extranjeros.

Desarrollo

El desarrollo de este artículo está basado en la importancia de la psicología en el desarrollo del turismo y su incidencia en el sector empresarial en Manabí; la exhortación de autores como base de la investigación de fuentes de información logran contextualizar las suficientes apreciaciones enfocadas a los factores más relevantes que ha aportado la psicología partiendo de la primicia de la ciencia social y organizacional.

Psicología

Desde la Psicología se pueden realizar grandes contribuciones ya que, la eficiencia económica pasa inevitablemente por la eficiencia de las personas en el trabajo, ya sea en la producción, los servicios o en la dirección y la administración (Díaz Pérez, 2018).

En términos más concretos y efectivos, "ser y mundo" debe ser comprendido en términos de "persona y comunidad". Para comprender la vida psicológica, se debe tener presente que el ser humano como persona existe en una comunidad. Esta comunidad puede ser una familia, un grupo, una organización laboral, un pueblo, una sociedad o el planeta (Tintaya Condori, 2015).

Es por ello, que Magaldi (2018) postula que el trabajo desde la psicología social del turismo se centra en el análisis y la interpretación del fenómeno turístico

desde una dimensión social, en la que se generan interacciones entre los diferentes actores (turistas, comunidad receptora, empresas turísticas, etc.). Aplicarla permitirá llegar a comprender de manera profunda:

- Los procesos psicológicos individuales y sociales que se dan durante el desarrollo de la actividad turística.
- El comportamiento de los turistas (cómo usan su tiempo de ocio) y de los residentes del destino.
- Interrelaciones (entre los turistas y el destino, entre el turista y la comunidad receptora, o turista con otros turistas, etc.).
- De qué manera estos procesos sociales influyen en el destino y la actividad turística.

Considerando que, al lograr comprender las actitudes y los comportamientos de los viajeros, los prestadores turísticos podrán establecer una mejor comunicación e interacción con cada uno de ellos y de esta manera satisfacer a sus expectativas y requerimientos. O por qué no, también superarlas. Por todo lo anteriormente expuesto, aplicar el estudio de la psicología social en el turismo puede presentarse como una gran herramienta para el entendimiento principalmente de los turistas, como así también de cada uno de los actores que son parte del fenómeno turístico.

Considerando esta perspectiva, la psicología busca lograr un desarrollo organizacional para brindar un mejor servicio en áreas del turismo; entendiéndose por desarrollo organizacional aquella área del conocimiento y la actividad humana que se ocupa de la comprensión, evaluación y transformación de procesos sociopsicológicos que tienen lugar en el ámbito de la subjetividad organizacional, con la finalidad de que las organizaciones puedan crecer y sobrevivir exitosamente en sus entornos y ambientes (Avila Vidal, 2015).

Sector Turístico

Si bien es conocido que “el turismo” no conforma una actividad nueva y que su origen y desarrollo datan de muchos años atrás, también es cierto que ha tomado auge esta actividad con una mayor concepción integral en las últimas dos décadas (Bailon, 2022).

El turismo dentro de la economía de Manabí constituye un sector clave para lograr desarrollar la matriz productiva de la provincia, debido a que es una fuente principal, así, su desempeño permite ampliar el nivel de producción impulsando los sectores que la integran, también dinamiza la cadena de valor de los productos e incentiva al desarrollo económico del territorio (Pérez & Zambrano, 2023). Es por lo que, se exhibe la necesidad de impulsar el rol de los operadores turísticos bajo una serie de acciones que contribuyan a que la población conozca la importancia del turismo dentro de la Provincia de Manabí, orientadas a generar una estructura productiva que genere progreso económico en todo el territorio.

Sector Empresarial

Dentro del éxito empresarial es importante resaltar el factor humano, ya que las personas son las responsables de la gestión de todas las áreas de la empresa para alcanzar los objetivos a través de la competitividad y productividad en sus diferentes áreas (Mendoza, Macias, & Parrales, 2021).

