



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**La gestión en la actividad turística y su impacto en el  
desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí –  
Ecuador**

**TESIS**

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias  
Administrativas

**AUTOR**

Mauro Herbert BAILÓN CEVALLOS

**ASESOR**

Dr. Mauro Amaru GRANADOS MAGUIÑO

Lima, Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Bailón, M. (2024). *La gestión en la actividad turística y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

## Metadatos complementarios

<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	<b>Mauro Herbert Bailón Cevallos</b>
Tipo de documento de identidad	<b>Cédula</b>
Número de documento de identidad	<b>1305484626</b>
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-3165-6398">https://orcid.org/0000-0003-3165-6398</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	<b>Mauro Amaru Granados Maguiño</b>
Tipo de documento de identidad	<b>DNI</b>
Número de documento de identidad	<b>06441665</b>
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-5668-0557">https://orcid.org/0000-0002-5668-0557</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	<b>Augusto Hidalgo Sánchez</b>
Tipo de documento	<b>DNI</b>
Número de documento de identidad	<b>17852545</b>
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	<b>Mauro Amaru Granados Maguiño</b>
Tipo de documento	<b>DNI</b>
Número de documento de identidad	<b>06441665</b>
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	<b>Nieves Cecilia Castillo Yui</b>
Tipo de documento	<b>DNI</b>
Número de documento de identidad	<b>06723173</b>
<b>Miembro del jurado 3</b>	
Nombres y apellidos	<b>Edwin Augusto Vigo Sánchez</b>
Tipo de documento	<b>DNI</b>
Número de documento de identidad	<b>08346435</b>

<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	No Aplica
Grupo de investigación	No Aplica
Agencia de financiamiento	Sin Financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Ecuador Provincia: Manabí Cantón: Manta Latitud: -1.286257980 Longitud: -80.417991640
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2020 - 2021
<i>URL de disciplinas OCDE</i>	2.02.04 - <i>Negocios, Administración</i> <b>URIS:</b> <a href="http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0025-V-UPG-FCA-2024  
PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

En la Ciudad Universitaria, a los trece días del mes de marzo del año dos mil veinticuatro, siendo las diecisiete horas, en el enlace: <https://zoom.us/j/99374916516?pwd=bkVEWk92RjhnUzZoajRFekZ2c3R5QT09> emitido por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **PRESIDIDO** por el **DR. AUGUSTO HIDALGO SÁNCHEZ**, e integrado por los miembros: **DR. MAURO AMARU GRANADOS MAGUIÑO (Asesor)**, **DRA. NIEVES CECILIA CASTILLO YUI (Jurado)**, **DR. EDWIN AUGUSTO VIGO SÁNCHEZ (Jurado)**; el postulante al Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, don **MAURO HERBERT BAILÓN CEVALLOS**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **“LA GESTIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ - ECUADOR”**, con el propósito de optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **ARTÍCULO 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

**16 (DIECISÉIS) - BUENO**

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas **OTORGAR** el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, a don **MAURO HERBERT BAILÓN CEVALLOS**. Se extiende la presente Acta siendo las **18:45** se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.



**DR. AUGUSTO HIDALGO SÁNCHEZ  
PRESIDENTE**



**DR. MAURO AMARU GRANADOS MAGUIÑO  
ASISOR**



**DRA. NIEVES CECILIA CASTILLO YUI  
JURADO**



**DR. EDWIN AUGUSTO VIGO SÁNCHEZ  
JURADO**



### CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **Mauro Amaru Granados Maguiño** en mi condición de Asesor de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas acreditado con el Dictamen N° **000120-2022-UPG-FCA/UNMSM** de la tesis cuyo título es “**La gestión en la actividad turística y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí - Ecuador**”, presentado por el magister **Mauro Herbert Bailón Cevallos**, para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas.

**CERTIFICO** que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de investigación y producción intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de **17%** de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional.

Se remite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas correspondiente.

Mauro Amaru Granados Maguiño

DNI: 06441665



**DEDICATORIA**

*A mis padres Mauro y Leopolda, por su gran ejemplo de vida y amor verdadero e incondicional.*

*Mauro Herbert Bailón Cevallos*



## AGRADECIMIENTO

*A Dios quien me ha guiado y me ha dado fuerza y valentía para alcanzar mis objetivos.*

*A mi familia por su apoyo incondicional de siempre en la realización de mis estudios superiores en el país y en el extranjero.*

*A la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, que me abrió las puertas para seguir este Doctorado, a mis profesores por su valiosos y profundos conocimientos.*

*Un sincero agradecimiento al Dr. Mauro Granados Maguiño, asesor en la dirección de la presente tesis, por su enseñanzas y sabiduría y al Dr. Adolfo Hinojosa Pérez, revisor metodológico por su colaboración, por su calidad humana al permitir el desarrollo de la presente investigación.*

*A mis compañeros de clases, con los cuales he compartido experiencias en Perú y Ecuador y que me ayudaron llegar hasta aquí.*

*Y a todas las personas que de una u otra forma me apoyaron en la realización de esta tesis de grado.*

*Mauro Herbert Bailón Cevallos*

## Índice

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
LISTA DE TABLAS .....	vii
LISTA DE GRÁFICOS .....	xi
LISTA DE ILUSTRACIONES .....	xii
RESUMEN.....	xiii
CAPÍTULO 1: .....	
.14	
INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. Situación Problemática .....	17
1.2. Formulación del problema .....	33
1.2.1. Problema general.....	33
1.2.2. Problemas específicos.....	33
1.3. Justificación de la investigación .....	33
1.3.1. Justificación teórica .....	33
1.3.2. Justificación práctica.....	35
1.3.3. Objetivo General .....	35
1.3.4. Objetivos Específicos.....	36
1.4. Hipótesis .....	36
1.4.1. Hipótesis general .....	36
1.4.2. Hipótesis específicas .....	36
CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO .....	37
2.1. Marco filosófico o epistemológico de la investigación .....	37
2.1.1. Gestión del conocimiento en el turismo.....	39
2.1.2. Epistemología y constructivismo.....	39

	5
2.1.3. Constructivismo y turismo.....	39
2.1.4 Trazo epistemológico adoptado .....	39
2.1.5. Gestión .....	42
2.1.6. División del trabajo .....	43
2.1.7. Período de la diversidad .....	38
2.1.8. Enfoque conductual .....	39
2.1.9. Turismo.....	39
2.1.10. Teorías del desarrollo social y económico.....	41
2.1.11. Teoría de la modernización.....	42
2.1.12. Teoría de la dependencia .....	43
2.1.13. Teoría de los sistemas mundiales .....	44
2.1.14. Teoría de la globalización .....	45
2.2. Antecedentes de Investigación .....	46
2.3. Bases Teóricas .....	80
2.3.1. Gestión empresarial (GE).....	80
2.3.1.1. Importancia de la gestión empresarial .....	85
2.3.1.2. La organización empresarial .....	86
2.3.2. Gestión turística.....	88
2.3.2.1. Caracterización de la actividad turística en Manabí.....	90
2.3.3. Desarrollo socioeconómico (DS) .....	91
2.3.3.1. Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo .....	92
2.3.3.2. Índice de desarrollo socioeconómico.....	94
2.4. Glosario .....	101
2.4.1. Reglamento General a la Ley de Turismo .....	107
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	108
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	108
3.1.1. Tipo de la investigación.....	108

3.1.2. Diseño de la investigación.....	109
3.1.3. Nivel de la investigación.....	109
3.1.4. Unidad de análisis.....	109
3.1.5. Población de estudio.....	109
3.1.6. Tamaño de la muestra.....	111
3.1.7. Técnicas de recolección de datos.....	112
3.1.8. Resultados de las encuestas.....	112
CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	153
4.1. Análisis e interpretación.....	153
4.1.1. Fiabilidad del instrumento.....	153
4.2. Prueba de hipótesis.....	157
4.3. Discusión de los resultados.....	161
CAPÍTULO 5: IMPACTOS.....	167
5.1. Propuesta para la solución del problema.....	167
5.1.1. Tema de la propuesta.....	167
5.1.2. Justificación.....	167
5.1.3. Fundamentación.....	168
5.1.4. Objetivo general.....	168
5.1.5. Objetivos específicos.....	168
5.1.6. Importancia.....	169
5.1.7. Plan estratégico.....	169
5.1.8. Costos de implementación de la propuesta.....	172
5.1.9. Beneficios que aporta la propuesta.....	172
CONCLUSIONES.....	173
RECOMENDACIONES.....	175
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	177

ANEXOS..... 184

## Índice de Tablas

Tabla 1. Cantón Bolívar .....	110
Tabla 2. Cantón El Carmen .....	111
Tabla 3. Cantón Jama .....	112
Tabla 4. Cantón Junín .....	113
Tabla 5. Cantón Jipijapa .....	114
Tabla 6. Cantón Olmedo.....	115
Tabla 7. Cantón Pedernales .....	116
Tabla 8. Cantón Paján .....	117
Tabla 9. Cantón Puerto López.....	118
Tabla 10. Cantón Rocafuerte.....	119
Tabla 11. Cantón Sucre .....	120
Tabla 12. Cantón Santa Ana.....	121
Tabla 13. Cantón San Vicente .....	122
Tabla 14. Cantón Tosagua.....	123
Tabla 15. Flavio Alfaro .....	124
Tabla 16. Cantón Pichincha .....	125
Tabla 17. Cantón Manta.....	126
Tabla 18. Cantón Montecristi.....	127
Tabla 19. Cantón Jaramijó .....	128
Tabla 20. Cantón Portoviejo.....	129
Tabla 21. Cantón Chone .....	130
Tabla 22. Cantón 24 de Mayo .....	131
Tabla 23. Clasificación de empresas turísticas por actividad en Manabí .....	132
Tabla 24. Muestra escogida por tipo de empresa .....	133
Tabla 25. Fiabilidad Alfa de Cronbach.....	134

Tabla 26. Estadísticas elementos: mínimo, máximo, media y desviación típica...	135
Tabla 27. Tecnología para promocionarse.....	136
Tabla 28. Innovación de los productos.....	137
Tabla 29. Personal con una alta formación académica.....	138
Tabla 30. Gestión al desarrollo del mercado Manabita.....	139
Tabla 31. Estrategias y acciones de los productos y servicios.....	140
Tabla 32. Calidad del servicio.....	141
Tabla 33. Evaluación de la satisfacción del usuario.....	142
Tabla 34. Reclamos de los usuarios.....	143
Tabla 35. Preferencia en la selección de los servicios de la empresa.....	144
Tabla 36. Capacitación del personal.....	145
Tabla 37. Infraestructura física.....	146
Tabla 38. Oferta turística de la empresa.....	147
Tabla 39. Seguridad para el turista.....	148
Tabla 40. Diversidad de oferta turística.....	149
Tabla 41. Accesibilidad a los activos turísticos.....	150
Tabla 42. Seguridad integral del turista.....	151
Tabla 43. Seguridad de los turistas.....	153
Tabla 44. Seguridad de turistas, lugares de esparcimiento y ocio.....	154
Tabla 45. Simulacros de prevención para turistas y ciudadanía.....	158
Tabla 46. Protocolos de bioseguridad.....	159
Tabla 47. Inversión en el sector.....	159
Tabla 48. Inversión nacional y extranjera.....	160
Tabla 49. Inversión en infraestructura turista nacional y extranjero.....	161
Tabla 50. Señalética informativa turística.....	165
Tabla 51. Eventos artísticos y culturales.....	169
Tabla 52. Plazas de trabajo.....	172

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Estadística turística receptiva internacional.....	91
Gráfico 2. Estadística turística receptiva nacional .....	91
Gráfico 3. Tecnología para promocionarse.....	113
Gráfico 4. Innovación de los productos.....	114
Gráfico 5. Personal con una alta formación académica .....	115
Gráfico 6. Gestión al desarrollo del mercado Manabita .....	116
Gráfico 7. Estrategias y acciones de los productos y servicios.....	117
Gráfico 8. Calidad del servicio .....	118
Gráfico 9. Valuación de la satisfacción del usuario.....	119
Gráfico 10. Reclamos de los usuarios .....	120
Gráfico 11. Preferencia en la selección de los servicios de la empresa .....	122
Gráfico 12. Capacitación del personal .....	122
Gráfico 13. Infraestructura física.....	123
Gráfico 14. Oferta turística de la empresa.....	124
Gráfico 15. Seguridad para el turista .....	125
Gráfico 16.....	126
Gráfico 17. Accesibilidad a los activos turísticos .....	127
Gráfico 18. Seguridad integral del turista.....	128
Gráfico 19. Seguridad de los turistas.....	129
Gráfico 20. Seguridad de turistas, lugares de esparcimiento y ocio .....	130
Gráfico 21. Simulacros de prevención para turistas y ciudadanía.....	131
Gráfico 22. Protocolos de bioseguridad.....	132
Gráfico 23. Inversión en el sector .....	133
Gráfico 24. Inversión nacional y extranjera.....	134
Gráfico 25. Inversión en estructura turista nacional y extranjera .....	135
Gráfico 26. Señalética informativa turística .....	136



Gráfico 27. Eventos artísticos y culturales.....	137
Gráfico 28. Plazas de trabajo.....	138
Gráfico 29. Contratación de personal anualmente.....	139
Gráfico 30. Proveedores locales.....	140
Gráfico 31. Población Económicamente Activa de la provincia .....	141
Gráfico 32. Instituciones financieras.....	142
Gráfico 33. Instituciones públicas .....	143
Gráfico 34. Recursos patrimoniales.....	144
Gráfico 35. Planificación turística y ambiental .....	145
Gráfico 36. Desarrollo de la estructura territorial .....	146
Gráfico 37. Protección del medio ambiente.....	147
Gráfico 38. Sistemas de educación a todo nivel de formación .....	148
Gráfico 39. Servicios básicos .....	149
Gráfico 40. Medios de conectividad tecnología global.....	150
Gráfico 41. Transportación urbana y provincial .....	151
Gráfico 42. Red de salud pública.....	152

## Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1.</i> Ubicación geográfica de Manabí y sus Cantones .....	18
<i>Ilustración 2.</i> Zona de afectación del terremoto de Ecuador año 2016 .....	24
<i>Ilustración 3.</i> Pedernales afectados por el terremoto .....	25
<i>Ilustración 4.</i> Afectaciones del terremoto en Manta – Tarqui .....	26
<i>Ilustración 5.</i> Afectaciones del terremoto en Portoviejo .....	26
<i>Ilustración 6.</i> Afectaciones del terremoto vía Portoviejo – Rocafuerte.....	27
<i>Ilustración 7.</i> Cierre de operaciones en terminales aéreos .....	29
<i>Ilustración 8.</i> Cierre de actividades turísticas en varios sectores .....	29
<i>Ilustración 9.</i> Esquema de cadena turística global y tradicional .....	89

## RESUMEN

El sector turístico constituye una de las actividades económicas más importantes del Ecuador no solo por su gran crecimiento anual y gran aporte al PIB. Sino también, por las grandes inversiones que se destinan en infraestructura turística y las plazas de trabajo que se generan año a año en este sector en específico. El objetivo del presente estudio es determinar de qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador. Para poder identificar cuáles son los diversos mecanismos con los que el turismo puede influir en el crecimiento socioeconómico, se ha realizado una exhaustiva revisión teórica lo cual ha permitido reforzar el marco teórico sirviendo de base para el planteamiento de la propuesta. La metodología aplicada se encierra en el método hipotético- deductivo con ayuda de muestreos a nivel descripto y no experimentales, de esta forma no se manipula a las variables investigadas y ajustándose a un diseño correlacional. Los resultados de la muestra de 307 empresas del sector turístico de la provincia de Manabí a través del programa del programa estadístico SPSS 25 y el instrumento politómico en escala de Likert permitieron validar las hipótesis, con los siguientes niveles de significancia: general (0,995), específica 1, (0,965), específica 2 (0,985), específica 3 (0,991), específica 4 (0,964).