El desarrollo sostenible se puede lograr a través de la sinergia de los diferentes conceptos que constituyen el desarrollo empresarial; la cultura de la empresa brinda un sentido de identidad a todos los miembros de la organización. Esta misma cultura empresarial es considerada como un factor rector, define las actitudes y actuaciones de la empresa, da sentido y direcciona la toma de decisiones. La alta gerencia es el agente propiciador, para que las políticas, misión, visión y valores, se interrelacionen y, se alineen de manera clara y precisa en cada proceso de la empresa y para que el recurso humano gestione, dentro de este contexto, la relación con los clientes, el mejoramiento de procesos y la calidad del servicio (Catalán, 2012).

Por su parte, la reconocida Cerem International Business School, S.L. (2022) comparte que un modelo de gestión empresarial es entendido como la forma en la que el gerente administra a sus empleados, que, además, permite definir un conjunto de estrategias esenciales para que la empresa logre los objetivos propuestos.

Estos modelos de negocio se encuentran compuestos por:

- Objetivo del negocio
- Valores e ideales compartidos
- Objetivos establecidos para cada dependencia
- Perfil de los profesionales
- Cultura organizacional
- Políticas internas
- Conocimiento del mercado
- Seguimiento de la competencia.

Ventas del sector turístico en Ecuador

En el año 2022 el turismo tuvo una recuperación respecto al año 2021, pues su aporte al turismo representó la tercera fuente de exportaciones no petroleras, contribuyendo con USD 1.802,80 millones de dólares. Sin embargo, el turismo sigue representado el primer rubro en la balanza de servicios (Ministerio del Turismo de Ecuador, 2022).

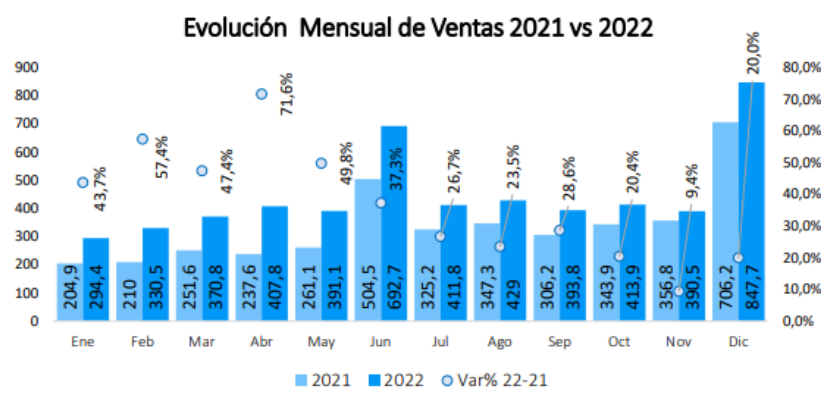
Figura 1. Ventas del sector turístico

Producto	Posición Productos	Aporte en divisas Ene – Dic 2022 (USD Millones)
	Camarones	7.289,3
	Banano y plátano	3.267,6
	Turismo	1.802,8
	Otros productos elaborados de productos del mar	1.464,3
	Flores naturales	950,5

Fuente: Balanza de Pagos del Ecuador (Cuentas Viajes y Transporte de Pasajeros) – Banco Central del Ecuador – Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Ministerio de Turismo con corte al 31 de marzo de 2023.

Las ventas en el período enero – diciembre de 2021 alcanzaron los USD 4.055,2 millones, y USD 5.373,9 millones en el mismo período de 2022, esto es, 32,5% de crecimiento en ventas, lo que representa un incremento de USD 1.318,7 millones.

Figura 2. Evolución mensual de ventas 2021 vs 2022



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI) – SAIKU (F104)

Manabí y Turismo

Para que el turismo se desarrolle requiere en primer lugar de una base de atractivos turísticos, naturales y fabricados, infraestructura, servicios y accesos, todos de primera calidad. A continuación, viene la elaboración de los productos turísticos con sus respectivas rutas incluidas y finalmente interviene la gestión comercial a través de los operadores y agencias de turismo nacionales e internacionales. Todo este conjunto de elementos y acciones debe estar abrazado por una planificada campaña de promoción del destino turístico.