**Palabras clave:** Gestión turística, Desarrollo socioeconómico, Empresas, Desarrollo local.



## **ABSTRACT**

The tourist sector constitutes one of the most important economic activities in Ecuador, not only due to its significant annual growth and substantial contribution to the GDP but also because of the substantial investments directed towards tourist infrastructure and the employment opportunities generated each year within this specific sector. The objective of this study is to determine how management in the tourism activity impacts the socio-economic development of the province of Manabí – Ecuador. In order to identify the various mechanisms through which tourism can influence socio-economic growth, a comprehensive theoretical review has been conducted, reinforcing the theoretical framework as a basis for the proposal. The applied methodology is encapsulated in the hypothetical-deductive method with the support of descriptive and non-experimental foundations. Thus, the investigated variables are not manipulated, adhering to a correlational design. The results from the sample of 307 companies in the tourist sector of the province of Manabí, analyzed through the SPSS 25 statistical program and the Likert scale polytomous instrument, have validated the hypotheses with the following significance levels: overall (0.995), specific 1 (0.965), specific 2 (0.985), specific 3 (0.991), specific 4 (0.964).

### **Keywords**

Tourism management, Socio-economic development,  
Companies, Local development.

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial representa una fuente generadora de ingresos ya sea por la acogida de divisas externas introducidas por viajeros internacionales, o por las diversas plazas de trabajo inmediatas o derivadas de las actividades turísticas que se ejecutan año a año. Esto se debe a que múltiples gestores del sector turístico agrupan a diversos agentes económicos, que en suma contribuyen al desarrollo social y económico del Ecuador y sus provincias. Sin embargo muchas regiones han tenido que pasar por severas crisis internas, producidas por desastres naturales, como el terremoto del 16 de abril del 2016 en Manabí, que colapso la economía de esta provincia por la pérdida de gran parte de su estructura física, y luego, a partir del 2020, se empezó a vivir otro golpe, talvez aún más severo, como es atravesar por una pandemia mundial, que ha sacudido las economías del planeta (aun latente), sin capacidad de reacción por parte de quienes gestionan el turismo en el territorio Manabita y el país.

Dentro de la estructura temática del presente estudio, durante el “**capítulo I**” se presenta el problema de la investigación, este pretende responder a la pregunta general del estudio: ¿Cuál es el impacto económico y social de la gestión en la actividad turística de la provincia de Manabí, Ecuador?, la cual a través de los objetivos que orientan a esta investigación será esclarecida.

El “**capítulo II**” contiene el análisis de fuentes teóricas, tomando una revisión cronológica de las diversas perspectivas de los parámetros de la investigación como son: “La Gestión turística y el Desarrollo socioeconómico”. Este apartado capitular contiene además las hipótesis sujetas a comprobación.

Dentro del “**capítulo III**” se especifica el marco metodológico que se ha utilizado para generar esta investigación, detallándose los procesos de evaluación y análisis de la información obtenida. En el también se describe la muestra seleccionada y las técnicas empleadas para la recopilación de datos. En ese sentido, el “**capítulo IV**” detalla la valoración y decodificación de la información procesada, dándose a conocer las derivaciones estadísticas de los datos resultantes.

Como **capítulo final (V)**, se presenta la propuesta de la investigación, la cual surge luego de estudiar los problemas y necesidades relacionadas con el sector turístico proveniente de Manabí, provincia ubicada en Ecuador.

Para generar una correcta conceptualización del sector turístico en Ecuador, es importante analizar el contexto de su desarrollo a través de varias etapas comprendiendo un intervalo determinado desde el 2018 al 2020. Según cifras oficiales del (Ministerio de Turismo del Ecuador) 5 de cada 100 dólares que produce el Ecuador son generados gracias sector turístico, llegando en 2018 a tener una contribución total del 5,8% del PIB (5.900 millones de dólares) y generando una tasa de ocupación del 40,9% con relación al año pasado. Para el año 2019, el sector turístico consolidaba un crecimiento moderado del 2,2% en la contribución directa al PIB, mientras que para el 2020 tuvo una baja de -1% puntos porcentuales debido a los desafíos impuestos por la crisis sanitaria global, lo que posiciono al sector turístico como la sexta fuente de ingresos no petroleros durante este año. Sin embargo y a pesar de la reducción del 70,25% de las visitas del extranjero al país y al decremento del -31,81% de la ocupación relacionada al turismo, el sector turismo sigue siendo la primera en la balanza de servicios del Ecuador mostrando un superávit de 289,7 millones de dólares para el año 2022.

Para el (Banco del desarrollo del Ecuador), en los últimos años el sector turístico ha demostrado ser uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel nacional contribuyendo con un 10,2% al PIB del país con sus diversos efectos directos o indirectos mostrando en general una diversificación del tejido económico de la oferta turística. Resaltando la resiliencia y la importancia de la industria turística en la economía ecuatoriana a lo largo de los años y mostrando un gran apoyo para el crecimiento económico a nivel mundial para los países en vías de desarrollo como lo es Ecuador.



No obstante, en Manabí las cifras turísticas no son tan favorables ya que en los últimos 7 años la región ha pasado por diversos acontecimientos que impiden la recuperación total de las actividades turísticas, como por ejemplo: el terremoto del 16 de abril del 2016 (16A), suceso que casi extermina la actividad turística por la pérdida y daño que sufrió gran parte de la estructura física paralizando las actividades del sector casi por un quinquenio (2021), los diversos escenarios socios políticos que generaron la pérdida de los recursos a invertir para la reactivación económica de la zona y a esto hay que sumarle los efectos de la pandemia global del SARS-CoV-2 o Covid-19, fenómeno antrópico que no solo afectó la salud de los habitantes del planeta, dejando una alta estela de fallecimientos, sino de las organizaciones en su conjunto, generando también muerte de empresas de todo tamaño, las cuales que no estaban preparadas para enfrentar la crisis generada por esta epidemia que aún está latente.

Para ello se debe comprender que el tejido económico del sector turístico es encabezado por MiPymes, estas hoy en día aportan el 1,2 % del PIB de la región (95 millones de dólares), mientras que antes del terremoto su contribución al PIB era de 1,7 % (tres veces más porcentualmente hablando), muy distinto al empuje que se tenía antes del 2016, donde existía una zona en constante desarrollo que fomentaba el trabajando, ayudando a cubrir la demanda de productos y servicios materiales e inmateriales que oferta el turismo. De esta forma el aporte total del VAB turístico de Manabí en comparación con la economía total revela que el turismo aportó a la economía solo un 1,73% para el año 2018, y un 1,83 en el año 2019, resultados que están por debajo de la meta establecida para el año 2018 y 2019 (por tanto, no satisfactorios) (Zita Zambrano, 2022)

Todas estas y más contrariedades en plano del manejo y administración de una organización dedicada a la entrega de servicios para el ocio y la recreación vacacional, forman parte de los problemas que representa gestionar la actividad turística en Manabí, impactando sin duda en su desarrollo socioeconómico, siendo las causas que motivan y justifican la presente investigación, cuyos antecedentes como las secuelas del sismo del 16 (A), y otros que se tornan más críticos a la hora de efectuarla “gestión turística”, como la competitividad misma de las empresas (de todo tamaño), el constante cambio y perfeccionamiento de la calidad y oferta de los servicios turístico, la estructura afectada luego del terremoto y factores exógenos como la seguridad, ante la creciente oleada delincencial. En los siguientes apartados se da más profundidad a la problemática.

### **Manabí, con potencialidades, pero con problemas en cada Cantón.**

Manabí o “Tierra sin agua” en su significado quechua, es una provincia del Ecuador cuyo territorio extiende una gran variedad de flora y fauna misma que ha conllevado que sea ampliamente reconocida a nivel nacional por sus atractivos turísticos entre ellos playas, bosques y paisajes como cristalinos ríos y altas cascadas, pues esta parte del territorio ecuatoriano posee todos los incentivos que necesitan los diversos turistas nacionales y extranjeros. Es así como a través de los años la industria turística se ha situado en los principales cantones de esta provincia, apostando en la actualidad por la recuperación del sector después de los eventos ocurridos el 16A (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Los sectores costeros más reconocidos de Manabí son: Cojimíes, Pedernales, Camarones, Canoa, San Vicente, Bahía de Caráquez, San Clemente, San Jacinto, Crucita, Jaramijó, Tarqui, Murciélago, San Mateo, San José, Puerto Cayo, Machalilla, Los Frailes, Puerto López y Salango

### **Ilustración 1. Ubicación geográfica de Manabí y sus Cantones**



**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador

De la misma forma, Manabí posee atractivos naturales como zonas arboladas con climas secos y húmedos en las que realizan diversas actividades de recreación como paseos recreativos y la observación de aves y vida silvestre, cuyo ejemplo mas evidente es el Bosque Pacoche ubicado en la ciudad de Manta cuyo atractivo principal es el mono aullador y variedad de aves llamando la atención de nativos y extranjeros (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Uno de los cantones con mayor relevancia turística es Manta, puerto y balneario ubicado de la provincia de Manabí que recibe miles de turistas cada año en especial entre los meses de diciembre – abril (temporada alta), llegando a considerarse el primer balneario del Ecuador. Sin embargo, en época de temporada baja, (desde mayo a noviembre), donde recibe pocos visitantes, la actividad turística no puede ser considerada como la primera fuente de ingresos del cantón (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Al mismo tiempo Portoviejo desempeña un papel estratégico desde el punto de vista geopolítico ya que se ubicación geográfica lo hace poseedor de un gran patrimonio

arquitectónico y cultural con sus parroquias rurales, tradiciones culturales y gastronómicas, además de contar con espacios de gran historia milenaria. También, al ser considerada la capital de la provincia de Manabí se han incentivado varias modalidades de la actividad turística que van desde lo urbano, sol y playa e iniciativas aisladas de agroturismo. No obstante, estas riquezas innatas que hacen de Portoviejo un atractivo único no se encuentran incorporados en ningún producto turístico que se oferte con certeza en el mercado nacional o internacional, lo que invisibiliza sus potencialidades, afectando a toda la región, por ser capital política de provincia (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Aunque estos cantones representan los destinos predilectos de la actividad turística de Manabí, La poca gestión turística de las empresas públicas y privadas imposibilitan el aprovechamiento potencial de sus atractivos turísticos. La falta de participación de estos actores sociales imposibilitan el desarrollar políticas especializadas en fomentar el desarrollo de la estructura turística y a su vez incrementan el deterioro de la calidad de los servicios ofertados y en parte se debe a la estructura ilimitada, la baja información y la poca cualificación del personal (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Esta situación relacionada a la poca profesionalización de los servicios turísticos ha tenido una grave repercusión en la industria turística de Manabí especialmente en las PYMES, ya que al no saber como ofertar sus servicios adecuadamente no puede captar la demanda de clientes esperada. Lo que sugiere que existe una inadecuada implementación de la planificación estratégica y aplicación de instrumentos mercadotécnicos propios de la gestión empresarial turística, lo que desencadena a su vez una carencia de acciones en ciertos procesos administrativos básicos como la organización, dirección y control (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Otros de los factores que influye de manera negativa al desarrollo de la

industria turística en Manabí es la contaminación y la degradación de atractivos turísticos clara evidencia de esto es el cantón Manta, ya que al ser una ciudad enteramente poblada y que presenta una alta actividad industrial y comercial presenta una alta presencia de agentes contaminantes en ríos y playa, lo que da como resultado no solo la baja presencia de turistas sino también un alto riesgo para las personas que visitan los balnearios de este cantón (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Otro cantón importante en la geografía Manabita es Santa Ana, el cual cuenta con atractivos naturales como ríos, cascadas y ciénagas, que son parte de la oferta turística de la zona. En este medio existen centros turísticos de propiedad privada, los cuales se promocionan con fondos propios, mientras que los atractivos públicos y naturales no reciben un impulso adecuado por parte de las autoridades, lo que reduce las visitas de turistas al sector.

De igual manera se puede identificar el cantón San Vicente, cuya parroquia rural denominada Canoa, es un sitio visitado por turistas nacionales y extranjeros, desafortunadamente esta zona no ha tenido apoyo de forma sostenida por el gobierno municipal, provincial y mucho menos estatal, por cierto, muy productiva en áreas de agroindustria, acuacultura y pesca.

Recientemente se ha hecho conocida una zona denominada la Manga del Cura, de igual manera con encantos naturales, como ríos y una espectacular cascada natural, quizá la mejor de la provincia, elementos que ha contribuido para la notoriedad del sitio; desafortunadamente al no contar con una promoción adecuada por parte del gobierno seccional, es más conocida por un litigio que existía entre provincias que reclamaban su territorialidad; dicha disputa se encontraba entre el Guayas y Manabí, que a través de elección popular a los habitantes del sector, se

decidió que pertenecía Manabí; a partir de entonces se ha vuelto pública, pero hace <sup>24</sup> falta mayor inversión por parte del gobierno provincial para atraer al turista local, nacional e internacional.

La problemática de la gestión turística de Manabí se extiende a zonas urbanas y rurales que presentan una deficiente estructura hotelera productos de los eventos desarrollados el 16A<sup>1</sup>, además los cantones de esta provincia del Ecuador presentan un crecimiento desorganizado sin una planificación territorial enfocada en fortalecer el sector turístico dando paso a la creación de plazas hoteleras enfocadas en alojamiento particulares como casas de huéspedes que aunque representan una buena opción para los turística generan informalidad para el sector turístico (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

De manera que, es indispensable la aplicación de políticas que se enfoquen en reactivar y potenciar el sector turístico, principalmente en sectores rurales con bajos niveles de desarrollo en estructura, mismos que cuentan con todas las condiciones para explotar sus recursos turísticos, generando una mayor actividad económica y productiva para los cantones, la provincia y sus habitantes, procurando el bienestar colectivo (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Esto se debe a que existe una concentración de la estructura turística en Manta, Portoviejo y Bahía de Caráquez, producto de una mayor inversión por parte del sector privado, y por ende tienen mayores opciones para los viajeros en alojamiento y diversión. Mientras que en los demás cantones que conforman la provincia de Manabí, no hay estímulo para generar inversión, siendo pocos los negocios que ofrecen servicios de calidad a los turistas (Bailón-Cevallos y Granados-

---

<sup>1</sup> terremoto del 16 de abril del 2016 (16A), evento que literalmente destrozó las instalaciones de empresas privadas dedicadas a la actividad turística y otras, colapsando la red de servicios públicos, trayendo consigo una disminución de la calidad de los servicios turísticos a todo nivel (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Maguiño, 2022).

Un ejemplo activo para incentivar la aplicación de políticas entorno a zonas ganaderas y agrícolas como son los cantones Chone, El Carmen y Flavio Alfaro, es potenciar el atractivo de dichas localidades, a través de la promoción del ecoturismo y agroturismo, dado que su geografía natural cuenta con ríos y cascadas (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Otros de los factores determinante para la potenciación del sector turístico en la provincia de Manabí es la estructura básica<sup>2</sup> existentes entre las diferentes localidades existentes, esto debido a la baja afluencia de turista por el deterioro de las carreteras por la falta de mantenimientos hasta la última fecha del acuerdo ministerial del 2008 ejecutado por Rafael Correa y el clima de las diversas estaciones que afecta al estado de estas (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Aunque esta región ofrece una destacada y tradicional oferta gastronómica, varios establecimientos locales no cumplen con las normativas de salubridad del país. Además, las instalaciones no son las más apropiadas, especialmente en numerosas zonas rurales donde la carencia de servicios básicos como agua potable y alcantarillado constituye una responsabilidad exclusiva de la administración pública. La promoción turística actual se basa principalmente en campañas temporales, pero la ausencia de políticas gubernamentales que fomenten inversiones o mejoras en los negocios existentes ha llevado a una alta informalidad en la oferta gastronómica en toda la provincia (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022)

Entre los medios más concurridos para la incentivar el turismo están las redes

---

<sup>2</sup> instalaciones esenciales y servicios necesarios para el funcionamiento adecuado de una comunidad, como carreteras, agua potable, saneamiento, electricidad y servicios de comunicación

sociales, principalmente Facebook y medios digitales especializados en la promoción de alojamientos, donde se dan a conocer las bondades naturales que ofrece cada región; en su mayoría estos anuncios son patrocinados por empresas privadas, como operadores turísticos, restaurantes, hoteles y otros, pero no nace precisamente como iniciativa de las entidades estatales (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

En definitiva, las potencialidades turísticas de Manabí se ven acortadas por la falta de estructura básica y profesionalización de la oferta turística que tiene como consecuencia la reducción en la calidad de los servicios brindados, esto sumado a la inseguridad existente en la provincia y la falta de una adecuada promoción turística hacen que las cifras obtenidas no sean las esperadas para el sector turístico y económico de Manabí. Evidenciando así la importancia de la gestión del sector turístico ya que esta toma un rol importante en el desarrollo local y nacional, convirtiendo a organismos públicos, privados y sus líderes, como corresponsables directos de la promoción, desarrollo y sostenibilidad del sector turístico.

Prueba de esto es la creación del PLANDETUR 2020<sup>3</sup>, normativa principal para los gobiernos autónomos descentralizados enfocado en el desarrollo local, destacándose la implementación de renovaciones en la infraestructura básica y otros elementos fundamentales para la promoción de territorios.

### **Afectaciones temporales por terremoto en Ecuador – 16A.**

La provincia de Manabí ocupa el tercer lugar en el país como la más poblada, cuenta con 1'562.079 habitantes aproximadamente, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020); la economía se sostiene por varias actividades que se dan dentro de la zona, como es el comercio, la agricultura, la ganadería, la producción pesquera, la industria turística, la actividad portuaria, entre

---

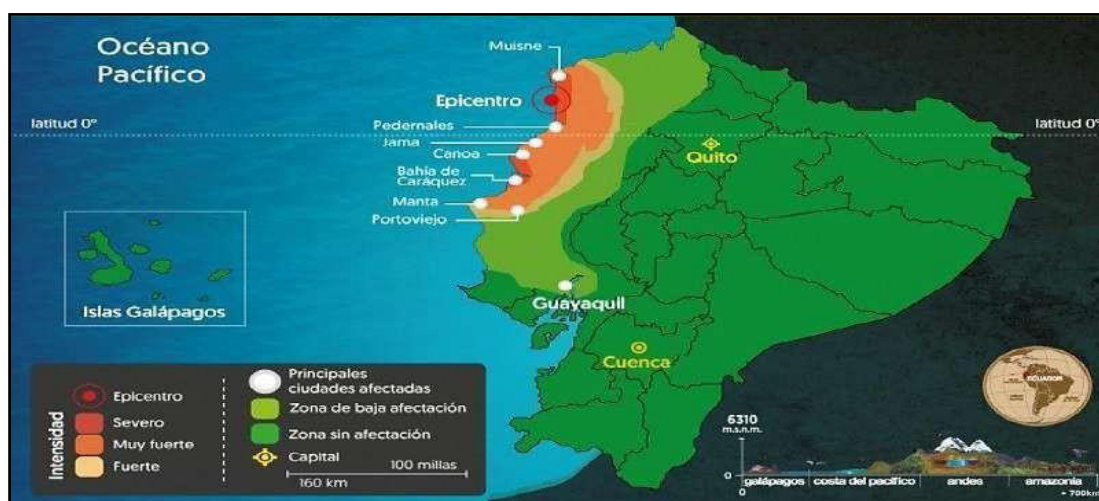
<sup>3</sup> Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador-2020



otras.

En la ilustración 2, se delimita la zona de afectación del 16 de abril del 2016, cerca de las 6:58 pm, el Ecuador sufrió afectaciones causadas por un movimiento telúrico de magnitud de 7,8 en la escala de Richter, mismo que tuvo su epicentro entre Pedernales y la provincia de Esmeraldas, siendo las localidades más afectadas: Pedernales, San Isidro, Jama, Canoa, Bahía, Portoviejo y Manta pertenecientes a la provincia de Manabí y Muisne en la provincia de Esmeraldas.

### **Ilustración 2. Zona de afectación del terremoto de Ecuador año 2016**



Fuente: SNGR-ECUADOR (2016)

Dentro del cantón Pedernales, su economía se veía sostenida por dos grandes actividades, una la que compete a la producción de camarón de piscina y la segunda al sector turístico; con el ataque de la naturaleza, las piscinas de camarón resultaron con daños en sus estructuras por lo que la inversión para que los productores se recuperen es elevada, mientras que en el sector turístico la plaza hotelera sufrió severos daños que dejaron las estructuras inutilizables; de los edificios que brindaban el servicio de hospedaje apenas quedan dos en pie, que han sido determinados como seguros para su utilización, de los demás, algunos tuvieron graves daños por lo que se procedió a su demolición y otros solo se convirtieron en escombros durante el suceso.

### **Ilustración 3. Pedernales, afectado por el terremoto**



**Fuente:** Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (2016)

La parroquia Canoa, misma que pertenece al cantón San Vicente, se trata de un poblado cuyo medio de sustento económico es principalmente la actividad ganadera, agrícola y pesca, seguido por la actividad turística. Con el evento sísmico el sector turístico fue el más afectado, ya que los hoteles de la zona fueron destruidos, así como también aquellos locales dedicados a la venta de comida y bebidas, lo que dejó numerosas pérdidas tanto materiales como humanas.

En lo que corresponde a la ciudad de Manta, conocida como primer puerto pesquero del país, dentro de la parroquia Tarqui es donde se registraron la mayoría de daños, esta zona era conocida como el corazón comercial del Cantón, en donde se situaban los comercios de ropa, alimentos y un gran número de establecimientos hoteleros, los cuales se situaban cerca de la playa, razón por la cual eran muy visitados por los turistas; el fenómeno sísmico ha provocado cuantiosas pérdidas al sector turístico ya que toda la estructura hotelera sufrió daños y aun no se recupera; entre los hoteles que se perdieron se encuentran el Vista Alegre, Vista al Mar, Miami, Pacífico INN, y otros; en la zona portuaria los daños fueron menores, pero el comercio en todas sus áreas se vio altamente afectado por el hecho acontecido.

**Ilustración 4. Afectaciones del terremoto en Manta – Tarqui.**



**Fuente:** Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (2016)

La ciudad de Portoviejo, conocida como la ciudad de los Reales Tamarindos es la capital de la provincia de Manabí, y fue la segunda en recibir más daños por el terremoto del 16 de abril del 2016; gran parte de la estructura del sector turístico se destruyeron en su mayoría hoteles, edificios bancarios, así como también edificios destinados a la administración pública; la actualmente denominada “zona-cero” en Portoviejo concentraba el casco comercial de la ciudad, y debido al movimiento telúrico muchos comerciantes perdieron todas sus inversiones en mercaderías, son pocos los comerciantes que salvaron una pequeña parte de sus inversiones en mercadería para poder reiniciar sus actividades en las nuevas localidades designadas por el GAD municipal.

**Ilustración 5. Afectaciones en infraestructura- Portoviejo.**



**Fuente:** Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos (2016)

Otra de las estructuras que se han visto afectadas son las carreteras, en especial el puente “Mejía”, estructura que mantenía conectados los cantones Rocafuerte y Portoviejo, el puente del “Ceibal” y la vía “Rocafuerte-Rio chico-El Rodeo”, en donde abrió una grieta en el centro y a lo largo de gran parte de la carretera.

### **Ilustración 6. Puente Mejía. Vía Portoviejo – Rocafuerte**



**Fuente:** Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos (2016)

### **Cifras del terremoto del 16A**

La Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, a través de informe de situación N° 71 con fecha del 19 de mayo del 2016, realizó un detalle específico sobre las afectaciones que dejó el evento sísmico; en este se detalla: 663 muertes, 9 desapariciones, 6274 heridos. Además, se describen afectaciones directas como: 280 escuelas afectadas y 1.136 edificaciones dañadas dejando en albergue a 28.775 personas. Determinando así que el costo de inversión que se requiere para la recuperación y reconstrucción de toda la estructura deteriorada por el terremoto es de aproximadamente \$ 3.500 millones de dólares, y en términos temporales el lapso estimado es de 5 a 7 años.

Otras de las situaciones con mayor relevancia fue la pérdida de exportaciones en todos sus medios que tuvo la provincia de Manabí durante 30 días después del sismo, llegando a perder \$4'000.000,00 (*CUATRO MILLONES 00/100 DÓLARES AMERICANOS*), principalmente desde la Ciudad de Manta.

### **Decrecimiento del turismo en la provincia de Manabí tras los efectos del SARS-COV-2.**

La pandemia Covid-19 en la actualidad sigue afectando economías a nivel mundial, trayendo consigo no solo muerte sino también quebrando empresas en los diferentes sectores económicos existentes. Especialmente el turismo, en Ecuador el 70 % de las empresas turísticas y sus actividades complementarias decayeron en el 2020; cerrando el año con la desaparición del 10 % de las MIPYMES turísticas dejando a aproximadamente 134.000 personas sin empleo. Con el cierre de fronteras el número de turistas extranjeros cayó a 326.961 en el 2020 (1.534.708 en el 2019) lo que se considera una caída del casi 99% de las entradas de extranjeros escenario preocupante debido a la persistencia de la situación a pesar del comienzo de las campañas de vacunación (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

En Manabí el entramado empresarial que compone al sector turismo este compuesto por un 89 % por MIPYMES, misma que forman parte del 70% de empresas con mayores afectaciones por la pandemia. De acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE), en Manabí el PIB cayó en un -7% casi en igual proporción para todos los sectores de la economía. En general, las economías a nivel mundial esperan una reactivación enfocada en la reactivación turística lo que coloca una preocupación latente de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Varias medidas se vienen contemplando por los estados para mejorar la condición del sector, como levantar gradualmente las medidas de restricción, creando corredores de viaje, reactivación de las actividades

aéreas, incorporando todas las medidas y protocolos de bioseguridad, a pesar de las <sup>32</sup> incertidumbres por las mutaciones del coronavirus. Sin duda todos estos esfuerzos, deben ser compartidos entre empresas y el gobierno, en pro de proteger la producción y el empleo.

### **Ilustración 7. Cierre de operaciones en terminales aéreas.**



Fuente: Cámara Nacional de Turismo (2020)

### **Ilustración 8. Cierre de actividades turísticas en varios sectores.**



Fuente: Dirección Municipal de Turismo de Manta (2020)

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador?

### **1.2.2. problemas específicos**

- ¿En qué medida la competitividad impacta en el Desarrollo socioeconómico Manabí, Ecuador?
- ¿En qué medida los servicios turísticos impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador?
- ¿En qué medida la estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador?
- ¿En qué medida la seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, Ecuador?

### **1.3. Justificación de la investigación**

#### **1.3.1. Justificación teórica**

Desde la perspectiva teórica, esta investigación se justifica principalmente por la temática abordada, misma que se refiere a la gestión del sector turístico en Manabí provincia de Ecuador, siendo el turismo un medio de producción sostenible, el cual se ha convertido en un motor para el desarrollo de las naciones, sus provincias, ciudades y comunidades. A través del levantamiento y constatación de información respecto al objeto de estudio, se ha podido establecer que, si bien existen investigaciones relacionadas al tema planteado, estas tienen un enfoque diferente al que se trata en el presente trabajo, dada la profundidad de esta, puesto que las que se han revisado solo son trabajos delimitados en un solo cantón, con problemas de orden local.

Complementariamente se le ha dado la profundidad teórica/científica a la investigación, analizando textos especializados relacionados a la gestión turística, el desarrollo socioeconómico, desarrollo local, políticas públicas, administración de empresas turísticas, promoción, calidad de servicios, seguridad pública, entre otras dimensiones que son parte del objeto de estudio y su contexto.

Finalmente, este trabajo se justifica debido al aporte que se dará a las 34  
empresas públicas y privadas en el campo de la gestión turística, con una memoria a  
académica- científica que contribuirá al enriquecimiento del acervo de quienes  
administren en el presente y futuro a las organizaciones turísticas del Ecuador, sus  
regiones y seguramente del mundo, sobre todo cuando existen casos particulares  
como el de Manabí, con todo lo que ha implicado atravesar por una serie de eventos o  
fenómenos de carácter natural y antrópico, como fue el terremoto del 2016 y la  
pandemia del Covid-2019, cuyas consecuencias han afectado directamente a las  
organizaciones gestoras del turismo, evidenciándose problemas internos y externos,  
como la competitividad, calidad de servicios, desmejoramiento de las estructuras  
físicas, principalmente de hoteles, así como el incremento de la delincuencia como  
factor exógeno, que demanda una mejora de la seguridad para los ciudadanos y  
turistas.

### **1.3.2. Justificación práctica**

Desde el punto de vista práctico, este estudio se justifica debido al aporte que  
se efectuara para el mejoramiento de la gestión de las actividades desarrolladas en el  
sector turístico de Manabí provincia de Ecuador; en este sentido será de gran utilidad  
para los empresarios del sector, principalmente para pequeños, medianos e incluso  
microempresarios, cuyas actividades se encuentran relacionadas con el turismo, pero  
que lamentablemente carecen de una acertada planeación estratégica, (como parte  
de la gestión turística), misma que direcciona de forma efectiva a cada organización;  
de igual manera se lograra entregar un documento guía para que las instituciones  
estatales de la provincia y sus autoridades, tomen decisiones adecuadas a favor de  
sector, el cual genera fuentes de empleo directo e indirecto, como tributos para el  
estado y sus entidades.

Así mismo, la investigación hará posible la comprensión del problema general  
planteado, como de los específicos, alimentando el interés académico por el



conocimiento que tiene inserto, a través de información fidedigna, dada la calidad de las fuentes; la contribución de este trabajo, permitirá implementar herramientas para la gestión turística, cuyos resultados aporten al desarrollo social y económico de la provincia, sus cantones, parroquias y comunidades, pese a los serios reveses de la naturaleza (terremoto) y epidemias globales.

### **Objetivos de la investigación.**

#### **1.3.3. Objetivo General**

Determinar de qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

#### **1.3.4. Objetivos Específicos**

- Describir en qué medida la competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.
- Determinar en qué medida los servicios turísticos impactan en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador

- Demostrar en qué medida la estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.
- Probar en qué medida la seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

#### **1.4. Hipótesis**

##### **1.4.1. Hipótesis general**

La gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

##### **1.4.2. Hipótesis específicas**

- La competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, Ecuador.