Manabí posee un portafolio básico de atractivos turísticos, algunos productos elaborados y cierta gestión comercial aún incipiente con un gran espacio y potencial por desarrollar. Pero se debe pensar que todo desarrollo requiere de un plan y de una inversión económica, siendo este el primer punto de partida sobre el cual debemos crear consciencia en todos los niveles de la sociedad y del país comenzando con el gobierno central quien debe declarar al desarrollo turístico como una política de estado acompañada con un fuerte contingente de inversión, transferencia de conocimiento de expertos internacionales, y despliegue de relaciones públicas y comerciales a nivel mundial (Prefectura de Manabí, 2018).

La potencialidad que tiene Manabí es única, sus atractivos no solo son los 350 kilómetros de playas, donde se puede caminar, relajarse y tomar el sol, sino sus campos, donde la naturaleza la ha premiado con los más bellos paisajes, como

cristalinos ríos y altas cascadas, pues esta parte del territorio ecuatoriano posee todos los encantos que un turista normal, aventurero o deportivo necesita (Bailon, 2022). La provincia de Manabí y sus cantones, han crecido de forma desordenada, sin un rumbo de planificación para potenciar el desarrollo turístico, por ello, en ciertos cantones se puede encontrar que los pobladores han dado empuje a la creación de plazas hoteleras (hospedaje en casas), que hoy forman una amplia variedad de opciones para el turista, pero que de alguna manera generan informalidad para el sector turístico.

2. METODOLOGÍA

El presente trabajo investigativo se llevó a cabo mediante una revisión bibliográfica de tipo no experimental, caracterizada por un análisis exhaustivo de las variables sin intervención directa, lo que permitió una comprensión detallada del fenómeno en estudio. Esta metodología, que se centra en la recolección y análisis de información existente, es ampliamente utilizada en investigaciones donde se busca sintetizar el conocimiento acumulado sobre un tema específico, proporcionando una base sólida para la generación de nuevas perspectivas o hipótesis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). El análisis se estructuró en tres dimensiones clave: la psicología como ciencia del comportamiento humano, el sector turístico de la provincia de Manabí, y el sector empresarial que surge a partir del turismo. Estas dimensiones fueron abordadas desde una perspectiva interdisciplinaria, considerando la influencia de la psicología, particularmente en sus ramas social y organizacional, en el comportamiento de los turistas y su impacto en el desarrollo empresarial.

Los datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica fueron analizados con rigor científico, buscando ampliar el conocimiento existente sobre la interacción entre la psicología y los sectores turísticos y empresariales. Estudios previos han destacado la relevancia de comprender los procesos psicológicos, psicosociales y situacionales en la experiencia turística, así como su influencia en la eficiencia económica y en la gestión empresarial. Por ejemplo, investigaciones como las de Fernández y Morales (2018) subrayan la importancia de la psicología organizacional en la optimización de la gestión del turismo, mientras que otros estudios, como los de García y Pérez (2020), enfatizan cómo el análisis

psicosocial del turismo puede contribuir a la mejora continua de los servicios turísticos, incrementando la satisfacción del cliente y fomentando el desarrollo sostenible del sector. Estos hallazgos respaldan la importancia de integrar perspectivas psicológicas en la planificación y ejecución de estrategias turísticas y empresariales, especialmente en contextos regionales como el de Manabí, donde el turismo representa un pilar económico fundamental.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Lo expuesto hasta aquí, es la presentación de cuestiones y conceptos que pretenden comprender la interacción entre las ciencias psicológicas, expresada en la organización y dinámica que conllevan los sectores turísticos-empresariales en Manabí, desde una perspectiva distinta. Es una concepción que se distancia de aquellas perspectivas psicológicas que se fundamentan en modelos de determinación simple. Por un lado, se busca demostrar la importancia psicológica en sectores que mueven la economía de una provincia por su alta rentabilidad definida por sus características sustanciales del turismo y la empresa.