- Los servicios turísticos impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

- La estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, Ecuador.

- La seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, Ecuador.

## **CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO**

### **2.1. Marco filosófico o epistémico de la investigación**

Se debe tener presente que, "epistemología" significa hablar sobre la ciencia y cómo obtenemos conocimiento. Puede referirse a una teoría general del conocimiento o centrarse en cómo conocemos algo en un área específica. En Francia, usan "epistemología" para hablar sobre la teoría del conocimiento científico, mientras que en Occidente prefieren decir "filosofía de las ciencias". En cambio, cuando los anglosajones dicen "epistemología", los franceses utilizan "teoría del conocimiento" o "gnoseología".

“epistemología” significa disertación “logos” referente a la ciencia “episteme”.”.

El pensamiento epistemológico, nace por medio de la administración de hoteles en países Alpinos como Austria y Suiza durante el siglo XIX y los primeros decenios del siglo XX. Estos establecimientos dedicados a la hotelería son un elemento base para el acondicionamiento de un destino turístico, considerándose el corazón de las actividades desarrolladas en este sector. A partir de ese momento, la práctica de los industriales del turismo se fusionó con el enfoque académico de maestros y estudiosos de las regiones montañosas, ganando presencia en países como Italia y Alemania. Fue en el régimen de Mussolini durante la década de 1930.

Así el turismo se consolida como objeto de estudio en las ciencias sociales, especialmente en las económicas, con aportes de la psicología y sociología. Con el tiempo, se han sumado disciplinas como geografía, mercadotecnia, antropología e historia, proporcionando un entendimiento completo del turismo respaldado por un enfoque académico multidisciplinario. Este fenómeno ha sido objeto constante de investigación en centros educativos, profundizando en su análisis debido a que se

trata de una industria en constante crecimiento, lo cual demanda gestores cada vez más preparados. 38

Neil Leiper (2000) describe al turismo como una ciencia emergente, mientras que Tribe y Airey (2007) expresan que se está formando un cuerpo de conocimiento desafiante e insustancial en el turismo, ya que no existen métodos ni reglas para resolver los problemas teóricos de esta área. En resumen, sugieren recurrir a una disciplina externa, como la filosofía, especialmente la "epistemología", para proporcionar herramientas que fortalezcan el conocimiento disciplinado del turismo. Estos teóricos realizan un análisis conciso de las contribuciones de investigadores recientes sobre el objeto de estudio del turismo, destacando la necesidad de una introspección crítica y habilidades hermenéuticas para alcanzar un nivel científico sólido. En otras palabras, subrayan que sin pensadores críticos y reflexivos capaces de reinterpretar los entornos cambiantes, resultará difícil liberar la teoría del turismo de los paradigmas dominantes (Tibre, 1997, p.40).

Cuando se emprenden análisis epistemológicos en el ámbito del turismo, resulta inevitable reflexionar sobre la problemática que se desea investigar. Según Bunge (1980), la utilidad de la epistemología radica en su capacidad para referenciar clara y puntualmente a la ciencia, abordar problemas filosóficos inherentes a investigaciones científicas, proponer soluciones con teorías rigurosas y aplicables al entorno real. Además, destaca la importancia de discernir entre ciencia legítima y pseudociencia, así como de criticar estudios superficiales y dar seguimiento a enfoques innovadores (p.128).

La gnoseología o epistemología desempeña un papel esencial en todas las ciencias al someter a escrutinio el conocimiento específico de un tema, ofreciendo criterios y razones para validar ese conocimiento

Al analizar las publicaciones de Tribe (1997) sobre la "creación y desarrollo del conocimiento en el turismo", se evidencia que su modelo divide este campo en dos partes. En el "campo del turismo uno", según Tribe, el conocimiento no se limita a la academia, sino que se genera en diversas organizaciones turísticas, abarcando aspectos comerciales y conceptos relacionados con el turismo y sus impactos. Por otro lado, el "campo dos", según Gibson et al. (1994), citado por Tribe, se refiere al conocimiento derivado principalmente de una ciencia y se desarrolla en un contexto académico. En síntesis, el modelo de Tribe destaca que la generación de conocimiento en turismo involucra tanto a entidades comerciales como a la academia, centrándose en la producción de conocimiento en el segundo caso

### **2.1.1. Gestión del conocimiento en el turismo**

Las empresas privadas e instituciones de servicio público que puedan resolver rápidamente los problemas de su entorno obtendrán una ventaja competitiva en el mercado. Aquellas organizaciones que acepten el desafío de capacitar a su personal para maximizar su eficiencia agregan valor a su gestión empresarial.

En el contexto del estudio, las instituciones que forman parte de un destino turístico y utilizan el conocimiento para su gestión aseguran su permanencia en la industria turística. Esto implica una administración con visión consciente, aprovechando eficazmente la información generada por la "Gestión del Conocimiento" (GC), compartida como parte de la filosofía corporativa.

Conforme a Ponce, Solís, Quijije, Villafuerte, Mero y Cruz (2018), la "Gestión del Conocimiento" (GC) se describe como un proceso sistemático, integrador y coordinado que involucra actividades como la adquisición, creación, almacenamiento y comunicación del conocimiento. Este proceso tiene como objetivo mejorar la productividad individual en el trabajo y alcanzar los objetivos y metas de la

En su obra "Management Democrático", Moya (2009) conceptualiza la gestión del conocimiento como los esfuerzos de una organización para captar, organizar, difundir y compartir conocimientos entre sus miembros, con el fin de generar valor para la organización (p.31).

La "Gestión del Conocimiento" (GC) se configura como un sistema dinámico que incluye políticas, regulaciones, recursos humanos, materiales y canales de distribución. Su propósito fundamental es transferir, ampliar y fortalecer la información para enriquecer el conocimiento y mejorar la gestión empresarial de manera continua. En el ámbito turístico, abordar el desafío crucial del desarrollo de la gestión del conocimiento se vuelve imperativo para competir en la era de la globalización de la tecnología de la información y comunicación (TICS).

### **2.1.2. Epistemología y constructivismo**

El constructivismo tiene sus raíces en dos corrientes principales: la epistemología y la psicología, ambas desarrolladas por Jean Piaget y amalgamadas en su teoría psicogenética. Según Piaget, expuesto en un manuscrito teórico de 1992, la "organización" se refiere a la capacidad de una mente reflexiva para organizar el conocimiento sobre sí misma en esquemas de acción. Estos esquemas evolucionan a medida que el individuo interactúa con diversos objetos de conocimiento, dando lugar a estructuras mentales cada vez más complejas. En el marco evolutivo, estas estructuras determinarán las posibilidades del pensamiento.

La corriente constructivista se fundamenta en teorías clave como la del procesamiento de información, la de la organización y el modelo integrado de comunicación. Sin embargo, es esencial evitar la confusión entre información y conocimiento, ya que esta confusión podría llevar a una sociedad centrada en la

información fugaz y transitoria.

En cuanto a la relación entre información y conocimiento, Sánchez (1978) destaca que "lo distintivo y verdaderamente genuino del desarrollo, aquello que constituye su fuerza moral más destacada, es la capacidad del ser humano para construirlo, ya que en gran medida es resultado de la aplicación del conocimiento a la solución de problemas" (p.27).

Por aquello Drucker (1996), destaca que la persona educada del futuro debe estar lista para vivir en una sociedad del conocimiento, donde la informática desempeñará un papel fundamental. Por ende, los individuos deben poseer la aptitud necesaria para ser ciudadanos globales (p.47)

### **2.1.3. Constructivismo y turismo**

En el ámbito de la gestión turística, la capacitación emerge como un componente esencial para moldear al personal, dado su papel crucial en la atención a los viajeros. Desconsiderar esta faceta sería un error oneroso tanto para empresas turísticas como para proyectos de este sector. Incluso cuando un destino alberga recursos naturales, culturales e históricos excepcionales, la falta de un equipo capacitado para recibir a los visitantes podría comprometer el desarrollo social y económico de la región.

El constructivismo aporta de manera valiosa a los procesos de enseñanza-aprendizaje, delineando el modelo de individuos que una organización busca. Este enfoque considera aspectos cognitivos, sociales, expresivos y afectivos del comportamiento humano. Este modelo se construye día a día mediante la interacción entre el entorno y las prácticas internas. Según el constructivismo, cada ser humano va forjando su propio conocimiento, basándose en experiencias previas e

#### **2.1.4 Trazo epistemológico adoptado**

Esta investigación se enmarca en el constructivismo como su filosofía y base epistémica. El nuevo enfoque educativo de la presente década destaca que la formación de individuos no se limita a un momento específico ni a un lugar concreto, sino que requiere un aprendizaje continuo. Esta perspectiva se respalda en los principios teóricos de autores como Piaget y Vygotsky, quienes enfatizan que la educación impulsa el desarrollo tanto individual como colectivo. Dado que las organizaciones son gestionadas por personas, sus resultados están directamente vinculados con la calidad y nivel de conocimiento que posean. La gestión del conocimiento, al tener una estrecha relación con el constructivismo, proporciona el fundamento filosófico para la gestión turística, el enfoque central de este estudio.

#### **2.1.5. Gestión**

La gestión se trata de una técnica aplicada en varios ámbitos de la sociedad, se encuentra ampliamente relacionada con la administración, ya que, mediante la gestión se organiza y dirigen las actividades para lograr un fin o una meta establecida a través del trabajo en conjunto de los individuos involucrados.

De acuerdo con Anaya (2011), se determina que “en el progreso pragmático y conceptual de la gestión, se han visto involucrados varios personajes, que convirtieron a esta en una disciplina esencial, ya que ninguna empresa puede producir, comercializar o vender sin un orden establecido”. (p. 71).

De esta manera se establece que la gestión tiene una historia que abarca siglos enteros, en los que se evidenciaban que existían individuos cuyas actividades estaban direccionadas por un guía, es decir solo realizaban las acciones ordenadas por éste; a manera ejemplo se puede citar grandes proyectos históricos basados en



la gestión de la organización como Egipto y sus pirámides y China con su gran muralla.

La gestión tiene soporte teórico en una gran cantidad de autores, con distintos enfoques, como los que se detallan a continuación:

#### **2.1.6. División del trabajo**

Anaya (2011) describe que uno de los teóricos que más han contribuido con la gestión desde un punto de vista administrativo es Smith (1776) quien explica que “la división del trabajo o la repartición de tareas, es relevante ya que permite que cada persona se especialice en una tarea en específico y no perdiera tiempo realizando otras no asignadas” (p. 83). Por ende, dedicándose a una actividad específica, desarrollaban habilidades y destrezas, un concepto que en la actualidad se lo conoce como la “especialización laboral en una determina área de trabajo”

Un hecho determinante para la visión de la gestión es la revolución industrial, debido al cambio de enfoque del bienestar social al enfoque tecnológico a partir de la integración modos de producción industriales que requerían la especialización del uso de máquinas, de esta manera las plazas que requerían mano de obra fueron cayendo hasta ser reemplazados por la tecnología.

#### **2.1.7. Período de la diversidad**

Anaya (2011) comparte que durante este lapso de tiempo a principio del siglo en cuestión, los escritores e investigadores tenían preocupación por dos conceptos en particular, “unos por el lado de cómo obtener mayor eficiencia de la mano de obra en áreas donde desarrollaran sus actividades, y otros enfocándose en cómo hacer más sólida y eficiente la organización”, (p.85). Esto se lo hacía con el fin de evitar la incertidumbre, además de tener en orden todo, para ser más exitosos en el cumplimiento de los objetivos

Además de lo anteriormente descrito por Anaya (2011), referencia al enfoque conductual, al proceso que estudia la conducta o lineamientos para lograr eficiencia y la satisfacción del personal, para que en consecuencia se formara una mayor efectividad en el cumplimiento de metas en común, acorde con una buena organización.

Con los antecedentes expuestos se puede determinar la importancia de la gestión dentro del convivir social para la realización de tareas, principalmente en lo que concierne a las actividades empresariales con manejo de grandes grupos, donde se requiere de una guía y una organización para obtener resultados de calidad con procedimientos eficientes.

### **2.1.9. Turismo**

Los inicios del turismo se remontan a la antigua Grecia, donde multitudes se desplazaban periódicamente para participar en los Juegos Olímpicos. En el ámbito comercial, el turismo como actividad se gesta con la iniciativa de Thomas Cook, un británico que en 1841 organizó el que se considera el primer viaje turístico de la historia. Una década más tarde, fundó la primera agencia de viajes bajo el nombre de "Thomas Cook and Son".

Las teorías compensatorias dan origen a las corrientes de pensamiento relacionadas al turismo, pues sus bases conceptuales explican que la sociedad se estimula por medio de pequeños méritos, en los que el descanso se plantea como una compensación al esfuerzo y sanciones de la vida productiva de los seres humanos.

Panosso (2014) determina que “la relación existente entre la filosofía y el turismo se da en las bases de las teorías compensatorias” (p.45). desarrollando a lo largo de la historia dos principales corrientes filosóficas con respecto al turismo, las cuales tienen criterios diferentes sobre el ocio y la actividad turística; que son la teoría humanista y teoría de alineación. Por su parte la teoría humanista indica que estos tiempos dedicados al turismo y al ocio son manifestaciones naturales de la esencia humana ayudando a sensibilizarnos desde la libertad y creatividad (p.77). Mientras que teorías de la alineación, se enfocan en las corrientes Marxistas (p.123), apostando por un “turismo de masas”, destruyendo la comunidad receptora, sus costumbres, su medio ambiente y favoreciendo a los vicios y malas costumbres, logrando un decrecimiento en vez de progreso (p. 124).

Para poder lograr una definición conceptual general en torno al turismo, indiferente a los puntos de vistas de estas teorías es necesario identificar sus características esenciales y distinguirlo de otras actividades que, aunque muy relacionadas, definitivamente constituyen o forman parte de otras necesidades de la sociedad para el logro de su pleno desarrollo.

Durante varios años se ha tratado de crear esta base que sustente al turismo conceptualmente, inicio por aseveraciones parciales de las actividades de este sector como el término “tour” en 1670, definiéndose como “viaje circular de vuelta al punto de partida”, mientras que durante el mismo periodo autores hebreos atribuyen a este término como “viaje de reconocimiento o de exploración” debido al contenido bíblico relacionado con el viaje de representantes de Moisés a Canaán.

Panosso (2014) explica que, aunque estas aseveraciones han enriquecido el aporte para la conceptualización del turismo es evidente que no explican con precisión el concepto. Es así como en 1942 “Hunziker y Krapf” logran satisfacer la

opinión generalizada explicando que: “turismo es el conjunto de las relaciones y 46  
fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de  
su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos no estén motivados por  
una actividad lucrativa principal, permanente o temporal” (p.132). Definición que  
luego adoptaría la “Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo” .

En conclusión, el turismo es importante para las sociedades ya que permite el desplazamiento de individuos o grupos de individuos para reconocimiento de las culturas existentes en determinados lugares, permitiendo de esta manera enriquecer los conocimientos, así como también permite un lapso de tiempo fuera de las rutinas diarias, consiguiendo de esta manera un estado de relax; realizando un análisis de estos conceptos en la actualidad, se suma de forma relevante, el hecho de la circulación de capitales en la localidad receptora del turismo, aumentando las posibilidades de desarrollo social y económico de la misma.

#### **2.1.10. Teorías del desarrollo social y económico**

Existen cuatro principales explicaciones teóricas que descifran los pasos que han enfrentado los países para conseguir el desarrollo social y económico estas son: teoría de la modernización, teoría de la dependencia, teoría de los sistemas mundiales, y, teoría de la globalización. Estas teorías permiten desde una amplia perspectiva aclarar la lucha por la hegemonía de los países a nivel mundial, recomendando planes para el desarrollo de políticas enfocadas en el desarrollo económico y social.

Este concepto relacionado con el desarrollo económico y social comparte diversas aristas desde el punto de vista económico es producto de la satisfacción de las necesidades básicas en una población, desde el punto de vista político

significa que el gobierno tiene la validez jurídica suficiente para generar beneficios sociales, mientras que el punto de vista social se enfoca en que la población tiene acceso a una justa distribución de la riqueza, empleo y servicios básicos

### **2.1.11. Teoría de la modernización**

La base teórica construida por Zermeño (2014) indica que: “la modernización es un proceso homogeneizador que genera una tendencia hacia la convergencia entresociedades” (p. 74). Se desarrolla en un contexto donde países de Europa Occidental y Estados Unidos mostraban “prosperidad económica y estabilidad política imitable” (p.83). Mostrándose, así como un proceso irreversible dicho en palabras del mismo autor: “una vez que los países del tercer mundo entren en contacto con el occidente, no serán capaces de resistirse al impetuoso proceso de modernización” (p. 86).

Desde la perspectiva de esta teoría, los gobiernos modernizados tienen mayor competencia para manejar sus funciones gubernamentales. Zermeño (2014) también establece que “la modernización es progreso duradero, basado más en la evolución que en un salto revolucionario. Tardará generaciones e incluso siglos para que culmine, y su impactose sentirá a través del tiempo” (p.108). Todos estos aportes, derivados el teórico mencionado, se desprenden de la “teoría evolucionaria” principalmente desarrollada enEuropa y Estados Unidos.

### **2.1.12. Teoría de la dependencia**

La teoría de la dependencia formula que la economía de los países en vías de desarrollo depende de aquellos ya desarrollados, puesto que poseen un alto nivel de industrialización, gracias al capitalismo que se maneja dentro de ssu política, es decir apoyan la inversión privada. Esta dependencia surge en base a que los países subdesarrollados dentro del comercio internacional participan con la venta de sus

materias primas y no incluyen un valor agregado que les permita revalorizar sus producciones.

48

Es así que esta corriente de pensamiento establece que el desarrollo de los países de la periferia es dependiente de las relaciones económicas, comerciales y financieras con los países del centro, por lo cual plantean como solución, romper esa relación desigual, a través de un modelo de industrialización que impulse el desarrollo de las naciones dependientes, sobre la base de la protección de sus mercados internos.

De acuerdo con Seers (2010) para crear estas condiciones de desarrollo se deben cumplir con lo siguiente:

- Controlar y centrarse en la generación de políticas fiscales que ayuden a mantener estable la tasa de cambio.
- Mantener un estado presente en las decisiones en caminadas en el desarrollo nacional.
- Mantener el flujo de capital nacional en base a plataformas de inversiones y permitiendo la entrada de capitales externos cumpliendo con las metas de desarrollo de cada país.
- Promover la industria nacional y proteger la industria nacional, generando mayor demanda interna incrementando el valor adquisitivo de los ciudadanos.
- Mantener un plan de seguridad social que genere las condiciones de competitividad entre sectores. Del mismo modo, estos sectores deben ajustarse al modelo que mas les favorezca en términos internacionales.

### **2.1.13. Teoría de los sistemas mundiales**

Esta teoría explica la importancia de las corrientes capitalistas y cómo influyen en

el desarrollo de las naciones en aspectos sociales y económicos; dado el caso de las grandes naciones socialistas que en los actuales momentos se han convertido en grandes potencias tecnológicas y económicas gracias a la inclusión del capitalismo en sus políticas gubernamentales, generando empleo y mayor circulación de moneda dentro de sus sistemas financieros.

Actualmente se pueden considerar los siguientes aspectos:

En el panorama de Asia oriental, naciones como Japón, Taiwán, Corea del Sur, Hong Kong y Singapur continuaron experimentando un notorio crecimiento económico, desafiando la fácil caracterización de este fenómeno como un "imperialismo manufacturero" (Fossaert, 2014, pág. 58).

Fossaert (2014) señala una crisis generalizada en los estados socialistas, que abarcó desde la división chino-soviética hasta el fracaso de la Revolución Cultural y el estancamiento económico en dichos estados. El inicio de la apertura gradual de estos estados a las inversiones capitalistas marcó el declive del marxismo revolucionario (p. 61).

Von Sprecher (2010) destaca una crisis en el capitalismo estadounidense, que engloba desde la Guerra de Vietnam hasta el abandono del patrón oro/dólar y la crisis de Watergate, junto con los aumentos en los precios del petróleo en 1973 y 1979. Además, subraya la combinación de estancamiento e inflación a finales de la década de 1970, el surgimiento del proteccionismo, el déficit fiscal sin precedentes y una brecha comercial en la década de 1980. Estos eventos fueron señales claras del debilitamiento del predominio estadounidense en la economía capitalista global (p. 73-75)

#### **2.1.14. Teoría de la globalización**

La teoría de la globalización, tal como lo señalan Keohane & Thompson, reconoce el creciente protagonismo de los sistemas de comunicación global. Este proceso facilita la interacción entre países, no solo a nivel gubernamental, sino también entre la población

(p.84). Aunque los sistemas de comunicación primarios operan principalmente en países desarrollados, su alcance se extiende a los menos desarrollados, brindando nuevas oportunidades para que grupos marginados se comuniquen e interactúen a nivel global mediante tecnologías innovadoras (p.92). Este cambio estructural, como sostiene Keohane & Thompson, implica transformaciones significativas en los patrones económicos, sociales y culturales de los países, facilitando el acceso a avances tecnológicos para las pequeñas empresas locales en el ámbito económico (p.86). Este cambio crea un entorno propicio para realizar transacciones económicas, utilizar recursos productivos, intercambiar productos y aprovechar los mecanismos monetarios virtuales. Desde una perspectiva cultural, los nuevos productos de comunicación unifican patrones de intercambio a nivel global (p.88). En conjunto, estos aspectos evidencian el complejo impacto de la globalización en diversos ámbitos de la sociedad y la economía mundial.

## **2.2. Antecedentes de Investigación**

Durante la última década la Organización Mundial del Turismo, ha colocado como tema de conversación el impacto económico que genera el turismo en las diferentes naciones a nivel mundial. Incentivando a cuantificar en la escala y magnitud al sector turístico en relación con otros y de esta forma plantear planes eficientes en cuanto a la competitividad de las empresas turísticas y el aprovechamiento de los potenciales naturales de las zonas en los que se ofertan estos servicios permitiendo la transferencia de conocimientos, la generación de inversiones y la generación de empleos (Rodríguez,2017).

Por ello, el turismo es parte fundamental de la programación gubernamental de diversos países en específico para el desarrollo de políticas sustentables relacionadas con la promoción del entramado empresarial turístico y de esa forma dinamizar los otros sectores de la economía de esta forma se busca un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad



(Cayotopa, 2018).

La consolidación efectiva de la actividad turística requiere un esfuerzo conjunto del sector público y privado. La planificación, gestión y comercialización son clave, y la falta de datos cuantitativos específicos en Ecuador resalta la necesidad de identificar a los actores involucrados. Además, destaca la importancia de la planificación adecuada y la gobernanza en destinos turísticos. Se aboga por la implementación y revisión continua de modelos de gestión para facilitar el desarrollo de destinos que utilicen el turismo de reuniones como estrategia (Rodríguez, 2017).

Según (Bayas, 2019) la gestión del entramado empresarial de las microempresas dedicadas al turismo en Manabí durante el 2017 mantiene las siguientes características:

- El 75% de estas microempresas turísticas son de tipo familiar
- El 70 % de los empresarios de estas microempresas dedicadas a brindar servicios turísticos cuentan con planes financieros a mediano y corto plazo
- Solo el 25% de los empresarios manejan normas laborales internas
- Al ser primeras alternativas para generar ingresos tienen un fuerte impacto en el desarrollo rural sostenible de las zonas con mayor afluencia turística
- El 32% de estos empresarios tienen conocimiento básico acerca de la gestión de empresas turísticas con lo que puede llevar a cabo una administración adecuada
- Aunque el 76% de las empresas mantienen un alto control en la calidad de los servicios brindados, esta es relativamente baja debido a la poca demanda y exigencia de la calidad de los servicios en comparación con la oferta de servicios turísticos a nivel internacional
- por lo tanto la calidad seguirá siendo un criterio no aplicado en su totalidad; por lo tanto se valida la hipótesis de que el control de calidad impacta en el desarrollo rural sostenible. (Bayas, 2019)

(Ortiz Pabón y Peralta Mendoza, 2019) destaca que la interrelación de la actividad

turística con los ecosistemas se intensifica o disminuye dependiendo de la temporalidad y el flujo de turistas, con repercusiones ambientales mayores o menores según el número de personas. Los impactos negativos identificados están ligados al desaprovechamiento de las fortalezas internas y externas de la comunidad por parte de los gestores del turismo, evidenciando la falta de trabajo articulado entre ellos.

(Ortiz Pabón y Peralta Mendoza, 2019) En su investigación a fin de evaluar los impactos ambientales generados por el turismo destinado a playa y sol, diagnostico que existen significativos daños ambientales en los diferentes ecosistemas en especial los relacionados con el deterioro y daño de suelos y hábitats, pérdida de bosque seco y cobertura de vegetación rastrera debido al desplazamiento de personas, expansión de complejos urbanísticos y construcción de facilidades turísticas en zonas de anidación de tortugas marinas en el perfil costero.

Si bien es cierto, las comunas se han visto beneficiadas con la mejora de condiciones de vida, permitiendo el acceso de servicios básicos de la población. Sin embargo la interrelación entre los factores contaminantes y las actividades turísticas demuestran el poco equilibrio entre ambas variables.

Como recomendaciones, se propone implementar estrategias de gestión y planificación turística a diferentes niveles de gobierno, ejecutar políticas públicas y comunales para el manejo equilibrado de los recursos naturales, incentivar a los prestadores de servicios turísticos a adoptar políticas de consumo responsable y adecuado manejo de desechos sólidos, establecer políticas públicas de gestión y planificación territorial, atribuir responsabilidades al gobierno cantonal sobre los procesos de gestión para el desarrollo turístico en la comuna, y aplicar estrategias de marketing diferenciado y educación a los visitantes sobre los efectos de sus hábitos en los ecosistemas.

(Reyes y Parrales, 2019) Mencionan como la aplicación de modelos alternativos como el ecoturismo fortalecen el aprovechamiento de la riqueza natural, cultural y patrimonial de las diversas comunidades existentes en el Ecuador puede generando un flujo de inversiones tanto de la empresa privada como la pública. Ya que al mantener gran parte de la actividad turística las comunas pueden verse beneficiadas por el manteniendo y acceso a diferentes servicios básicos, siendo para el 2019 una estrategia usada por las comunas más pobres o las más alejadas de las grandes ciudades que no cuentan con servicios o con vías de acceso, pero gozan de una característica única como: patrimonio cultural, flora y fauna diversa, una gastronomía única, un espacio geográfico único, que a lo largo del tiempo se desgasta o se ha ido consumiendo hasta llegar al punto de perderlo (Reyes y Parrales, 2019).

Además, con el ambiente propicio para la creación de nuevas empresas turísticas y generación de empleo directo e indirecto. Se abren nuevas oportunidades con impactos sociales positivos brindando a la población oportunidades de ocupación y acceso a programas de formación en áreas como guías turísticos, primeros auxilios, cocina e inglés. (Vega, 2017).

Sin embargo, una de las limitantes observadas durante la aplicación de entrevista encuestas a las comunas cercanas de la zona de Guaranda dieron como resultados que una fuerte amenaza de la implementación de estos modelos debido a la alta migración causa de la mala política redistributiva del Ecuador y las pocas oportunidades de empleo en estas zonas rurales. Además, el aumento de la violencia e inseguridad que disminuyen las visitas a las comunidades estudiadas (Reyes y Parrales, 2019).

Para mejorar el escenario actual del turismo en Ecuador es necesario una acción participativa e integradas de los actores gubernamentales en todos sus niveles de poder, pues como lo demuestra (Cayotopa, 2018) un desconocimiento de la planificación

turísticas expedidas por el gobierno afecta al progreso adecuado de la gestión turística hasta en un 56%

La aplicación de modelos de turismo de sustentable en diferentes ámbitos es factible, pues con el ambiente propicio y la comunicación entre actores locales se maximizan las utilidades de estas empresas con un impacto ambiental relativamente bajo. Un claro ejemplo de esto según (Gonzales, 2020) es la implementación del turismo de naturales en las comunidades rurales de Tarapoto donde el 92.83% de los operados ofertan esta alternativa económica sustentable, pues el 72.6% resultados positivos donde se evidencian el trabajo entre el sector público y privado, manteniendo un impacto ambiental relativamente bueno (5.03% de las zonas están en buen, estado regular 77.63%, y mal estado con 17.33% para el turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural).

En este sentido los actores gubernamentales también deben poder regular los servicios ofertados ya que la inseguridad en los servicios brindados puede afectar negativamente en el desarrollo turístico de una zona determinada. En el caso de Cali, las prioridades de actuación incluyen el control de la contaminación, la gestión adecuada de residuos sólidos y la provisión de espacios recreativos para satisfacer las necesidades de la población (Pérez, 2018).

De la misma forma, son los gobiernos quienes tiene que incentivar la asociación y colaboración entre organizaciones públicas y privadas. Como, por ejemplo, realizar convenios en los que se favorezca al sector por medio del aligeramiento de impuestos sobre operaciones de comercio y transporte beneficiando así la competitividad del sector turístico y de esta manera mejorar la calidad de los servicios ofrecidos (Gonzales, Palomino, & Gárate, 2021)

Este enfoque refleja la tendencia actual de diversificar la oferta para satisfacer las demandas de un turista que busca experiencias enriquecedoras. Se observa una correlación lógica entre diferentes tipos de turismo, como el cultural y el comercial, el deportivo y el de masas, así como el científico y el idiomático. La consideración hacia la información turística en los portales no depende tanto de la afiliación política como de factores demográficos y económicos. Destaca que aproximadamente uno de cada cinco municipios ha invertido en un portal temático exclusivo para el turismo, y se espera que esta práctica se expanda en el futuro, ya que los responsables locales reconocen la recuperación a corto o medio plazo de esta inversión. (Piñeiro, Serra, & Mangana, 2017).

Sin embargo, la realidad actual reveló deficiencias en la utilización de planes de acción, asignación de recursos y articulación interinstitucional. Se sugiere la formulación e implementación de proyectos para mejorar la gestión turística y promover el desarrollo sostenible en la microcuenca del río Chimborazo (Aucancela & Velasco, 2021).