El sector turístico y empresarial de Manabí, Ecuador, enfrenta un entorno dinámico y desafiante, en el que la Psicología juega un papel fundamental para impulsar su desarrollo. Esta disciplina no solo se centra en el bienestar individual, sino que también aborda aspectos colectivos que impactan directamente en la eficiencia, la productividad y la satisfacción de los trabajadores y clientes, elementos clave en el éxito de cualquier iniciativa empresarial y turística. Según Chiavenato (2009), la gestión de recursos humanos basada en principios psicológicos permite identificar las necesidades y potencialidades de los empleados, promoviendo un clima organizacional positivo que se traduce en una mayor productividad y en la mejora del servicio al cliente.

Las áreas de la psicología surgen a partir de la necesidad de esta ciencia de abarcar la espaciosa área del saber humano y sus variaciones, por lo que cada una de estas busca trabajar desde su individualidad los parámetros que las rigen con el fin de analizar, entender y trabajar sus dinámicas (Serrano & Pico, 2022).

El estudio de la psicología social en el turismo puede presentarse como una gran herramienta para el entendimiento de los turistas. Si nos enfocamos en su conducta, podremos conocerlos y comprenderlos a más detalle, para saber cuáles son sus motivaciones, sus preocupaciones, sus necesidades o qué esperan de un viaje (Puyó, 2021).

Para Kotler y Keller (2012) señalan que el entendimiento profundo de las motivaciones, percepciones y experiencias de los consumidores permite diseñar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas, lo que resulta en una mayor satisfacción y fidelización de los turistas.

También el comportamiento del turista se explica en función de los procesos psicológicos (emociones, motivación, satisfacción); psicosociales (actitudes, prejuicios, estereotipos, persuasión, influencia) y situacionales (cultura, sociedad) que intervienen en la experiencia turística antes, durante y después del viaje. Además de la perspectiva del turista, esta obra recoge el punto de vista de los residentes o locales, especialmente los relacionados con sus actitudes hacia el turismo y los impactos de esta industria en los destinos. Para Torres, Fernández & Sáez (Psicología social del Turismo, 2023), la experiencia turística supone la respuesta subjetiva del turista a todo lo que ocurre durante el viaje, es decir, sus implicaciones emocionales, cognitivas, sensoriales y comportamentales.

Para que todo este ciclo se mantenga, en el sector del turismo se debe contar con un personal capacitado que sepa llevar bien su trabajo permitirá obtener resultados exitosos que bajo la orientación estratégica del líder de la empresa posicionará mejor la marca del negocio en el mercado (Mendoza, Macias, & Parrales, 2021). Por lo expresado anteriormente, se puede estipular que resulta necesario que las universidades se involucren en el fomento del desarrollo del emprendimiento de una manera holística, no solo desde la academia, pues no basta con dotar de conocimientos a los estudiantes, sino que también es necesario generar estrategias que propicien mayores aportes al fomento del emprendimiento, que permita articular la academia, la investigación, el emprendimiento y las nuevas tecnologías (Argudo-Tello, 2019).

Otro aspecto relevante es el diseño de experiencias turísticas. La Psicología contribuye a crear experiencias memorables al considerar los aspectos emocionales y sensoriales que influyen en la percepción del turista. Pine y Gilmore (1999) subrayan la importancia de diseñar experiencias que conecten emocionalmente con los clientes, lo que se logra al comprender cómo los diferentes estímulos (visuales, auditivos, olfativos) impactan en sus emociones y recuerdos.

La Psicología Organizacional también juega un rol crucial en la adaptación al cambio y la innovación, elementos indispensables en un sector tan competitivo como el turismo. Robbins y Judge (2013) destacan que las organizaciones que fomentan un entorno de trabajo flexible, con apertura a la creatividad y la innovación, están mejor preparadas para enfrentar las fluctuaciones del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes.