Mientras que el diagnóstico de la parroquia La Magdalena destaca los recursos y actividades que constituyen productos turísticos, generando oportunidades económicas y sociales para los habitantes. La capacitación local impulsa el desarrollo turístico rural comunitario, reduciendo la migración a través de un cambio de mentalidad, revitalización cultural y mejora de servicios turísticos. El empoderamiento de mujeres y jóvenes en las comunidades ha liderado roles que fomentan el turismo rural comunitario, disminuyendo las expectativas de migración. La gestión del turismo busca impactos comprensibles y confiables, involucrando a las comunidades en la toma de decisiones, desarrollando capacidades, mejorando servicios, conservando la cultura y beneficiando la calidad de vida. En cuanto al Área Nacional de Recreación Parque Lago, se concluye que la principal razón de la baja visitación es la falta de empleo, afectando los ingresos y la posibilidad de recreación. Aunque cuenta con servicios adecuados, la falta de publicidad y su ubicación apartada de Guayaquil desmotivan a los turistas. Se sugiere mejorar la

promoción y servicios para maximizar su potencial turístico (Quintana, Hernández, & Rojas, 2016; Sarmiento, Villegas, Delgado, & Valero, 2019). 56

En conclusión, el turismo desempeña un papel crucial en el desarrollo sostenible de la comunidad. Para aprovechar su potencial, es fundamental capacitar al personal, implementar planes de apoyo al desarrollo económico y asegurar que la política pública involucre a todos los actores relevantes de manera coordinada. Por ende, la mejora de la competitividad de las diferentes empresas turísticas depende de la implementación de leyes que regulen el manejo ambiental y atraigan inversionistas mejorando la seguridad percibida y promover el transporte aéreo a precios competitivos.

## **2.3. Bases Teóricas**

### **2.3.1. Gestión empresarial (GE)**

La “gestion” es conceptualizada por numerosos autores como el enfoque que busca lograr resultados óptimos a través de la coordinación de individuos, recursos y sistemas que constituyen una entidad organizativa. Este proceso tiene como objetivo fundamental la consecución de metas prácticas, ya sea en contextos sociales, comerciales, entre otros.

Chiavenato (2006) explica en su teoría que la gestión se origina en la palabra latina "gestio". Este término se refiere a la acción y los resultados de administrar o manejar algo. En este contexto, gestionar implica realizar las acciones necesarias para llevar a cabo una operación comercial o satisfacer un deseo específico. Administrar, por otro lado, incluye conceptos como gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una cosa o situación determinada (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Por ende, la conceptualización de “gestión” se expande hasta la serie de procedimientos realizados para llevar a cabo un proyecto y administrar la dirección de un negocio. Siendo el liderazgo un aspecto crucial para ser llevada a cabo, es decir, tener la habilidad de dirigir a la organización hacia el logro de los objetivos estratégicos planteados, a través de la planificación y orientación del talento humano que la integran (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Otros de los factores determinantes para la ejecución de una correcta administración es el mantener informados a los cambios constante del mercado en el que se desarrolla el proyecto. Pues la “GE” contable se desprende de las “ciencias administrativas” enfocándose en organizar, coordinar y controlar parte de las finanzas siendo considerada como un arte en el mundo de la economía y la administración de empresas (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Pues como lo expresa Martínez (2013), "La gestión empresarial se trata de tomar decisiones y seguir estrategias para asegurarse de que la empresa sea exitosa financieramente. Esto incluye cuidar de las finanzas, la producción y la logística. Ser bueno en la gestión empresarial es una habilidad clave para los empresarios, ya que implica tener diversas habilidades para manejar diferentes aspectos de un negocio en una economía de mercado" (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Desde la visión administrativa la gestión es la coordinación de actividades mediante la dirección y el liderazgo que realizan un persona o grupo de personas para lograr calidad en los resultados obtenidos. Mientras que para el punto de vista empírico lo esencial de la GE es la relación de actividades enfocadas a las metas propuestas, realizando correcciones para lograr eficiencia en los resultados.

Un buen complemento para la realización de la GE son las buenas prácticas

empresariales es importante implantar de manera correcta la gestión, con la finalidad <sup>58</sup> de que se desarrollen de manera óptima los procesos técnicos que corresponden a las actividades comerciales para las cuales fue creada dicha empresa, a través del establecimiento claro y conciso de los planes a ejecutarse (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Mientras que para Pérez (2013) se refiere a procesos que realizan directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos enfocadas a mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Pues los cambios que suceden constantemente parte de la globalización han provocado que las empresas necesiten emplear una gestión que se adapte a los cambios y a las nuevas circunstancias venideras (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Esta premisa implica que la o las personas que utilicen la gestión deben tener capacidades técnicas profesionales que les permita dirigir a las personas, como son:

- Habilidades netas del Liderazgo como supervisar, controlar, correr riesgos, adaptarse al cambio, manejar conflictos, capacidad de análisis y de solución de problemas.
- Cualidades asertivas como: iniciativa, imparcialidad, firmeza, paciencia, honestidad e inteligencia
- Cualidades de una persona proactiva como tener entusiasmo, aportar con propuestas nuevas, deseos de superación, identificar oportunidades y potenciales negocios
- Capacidad para tomar decisiones, manejar técnicas de marketing y ser sociable (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Hope (2012) indica que, en el punto de vista macro y micro existen puntos críticos de la gestión que son esenciales para consolidar la competitividad de una empresa, lo



que se muestran a continuación en la tabla 1:

**Tabla 1.** Puntos críticos según Hope

A nivel Micro	A nivel Macro
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de gestión</li> <li>• Estrategias empresariales</li> <li>• Gestión de innovación</li> <li>• Prácticas en el ciclo de producción</li> <li>• Capacidad de integración en redes de cooperación tecnológica</li> <li>• Logística empresarial</li> <li>• Interacción entre proveedores, productores y compradores. (p.36-37)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de estructura fiscal</li> <li>• Política educacional</li> <li>• Política tecnológica</li> <li>• Política de estructura industrial</li> <li>• Política ambiental</li> <li>• Política regional</li> <li>• Política exterior</li> </ul>

**Fuente:** Mauro Herbert Bailón Cevallos (2023)

Según Barreiro (2013), la clasificación de la GE se realiza por medio del enfoque utilizado de ahí se obtiene el análisis estratégico; la gestión organizacional; gestión de la tecnología de información; la gestión financiera; la gestión del talento humano; la gestión de operaciones y logística de abastecimiento y distribución; y, la gestión ambiental”.

La gestión empresarial es un concepto que acuña a varios enfoques que se aplican dependiendo al tamaño de la empresa, ya que este marcará el grado de complejidad de la gestión impuesta por el propietario. Siendo el objetivo asegurar la viabilidad de la empresa a largo plazo (Martín, 2010)

Por ejemplo, para poder tener éxito en la implementación de las GE en las microempresas se debe cumplir con:

- Mantener una relación fraternal con el cliente
- Encontrar al cliente meta
- Estar informados acerca de sus clientes
- Ayudar y orientar al cliente a conseguir el producto deseado
- Entregar siempre valor añadido

Casanueva, 2012. Explica que aunque el éxito de una GE requiera de muchos elementos claves propios de la empresa, es el propietario o gerente quien puede

lo siguiente:

- Planificación a mediano y largo plazo
- Toma de decisiones en base a datos y estadísticas
- Plan de costos rígidos y eficientes
- Estar en línea con los cambios del mercado
- Tener una visión clara sobre la empresa y generar productos diferenciados

### **2.3.1.1. Importancia de la gestión empresarial**

La importancia de la gestión empresarial radica en la capacidad de un individuo para generar recursos a partir de un bien o servicios teniendo en cuenta la dinámica del mercado en el que participa. Es decir, es le empresario quien crea plazas de trabajo a partir del aprovechamiento de oportunidades, beneficiándose la interacción entre la oferta y demanda para generar un aumento de sus recursos (Fuentes Medina, 2012, pág. 68).

Hamel por su parte expresa que esta captación del dinero de los hogares mediante la oferta de bienes y servicios crea cierto desajuste que luego al buscar un equilibrio simultaneo direccionara a la empresa a buscar niveles de rentabilidad constantes. Es de esta forma que la gestión empresarial actúa mediante la aplicación de enfoques que aseguran un aumento de la oferta sobre la demanda, atrayéndola hacia la eficiencia obteniendo una alta productividad y retorno de la inversión. Convirtiendo activos de capital en productos diferenciados que satisfagan la demanda y creen eficiencia en la asignación de recursos.

Estas afirmaciones podrían apoyarse en los criterios de la destrucción creativa de Schumpeter, 1942 ya que se describía a las GE como un eje primordial de la búsqueda de la innovación, fortaleciendo y transformando la manera en que se producen bienes o servicios marcando una diferencia estructural con el pasado. Una

clara evidencia de esto es la imprenta, la máquina de vapor o el motor a combustión

### **2.3.1.2. La organización empresarial**

La organización empresarial hace referencia a un grupo de personas, las cuales trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas; la cualidad de esta metodología de trabajo es que tiende a utilizar los factores de producción de manera mas eficiente de manera grupal. Es decir, es el trabajo en conjunto que se realiza para el desarrollo eficiente de la organización.

Los principios generales de la organización empresarial básicamente se basan en que la empresa debe generar ganancias para beneficiarse, esas ganancias deben ser comparables o mejores que otras actividades económicas, la empresa por ende tiende a competir con otras empresas que hacen cosas similares y debe poder cuidar de sí misma usando sus propios recursos en el mercado.

La representación de estas organizaciones se hace por medio de persona natural y persona jurídica:

#### **Persona natural**

Una persona natural en el contexto de la organización empresarial es un individuo que realiza actividades económicas por cuenta propia, sin la creación de una entidad legal separada. En otras palabras, es una empresa donde la responsabilidad recae directamente en la persona, quien es considerada la misma entidad que el negocio (Fernandez,2010).

#### **Persona jurídica**

Una persona jurídica en el ámbito de la organización empresarial es una entidad legalmente reconocida que puede realizar actividades comerciales. A

diferencia de una persona natural, una persona jurídica es una entidad independiente <sup>62</sup> de sus propietarios, lo que significa que tiene su propia existencia legal y puede asumir responsabilidades y derechos por separado. Ejemplos comunes de personas jurídicas son las sociedades anónimas o limitadas. (Fernández Aguado, 2010, p. 92).

Una organización empresarial exitosa es aquella que combina métodos y procesos para lograr las metas de una empresa. La organización implica la creación y mantenimiento de un sistema de operación que se estructura al definir los roles de cada miembro del equipo dentro de la empresa, así como las interacciones que existen entre ellos. Es decir, el propósito de la organización es obtener los mejores resultados a través de la colaboración y el trabajo conjunto en la empresa. Una organización sólida es esencial para lograr metas importantes. Establecer controles y procesos constantes en una organización bien pensada y analizada asegura el cumplimiento de metas a corto y largo plazo. (Calderón, 2015).

No podemos hablar de una administración eficiente si no hay un plan organizado y estructurado. A través de una buena planificación y organización, se consideran todos los factores de riesgo que podrían afectar el logro de los objetivos establecidos (2013, p.59). La organización es el paso final en la teoría y se encarga de consolidar, complementar y detallar todos los aspectos señalados durante la planificación, describiendo cómo debe funcionar la empresa (Cuatrecasas, 2013, p.81, pág.73).

La organización es tan crucial que a veces se confunde como algo separado de la administración. Algunos la ven como teórica y científica, mientras ven la administración como práctica y empírica (2013, p.81). En realidad, la organización se trata de estructurar y poner en práctica lo planificado para alcanzar metas y objetivos. Incluye la definición de funciones jerárquicas, actividades, organigramas y la planificación para el futuro. Es la parte final del aspecto estático o mecánico y detalla quién hace qué, considerando

perfiles de puestos. Cuando la organización está lista, solo queda llevar a cabo las acciones necesarias para poner en práctica lo planeado, integrando, dirigiendo y controlando, que son los pasos que forman parte de la dinámica (Cuatrecasas, 2013, p.81, pág. 93).

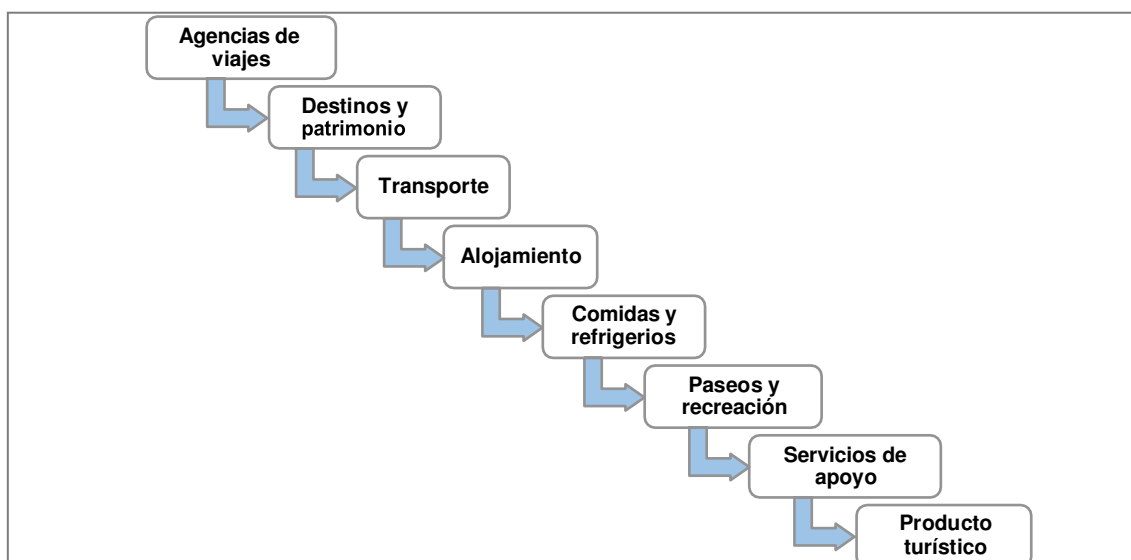
### **2.3.2. Gestión turística**

Aunque el turismo no es una actividad nueva y tiene sus raíces en el pasado, ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas dos décadas. En los últimos diez años, los empresarios turísticos se han centrado en mejorar la eficiencia de la gestión de sus empresas, considerando la complejidad inherente de la actividad, el mercado y las fluctuaciones económicas (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

En la gestión de la actividad turística, el principal objetivo es garantizar la satisfacción del cliente, atendiendo a sus necesidades de descanso y aprovechamiento del tiempo libre. Además, se presta especial atención a la preservación del medio ambiente, buscando un enfoque sostenible y responsable con el entorno (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

La ilustración 9 presenta un esquema de la cadena turística global y tradicional, según Arcarons (2010). Sin embargo, esta cadena es vulnerable, ya que los consumidores pueden armar su propio paquete turístico según sus preferencias, incluyendo itinerarios, reservas y boletos. Los elementos clave del sistema turístico incluyen la demanda, los atractivos disponibles, la estructura, la comunidad receptora, los equipamientos e instalaciones, y la superestructura (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

#### ***Ilustración 9. Esquema de cadena turística global y tradicional***



Fuente: Arcarons (2010)

En la gestión de la actividad turística, el enfoque principal es asegurar la satisfacción del cliente, atendiendo a sus necesidades de descanso y aprovechamiento del tiempo libre. Al mismo tiempo, se pone especial atención en la preservación del medio ambiente para evitar impactos negativos en el ecosistema donde se lleva a cabo la actividad turística. Esto contribuye a la promoción de un turismo sostenible y respetuoso con el entorno. Los componentes esenciales del sistema turístico abarcan la demanda, los atractivos disponibles, la estructura, la comunidad receptora, los equipamientos e instalaciones, y la superestructura (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

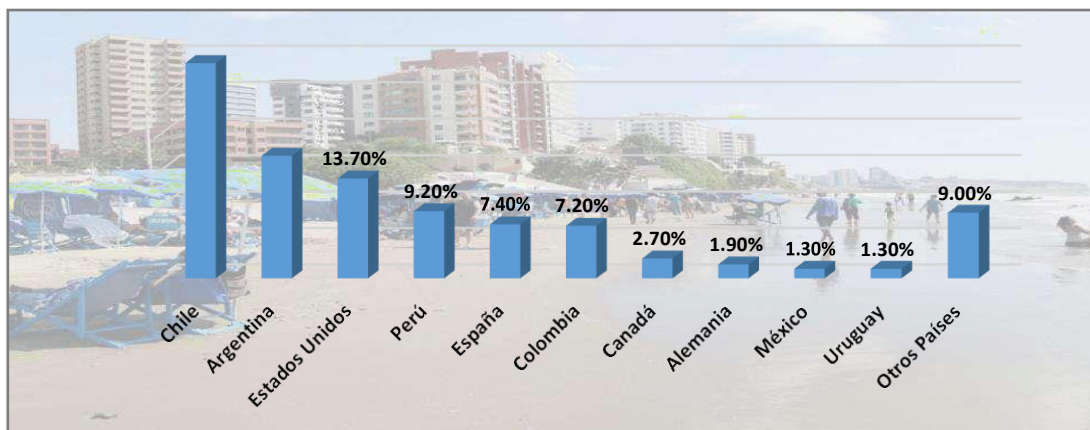
### 2.3.2.1. Caracterización de la actividad turística en Manabí

Manabí ofrece diversos destinos turísticos entre los que están ecosistemas de selva tropical y bosques deciduo, islas de diferentes tamaños, ecosistemas marinos como arrecifes y manglares, extensos valles y ríos, además presenta la mayor extensión de zona costera en playa (350 km) en el Ecuador.

El sector turístico de la provincia de Manabí se caracteriza por actividades dirigidas al ramo hotelero, servicios de transporte recreativo aéreo, terrestre y marítimo, servicios gastronómicos y demás organizaciones enfocadas en la oferta de bienes y servicios vinculados al sector turístico ya sea directa o indirectamente.

En los últimos años, Manabí se ha constituido como el segundo destino turístico en Ecuador, prueba de ello es el establecimiento de empresas dedicadas al ofrecimiento de paquetes turísticos (viajes) en sus principales destinos turísticos como: Manta, Portoviejo, Montecristi, Puerto López, Sucre y Santa Ana. De esta forma ha conseguido captar al 15,54% de turistas extranjeros, en su mayoría chilenos (29.5%), argentinos (13.7%) y estadounidenses (13.7%), siendo solamente superada por Guayas (22%) (FEPTCE, 2018).

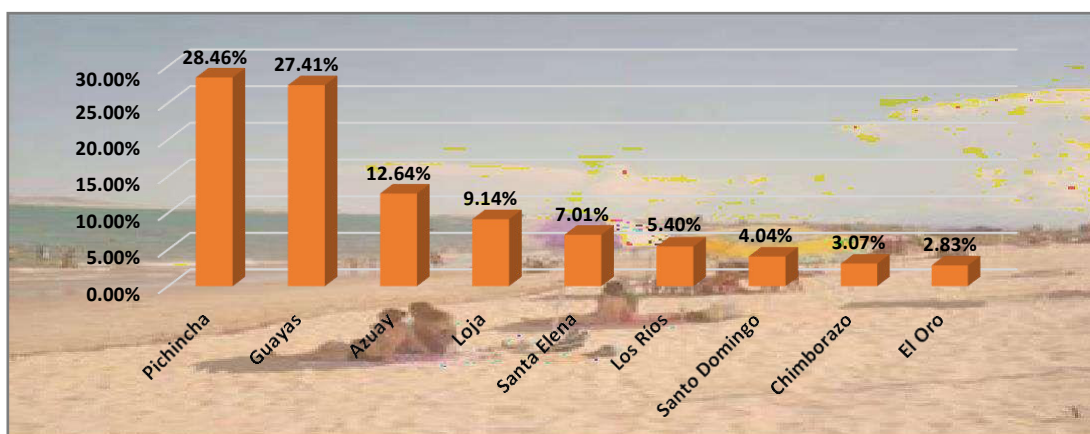
**Gráfico 1. Estadística turística receptiva internacional**



Fuente: (FEPTCE, 2018)

Mientras que la demanda turística nacional es liderada por Pichincha (28.46%), Guayas (27.41%) y Azuay (12,64%). Estas estadísticas muestran la importante contribución anual de Manabí hacia el sector turístico y de servicios, lo que también convierte a Manabí en una de las provincias medianamente competitivas (FEPTCE, 2018).

**Gráfico 2. Estadística turística receptiva nacional**



Fuente: (FEPTCE, 2018)

El Desarrollo Socioeconómico se define como un proceso que busca mejorar la calidad de vida de los individuos en un país o territorio mediante la explotación racional de los recursos, asegurando su preservación a lo largo del tiempo (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Según Sepulveda, el Desarrollo Socioeconómico es un estado social en el cual el bienestar se logra a través del eficiente funcionamiento del mercado. Esto implica reducir las brechas y desigualdades en la distribución de recursos y concentración de ingresos mediante mayor productividad y actividad comercial, buscando la sostenibilidad a largo plazo (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Con condiciones favorables de bienestar, se puede aumentar la producción y mejorar los ingresos comerciales a través de un crecimiento económico sostenido. Este proceso impulsa la generación de una mayor renta nacional, contribuyendo a mejorar la distribución del ingreso per cápita (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Buvinić conceptualiza el desarrollo económico en tres etapas: la primera, con comunidades agrícolas autoabastecidas; la segunda, con el desarrollo de actividades comerciales e intercambio; y la tercera, con la aparición de la industria manufacturera (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

Un elemento clave en el desarrollo es la evolución del mercado como un proceso de intercambio entre consumidores y oferentes. La complejidad de una industria manufacturera transforma el sistema de producción, absorbiendo pequeños talleres y dando paso a factorías con maquinaria, orientando el mercado hacia la satisfacción de necesidades más complejas de la sociedad (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).



### **2.3.3.1. Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo**

El desarrollo sostenible es un tema abordado a nivel internacional, la preocupación de los países por reducir la pobreza y construir una sociedad equitativa ha llevado a crear el “Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo” (PNUD) mismo que se ha integrado a los planes nacionales de gobierno de cada país integrante de la ONU incluyendo al Ecuador.

Este programa fue creado el 1 de enero de 1965 y a la actualidad tiene 35 años laborando en el territorio ecuatoriano, dirige programas de desarrollo en conjunto con los gobiernos seccionales y provinciales para el desarrollo de las localidades del país, a través del impulso de proyectos que involucren a las comunidades.

En lo que respecta a las áreas de trabajo del “PNUD”, éste ha desarrollado metas específicas para ayudar a los países en la elaboración de estrategias enfocadas a resolver problemas de gobernabilidad, prevención y recuperación de crisis, transformación de energía, cuidado de medio ambiente, inclusión de nuevas tecnologías y tratamiento de enfermedades terminales (incluida el SIDIA) (PNUD,2018)

#### **Gobernabilidad democrática**

En la actualidad la mayoría de los países unen esfuerzos para implantar en sus sistemas políticos la gobernabilidad dentro del contexto democrático, para lo cual el mayor desafío que se les presenta es la constitución de instituciones y procesos que logren responder a las necesidades de los ciudadanos en su totalidad sin distinción de clases sociales o nivel económico.

El PNUD trabaja para unir a las personas en todo el mundo, fomentando la colaboración y compartiendo formas de participación responsables y eficientes a nivel nacional e internacional. Ayuda a los países a mejorar sus sistemas electorales y legislativos, facilita el acceso a la justicia y fortalece los sistemas administrativos públicos para satisfacer mejor las necesidades de los servicios públicos.

68

### **Reducción de la pobreza**

Uno de los principales motivos de preocupación de los países en vías de desarrollo es la erradicación de la pobreza, para lo cual se diseñan estrategias nacionales las cuales se encuentran sustentadas en las necesidades y prioridades locales, donde el PNUD fomenta estas iniciativas, ayudando a garantizar su eficacia.

### **Prevención y recuperación de las crisis**

Los países a nivel mundial se encuentran expuestos a conflictos o desastres naturales que pueden provocar una contracción de la economía y verse intensificada la pobreza y desigualdad, tratando el PNUD de controlar y compartir metodologías innovadoras que permitan a las naciones prevenir las crisis, con metodologías que permitan alertar sobre posibles conflictos, para que sean resueltos de manera eficiente.

### **Tecnologías de la información y la comunicación**

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se han constituido en una herramienta de suma importancia para la participación en los mercados alrededor del mundo, así también para promover el compromiso político, el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos y fortalecer las vías oportunas del desarrollo.

Mediante la colaboración del “PNUD” se aplican estrategias que permitan ampliar el acceso a las TIC hacia los sectores menos favorecidos, para que sean partícipes del desarrollo; además a través de estas se puede realizar una aplicación más eficaz de su accionar como organización para el desarrollo y de esta manera disminuir la brecha digital especialmente en los países de América Latina, especialmente es este tiempo de pandemia y pos pandemia.

### **2.3.3.2. Índices de desarrollo socioeconómico**

Medir el desarrollo es cuestión del empleo de perspectiva. Pues a inicios de los 2000 los indicadores para cuantificar el desarrollo han sido modelados por la hegemonía occidental, obteniendo resultados sesgados y de esta forma impulsando al surgimiento de teorías sobre el desarrollo.

Por ejemplo, (Dipublico.org, 2023) indica que se ha desarrollado un nuevo indicador llamado IDSE (Índice de Desarrollo Socioeconómico, esta toma variables como de usuarios de redes sociales, el bienestar ambiental, la felicidad, el coste de la vida, la exportación de productos de alta tecnología, entre otros para medir el desarrollo de los territorios existentes.

Los resultados del (IDSE) para evaluar países revela resultados que desafía la teoría de la dependencia. Explicando que, el desarrollo parte en realidad de su conceptualización dando por sí diferentes aristas que generan niveles de desarrollo con una diferencia mínima (Dipublico.org, 2023).

Si bien a lo largo de los años organismo como Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) o la Organización de las Naciones Unidas (ONU) han desarrollado alternativas para medir el desarrollo de manera eficiente como: el

Producto Interior Bruto (PIB), el PIB per cápita, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) y el Índice de Densidad Económica (IDE) (Dipublico.org, 2023).

70

En el sentido de esta investigación medir la densidad económica busca saber qué lugares son más productivos económicamente. Es decir, dónde se genera más riqueza en cada país. Por lo general, las áreas más productivas suelen ser las más urbanas con grandes ciudades. Al estudiar actividades turísticas sostenibles en diferentes lugares, es importante pensar en los tipos de turismo que pueden funcionar según cada área (Dipublico.org, 2023).

### **Inversión empresarial**

Según Chávez, C. (2020) “se refiere a la contribución monetaria dedicada o enfocada a la producción de bienes o servicios o actividades que generen capital, es decir actividades en las que el valor inicial que se ha contribuido produzca unan utilidad a la persona que lo otorgó”

### **Empleabilidad**

Citando a Drucker, P. (1999), respecto a la empleabilidad, la conceptualiza como “La capacidad y disposición de una persona para obtener y mantener un empleo adecuado. Incluye las habilidades, conocimientos, competencias y características personales que hacen que un individuo sea atractivo y valioso para los empleadores en el mercado laboral. La empleabilidad no solo implica tener las habilidades técnicas necesarias, sino también ser capaz de adaptarse a cambios, aprender continuamente, trabajar en equipo y comunicarse efectivamente.” (p. 210).

### **Sostenibilidad territorial (ST)**

De acuerdo a la Organización de Naciones Unidas - ONU (1987) y el Informe Brundtland, se concibe por "ST" como aquella que "permite satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas, bajo la necesidad de hallar un equilibrio entre la esfera económica, social y ambiental del desarrollo" (p.106).

### **Bienestar social (BS)**

Según Martínez (1980), "se refiere al estado general de prosperidad, felicidad y satisfacción de una sociedad en su conjunto. Este concepto abarca diversos aspectos que contribuyen al buen vivir de las personas dentro de una comunidad".

### **Ingreso per cápita.**

El ingreso per cápita, se establece como la relación entre el Producto Interno Bruto (PIB) de un país o una localidad y el número de habitantes que en éste existan.

Desde el punto de vista macroeconómico se refiere al valor económico de todos los bienes y servicios producidos por un país en un periodo de tiempo específico (Legna Verna, 2010, p.67).

En ese sentido, un aumento del PIB implica a su vez un crecimiento en el bienestar común (entiéndese que la desigualdad en la distribución de ingresos es mínima). Sin embargo, esta aseveración tiende a darse con menos fuerza en países cuya renta nacional es alta, además del descenso de otras variables, de tal forma el análisis del bienestar por medio de esta variable es susceptible.

De la misma forma la renta per cápita mantiene restricciones al momento de ser aplicado ya que al ser resultado de una división ( $\text{PIB}/\text{N}^\circ \text{ HABITANTES}$ ) no se establece una relación real de los ingresos por persona de las distintas clases sociales de una economía pues puede que la media no gane menos de lo que constituye este indicador.

### **Teorías del crecimiento en las empresas**

Las distintas orientaciones y perspectivas sobre el crecimiento económico se forjan en torno al accionar de las empresas, contextualizadas a través de elementos como las políticas macroeconómicas; para el caso puntual de la investigación, el sector turístico promueve el crecimiento económico, a través de las fuentes de trabajo, redistribución de riqueza, incremento de los ingresos del estado, como también inflación en muchos casos; las actividades del sector turístico como industria influye en los impactos socioculturales globales, por la movilidad de individuos procedentes de diferentes lugares, intercambiando cultura, siendo parte de las fuentes y recursos que provee el turismo; sin embargo, podrían darse impactos negativos, principalmente en el campo medioambiental, de no tomarse medidas correctivas de mitigación.

Después de los duros reveses que ha tenido que soportar Ecuador (desastres naturales, pandemia universal del Covid-19), con más afectación en regiones como Manabí, la economía exhibe una leve recuperación, principalmente en la demanda de productos y servicios, exigiendo al sector turístico desarrollar estrategias de crecimiento económico.

Bajo un contexto de análisis académico y según la importancia dada a los efectos que efectúa el sector turístico sobre la economía, se recomienda prestar mayor atención a la ejecución de la oferta de los servicios turísticos hacia sus costos entendiéndose que esta crece como herramienta para el desarrollo y crecimiento económico bajo un precedente político siendo los municipios los principales entes promotores de la actividad.

### **Teorizaciones sobre el desarrollo local**

Vázquez, B. (1988) puntualiza que “El desarrollo local se refiere al proceso de mejora y progreso económico, social, cultural y ambiental dentro de una comunidad o área geográfica específica. Este enfoque se centra en fortalecer y aprovechar los recursos locales para impulsar el crecimiento sostenible y mejorar la calidad de vida de la población en esa área”

Manfred, M. (1994) critica esta posición apostando por un crecimiento desde “adentro”, indicando que la mejor fuente de desarrollo es “desarrollo a escala humana” donde se prioriza la satisfacción de las necesidades humanas fomentando la autodependencia y creando una conexión orgánica entre los seres humanos y la naturaleza. Para el desarrollo de esta idea se necesita que las personas tomen su papel social desarrollando una verdadera democracia, de esta forma expresa al conocer las necesidades (finitas) se pueden corregir las preferencias de los consumidores a través del tiempo.

Para esclarecer, la autodependencia se refiere a la libertad de las presiones económicas, financieras, tecnológicas y culturales que predominan en los países subdesarrollados, para ello se debe fomentar recursos inusuales y el desarrollo local.