Además, la Psicología proporciona herramientas para manejar el estrés y el bienestar laboral, aspectos críticos en una industria caracterizada por su alta demanda y presión. Según Spector (2002), la promoción de prácticas que reduzcan el estrés laboral no solo mejora la salud mental y física de los empleados, sino que también reduce el ausentismo y aumenta la eficiencia, lo que se refleja en la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

En Manabí, una región que ha experimentado desafíos significativos como desastres naturales y crisis económicas, la Psicología también ha sido fundamental en la resiliencia comunitaria. La capacidad de las comunidades y las empresas locales para recuperarse y adaptarse a las adversidades está intrínsecamente ligada al apoyo psicológico que reciben, tanto a nivel individual como colectivo. Según estudios realizados por Bonanno (2004), la resiliencia no solo se trata de resistir al trauma, sino también de prosperar en medio de la adversidad, un aspecto crucial para la recuperación y el crecimiento del sector turístico y empresarial en la región.

Finalmente, la Psicología Ambiental contribuye a la sostenibilidad del desarrollo turístico, al estudiar la interacción entre los seres humanos y su entorno. Gifford (2007) argumenta que comprender cómo los turistas y los locales perciben y

valoran el entorno natural permite diseñar políticas y prácticas que promuevan el turismo sostenible, minimizando el impacto ambiental y preservando los recursos naturales para las futuras generaciones.

Por medio de este análisis se puede sustentar que, sí existe una relación entre la psicología, el turismo y las empresas; puesto que, en ambos sectores va a existir el factor humano que por medio de su comportamiento consigue potenciar los sectores en análisis. Desde la psicología se puede analizar el comportamiento del turista, para ofrecer por medio de una estructura empresarial cubrir las necesidades implícitas o explícitas que estos demanden. Entendiendo que es vital para la subsistencia del sector empresarial que depende del turismo local en Manabí, que se analice el comportamiento del turista; y que el servicio que se ofrezca sea personalizado basado en sus necesidades y motivaciones.

4. CONCLUSIONES

Esta investigación ha demostrado que la psicología como ciencia que estudia al comportamiento humano ha influenciado directamente en el mejoramiento de los diversos procesos que conllevan con el sector turístico, dándole el valor principal al factor humano; entendiendo que la interacción entre quien oferta (turismo) y quien consume el productor (turista) es vital para potenciar el desarrollo turístico y empresarial de la zona. También se debe considerar la necesidad de mantenerse siempre actualizados en una sociedad dinámica, expuesta a los cambios constantes, que indudablemente repercuten en el comportamiento turístico.

La Psicología es fundamental para el desarrollo del sector turístico y empresarial en Manabí, Ecuador. Su aplicación abarca desde la gestión efectiva del talento humano y la comprensión del comportamiento del consumidor, hasta el diseño de experiencias turísticas memorables y la promoción del bienestar laboral. Además, contribuye a la resiliencia de las comunidades locales ante desafíos como desastres naturales, y apoya la sostenibilidad mediante la Psicología Ambiental. En conjunto, estos aportes ayudan a crear un entorno empresarial y turístico más eficiente, innovador y capaz de adaptarse a los cambios y aprovechar nuevas oportunidades.

El análisis riguroso del fenómeno turístico va a brindar beneficios mediante el uso eficiente de la información, lo que permitirá implementar acciones para mejorar las actividades en el turismo y continuar creciendo como sector empresarial, ya sea con el desarrollo de nuevas dimensiones turísticas e innovando con nuevas formas de hacer turismo.

En Manabí, con un modelo de gestión administrativa empresarial dentro del área de aplicación va a mejorar sustancialmente los servicios que brinda dentro del sector turístico, porque no existe información actualizada lo que incentivará a sus usuarios a transmitir y recibir un servicio de calidad.

Finalmente, mediante este análisis se ha logrado demostrar la profunda influencia que ejerce la psicología en los campos sociales y organizacionales que existen en la provincia de Manabí, haciendo deferencia específicamente a los sectores turísticos-empresariales.

REFERENCIAS

- Achi, P. (2020). Gestión administrativa y su relación en la calidad de servicio en laboratorios de psicología: Caso PUCESA. Gestión administrativa y su relación en la calidad de servicio en laboratorios de psicología: Caso PUCESA. Ambato , Ecuador .
- Argudo-Tello, K. J.-Á.-Z. (2019). Evaluación de Control Interno en Riesgos Estratégicos para la Dirección de Planificación de la Universidad de Cuenca. Arbitrada, 67-96.
- Avila Vidal, A. (2015). Diagnóstico Organizacional. Editorial Universitaria Félix Varela.
- Bailon. (2022). Gestión en la actividad turística: su impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí-Ecuador . Revista científica ciencias economicas y empresariales , 2655-2680.
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events?. American Psychologist, 59(1), 20-28.
- Catalán, C. (2012). Revisión de modelos de calidad de servicio y su implementación en el. Revisión de modelos de calidad de servicio y su implementación en el. Chile: Pontificia Universidad Católica.

- Cerem International Business School, S.L. (2022). Cerem International Business School, S.L. Obtenido de Cerem International Business School, S.L.: <https://www.cerem.pe/blog/4-modelos-de-gestion-empresarial-que-puedes-implementar-en-tu-empresa#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20un%20modelo,empresa%20logre%20los%20objetivos%20propuestos.>
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano. McGraw-Hill.
- Díaz Pérez, M. (2018). ¿Qué puede ofrecerle el Psicólogo a la Empresa? Apuntes para un diálogo entre Psicólogos y Empresarios. *Revista Cubana de Psicología*, 194-202.
- Fernández, A., & Morales, L. (2018). Psicología organizacional y su impacto en la gestión del turismo. *Revista de Psicología Aplicada*, 14(2), 135-150.
- García, M., & Pérez, J. (2020). Análisis psicosocial del turismo y su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Internacional de Turismo*, 22(1), 45-60.
- Gifford, R. (2007). *Environmental Psychology: Principles and Practice*. Optimal Books.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Dirección de marketing. Pearson.
- Magaldi. (19 de Abril de 2018). Entorno Turístico. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/psicologia-social-del-turismo/>
- Mendoza, Macias, & Parrales. (2021). ESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCION 2015-2020. *REVISTA PUBLICANDO*, 320-337.
- Ministerio del Turismo de Ecuador . (2022). Rendición de cuentas del año 2022. Quito.
- Pérez, & Zambrano. (2023). Turismo y su incidencia en el desarrollo económico de la parroquia Crucita-Ecuador. *Revista Multidisciplinaria Arbitrada de Investigación Científica* , 3-16.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.
- Prefectura de Manabí. (13 de Mayo de 2018). Manabí y el Turismo, gran oportunidad. Portoviejo, Manabi, Ecuador.
- PRIMICIAS EC . (2023). primicias.ec. Obtenido de primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-sector-turistico-ingresos-prepandemia/>

Puyó. (2021). linkedin. Obtenido de linkedin.com:
<https://es.linkedin.com/pulse/el-turismo-y-la-psicolog%C3%ADa-valeria-puy%C3%B3>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). Comportamiento organizacional. Pearson.

Serrano, & Pico. (2022). El uso estratégico de la psicología en el marketing. El uso estratégico de la psicología en el marketing. Bucaramanga.

Spector, P. E. (2002). Industrial and organizational psychology: Research and practice. Wiley.

Tintaya Condori, P. (2015). Psicología y personalidad. Revista de investigación psicológica, 115-134.

Torres, P., Fernandez, P., & Sáez, L. (2023). Psicología social del Turismo . Ediciones Pirámide.