En términos mas relacionados a la oferta turística se alinea con los conceptos de satisfacción dirigida hacia los tiempos libres, lo que indica mayores beneficios para la sociedad receptora. De esta forma se indica por medio de Suarez (1999), las empresas dedicadas al turismo deben perfeccionarse hasta terminar con las economías de escala, utilizándolas solamente para el apalancamiento productivo. De esta forma el sector puede ser competitivo contra sí mismo, lo que implica que el crecimiento de la unidad productiva sea de carácter estratégico planeado por la gestión empresarial creando así “el nexo de unión entre la empresa y su entorno” Grant (1995).

### **Teoría de la Planeación Estratégica (PE)**

La aplicación de la planificación estratégicas en empresas constituyentes del sector turístico es elemento fundamental de la gestión empresarial. Pues esta parte de la relación de la unidad productiva con su entorno y representa una medida protectora ante la competitividad de la industria turística, configurándose como un proceso duradero, que requiere un exhaustivo análisis y un pleno entendimiento del mercado (Ansoff 1979, p.81).

La estructura conceptual de la planeación estratégica nace de varias escuelas. Por ejemplo, en 1954 se definía como “la formulación de objetivos y metas en un largo plazo”, para 1989 se refería a esta como la habilidad de eficientes en recursos y tiempos y específicamente en “la forma correcta de hacerlo”. En 1962 se da un aporte significativo al concepto inicial: “la formulación de objetivos y metas en un largo plazo, utilizando planes de acción y especialización interna de obreros para lograr el propósito general de la empresa”. Mas tarde en 1983, se consolidaría como “la planificación coherente, ampliamente diseñado para lograr las metas y objetivos de la empresa”



De manera que la planificación estratégica se compone de dos pasos: el primero el estudio y evaluación en el que tiene cabida la planeación y el segundo la puesta en marcha de la planificación realizada Dan E. Schabdel y Charles W. Hofer, (2022).

Minstzberg, indica cinco conceptos fundamentales de la planeación estratégica:

- **Plan:** Guía referencial a las acciones a realizar.
- **Pauta de acción:** Ruta estratégica que siguen las acciones.
- **Patrón:** Prototipo de las acciones a realizar.
- **Posición:** Intermediaria entre la empresa y su entorno.
- **Perspectiva:** Enfoque de una problemática, se desplaza hacia:
- **Visión:** Proyección de la empresa a largo plazo.
- **Posicionamiento:** Segmentación del mercado que ocupa la empresa.
- **Plan:** Estrategia para conseguir el posicionamiento deseado a largo plazo (visión).

### **El proceso administrativo según Henry Fayol.**

A juicio de Fayol, citado por Chiavenato (2006), toda organización tiene que contar con un proceso administrativo, permitiéndole realizar:

- **Planeación:** planear acciones estrategias a largo plazo.
- **Organización:** Distribución y utilización de los recursos para llevar a cabo la planeación.

- **Dirección:** Selección y guía para conseguir que las acciones del personal sigan la meta general de la empresa.

- **Coordinación:** Supervisión clara y oportuna, para lograr eficiencia en la producción.

- **Control:** Corrección de acciones para obtener los resultados esperados en el plan de acción.

## 2.4. Glosario

### **Actividad turística**

Son aquellas actividades que realizan los individuos mientras viajan a destinos no comunes, cuyos fines sean disfrutar del tiempo libre, trabajo u otros en un lapso corto de tiempo. Su clasificación se extiende de acuerdo a las actividades dentro de una estancia ya sea: turismo de compras, cultural, rural, formativo, gastronómico, el agroturismo, el ecoturismo, el de aventura, entre muchos más (La Organización Mundial del Turismo-OMT)

### **Estructura turística**

Bajo la óptica de Blanco (2008), "conjunto de elementos y servicios que componen la infraestructura y oferta turística de una determinada área o destino, incluyendo alojamientos, transporte, atracciones, actividades y servicios que contribuyen a la experiencia turística."

### **Normativa turística**

Conjunto de normas que supervisan y controlan los procesos vinculados a las actividades del sector turístico. Es decir, administra y regula el turismo en un territorio determinado. En Ecuador, se aplican la Ley de Turismo y el Reglamento general a la Ley de Turismo, además de los decretos o resoluciones emitidas por los diferentes GADS existentes.

### **Seguridad ciudadana (SC)**

Se refiere a la defensa pública ante eventos delincuenciales en una zona determinada, lamentablemente la provisión de este bien público no es suficiente para asegurar el bienestar social de los ciudadanos a pesar de ser un derecho civil.

### **Servicios turísticos**

De acuerdo a Ramírez Cavassa (2017) “son prestaciones o actividades ofrecidas para satisfacer las necesidades y deseos de los viajeros, abarcando alojamiento, transporte, guías, entretenimiento y otros elementos que contribuyen a la experiencia turística”.

### **Superestructura**

Conjunto de organismos públicos, privados y mixtos encargados de la regulación, fomento y coordinación de la actividad turística, que se presentan a nivel nacional, departamental, distrital y municipal. Dentro de este concepto se ven incluidas entidades como asociaciones de promoción, gremios e instituciones educativas incluso. La función de las entidades que participan dentro del sistema turístico es la de suavizar el proceso de producción y comercio de los servicios con calidad, competitividad y sostenibilidad.

### **Turismo cultural (TC)**

De acuerdo a Gómez Borja (2005) El "turismo cultural" implica viajar con el propósito principal de experimentar y disfrutar manifestaciones culturales, como arte, historia, arquitectura, tradiciones y eventos específicos de una región o destino.

### **Turismo de diversión (TD)**

Según Fuentes García El "turismo de diversión" se refiere a viajar con el objetivo principal de disfrutar y participar en actividades recreativas, entretenimiento y experiencias lúdicas, como parques temáticos, eventos festivos o actividades de ocio. (2013, p.85)

### **Turismo espacial (TE)**

En función de lo señalado por Iranzo Greus: El "turismo espacial" es una forma de viaje que involucra el desplazamiento de personas fuera de la atmósfera terrestre con fines recreativos o turísticos. Esto incluye viajes suborbitales o orbitales que ofrecen a los participantes la experiencia única de experimentar la ingravidez y contemplar la Tierra desde el espacio. Aunque en la actualidad es una industria emergente, se espera que el turismo espacial se desarrolle más en el futuro.

### **Turismo mochilero (TM)**

A criterio de Panesso (2014), Se refiere a un estilo de viaje caracterizado por la independencia, la flexibilidad y la economía. Los mochileros suelen viajar con una mochila, optan por alojamientos económicos, utilizan el transporte público y buscan experiencias auténticas, interactuando con la cultura local y explorando destinos de una manera más aventurera y menos convencional. Este enfoque tiende a enfatizar la interacción directa con el entorno y la comunidad.

### **Turismo de naturaleza (TN)**

Ceballos-Lascurain, define al turismo de naturaleza o ecoturismo se centra en la apreciación y conservación de la biodiversidad y los entornos naturales. Involucra actividades al aire libre en entornos naturales, como parques nacionales, reservas naturales o áreas protegidas. Los participantes buscan minimizar su impacto ambiental y, al mismo tiempo, disfrutan y aprenden sobre la flora, fauna y ecosistemas locales. Este tipo de turismo promueve la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente.

### **Turismo rural (TR)**

Para Crosbi, se refiere a viajar a áreas rurales para experimentar y participar en la vida rural, sus tradiciones, actividades agrícolas y la conexión con la naturaleza. Los visitantes suelen hospedarse en alojamientos rurales, participar en actividades agrícolas, disfrutar de la gastronomía local y sumergirse en la cultura rural. Este tipo de turismo busca ofrecer una experiencia auténtica y promover el desarrollo sostenible de las comunidades rurales

### **Turismo de salud (TS)**

De acuerdo a OMT, citada por Fuentes García, indica que:

El "TS" implica viajar con el objetivo principal de buscar servicios médicos, tratamientos o bienestar. Los turistas de salud buscan destinos que ofrezcan instalaciones médicas de alta calidad, tratamientos especializados, spas, retiros de bienestar y otros servicios relacionados con la salud. Este tipo de turismo puede incluir procedimientos médicos, rehabilitación, tratamientos de spa o simplemente la búsqueda de un entorno propicio para la relajación y la mejora del bienestar.

### **Turismo religioso**

implica viajar con el propósito principal de participar en actividades relacionadas con la fe, visitar lugares sagrados, asistir a eventos religiosos o explorar sitios históricos y culturales vinculados a prácticas religiosas.

En ciudades como Roma, La Meca o Jerusalén convocan masivas romerías que mueven millonarias sumas de dinero, que son receptadas por los propietarios de santuarios e iglesias. España es el mejor ejemplo de cómo las construcciones católicas atraen masas de turistas y de dinero. Santuarios famosos como el de la Virgen de Guadalupe, en México, han debido mecanizarse para que cada visitante pueda dejar su contribución en dinero que cae tan rápido y abundante como el premio de un tragamonedas en Las Vegas. (2002, p.16)

### **Análisis Estratégico**

se refiere a la evaluación detallada de factores internos y externos que afectan a una organización para identificar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Este análisis es fundamental para el desarrollo de estrategias efectivas y la toma de decisiones

informadas en el ámbito empresarial o institucional. (Berghe Romero, 2010, pág. 49).

### **Competitividad**

Tomando a Porter, M. (1982), La competitividad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para destacar y sobresalir en su industria, ofreciendo productos o servicios de calidad a precios atractivos, al mismo tiempo que logra eficiencia operativa y se adapta de manera efectiva a las demandas cambiantes del mercado. Es la habilidad de una empresa para mantener y mejorar su posición en el mercado frente a la competencia. (p. 62).

### **Gestión Organizacional o Proceso Administrativo:**

Según Berghe Romero 2010, se refiere al conjunto de procesos, prácticas y estrategias que una entidad utiliza para coordinar y dirigir sus recursos con el fin de alcanzar sus objetivos y metas. Incluye actividades como la planificación, la toma de decisiones, la asignación de recursos, el liderazgo y el control, con el propósito de asegurar la eficiencia y el buen funcionamiento de la organización. La gestión organizacional es esencial para lograr un desempeño efectivo y sostenible en el entorno empresarial (p.42).

### **Gestión de la Tecnología de Información**

implica la planificación, implementación y supervisión de recursos tecnológicos en una organización para optimizar su rendimiento y alcanzar sus objetivos. Incluye la administración de sistemas, redes, software y datos, asegurando la alineación estratégica de la tecnología con los objetivos empresariales (Berghe Romero, 2010, pág. 54).

### **Gestión Financiera**

implica la planificación, control y toma de decisiones relacionadas con los recursos económicos de una entidad. Se centra en maximizar el valor de la organización mediante la gestión eficiente de los ingresos, gastos, inversiones y financiamiento. Su objetivo es garantizar la estabilidad financiera y el logro de metas empresariales (Berghe Romero, 2010, pág. 57).

### **Gestión de Talento Humano**

Se enfoca en atraer, desarrollar y retener a los empleados más competentes para lograr los objetivos organizacionales. Incluye actividades como la selección, capacitación, evaluación del desempeño y desarrollo profesional, con el propósito de optimizar el rendimiento y el compromiso del personal (Berghe Romero, 2010, pág. 58).

### **Gestión de operaciones y logística de abastecimiento y distribución.**

Proveer cosas y servicios que la gente necesita al convertir materias primas, trabajo, energía y otros elementos en productos finales que se distribuyen adecuadamente para su uso (Berghe Romero, 2010, pág. 61).

### **Gestión Ambiental**

Contribuir a crear conciencia sobre la necesidad de aplicar, en la empresa, políticas de defensa del medio ambiente. (Berghe Romero, 2010, pág. 62).

#### **2.4.1. *Reglamento General a la Ley de Turismo***

De acuerdo a esta ley, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente



(2015), se citan los principales artículos, de acuerdo al interés del presente estudio:

“Art. 1.- Objeto. - Las normas contenidas en este reglamento tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo”.

“Art. 6.- De la planificación. - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referenciales para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales”.

“Art. 8.- Del control. - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos”.

“Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades

turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás

normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo”.

“Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo”.

“Art. 76.- De la promoción. - Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico”.

“La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.”. (Asamblea Nacional de Ecuador, 2015).

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación se desarrolló utilizando un enfoque deductivo a partir de premisas hipotéticas. Referido por (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), como los pasos que sigue el académico para llevar a cabo su estudio científico, teniendo sus bases fundamentales en la observación, el establecimiento de hipótesis, la deducción de premisas a partir de la hipótesis y terminando con la comparación y validación de las proposiciones deducidas con la realidad.

### **3.1. Tipo de la investigación**

La investigación que se realizó es básica, ya que requiere información netamente obtenida por medio de métodos de recolección de datos, de manera que se recopile informaciones nuevas a las ya expuestas aumentando las certezas sobre las hipótesis, teorías y leyes (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

#### **3.1.1. Diseño de la investigación**

La investigación se caracteriza por un diseño no experimental de naturaleza longitudinal y correlacional. En este enfoque, las variables no son manipuladas intencionalmente. En cambio, se recopilan datos en diversos momentos a lo largo de un extenso período, lo que permite la identificación de patrones y tendencias. Este diseño facilita el diagnóstico del objeto de estudio y, al mismo tiempo, posibilita la medición de la relación entre las variables, contribuyendo así a una comprensión más profunda de la dinámica subyacente.

#### **3.1.2. Nivel de la investigación**

El presente trabajo de investigación tiene un nivel descriptivo, caracterizado

por su enfoque en la descripción detallada de fenómenos, eventos o características, sin intentar establecer relaciones causales o explicativas fortaleciendo las bases de la investigación.

### 3.1.3. Unidad de análisis

El estudio se realizó en todas las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas constituidas del sector turístico de Manabí, que de acuerdo al (Ministerio de Turismo, 2018) asciende a 1.524. Se precisa que para efectos del cálculo de la muestra a tomar, se utilizara como población de cómputo la referenciada, de donde se desprenderá el tamaño muestral (número de encuestas a correr a empresas) de acuerdo a la formula aplicada (Observación de resultados en el punto, 3.1.6).

### 3.1.4. Población de estudio

La población que engloba la investigación se centra en aquellas instituciones legales que realizan sus actividades productivas enfocadas al turismo que se desarrolla en la provincia de Manabí, estas engloban empresas que ofertan servicios de hospedaje en sus diferentes clasificaciones, servicios de bar y restaurantes, parque de diversiones, servicios de operación, intermediación y de transporte. Cuya encuesta se realizará a Gerentes y administradores (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

**Tabla 2. Empresas del sector turístico de Manabí por categorías**

Tipo de empresa		Legalmente en funcionamiento (2018)
Labor	Clasificación	
Hospedaje	Campings turísticos	305
	Hospedaje en casas privadas	
	Hostales, hosterías y hoteles	
Servicios de restaurantes y bares	Bares	1024
	Cafeterías	
	Discotecas	
	Fuentes de soda	
	Restaurantes	

Parques de atracciones	Centros de recreación turística	9
Intermediación	Termas y balnearios	71
	Centro de convención	
	Sala de recepciones y banquetes	
Operación	Agencias de viaje dual	106
	Agencias de viaje internacional	
	Agencia de viaje mayorista	
	Operadores turísticos	
Transportación	Transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre	9
TOTAL		1.524

**Fuente:** (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022)

### 3.1.5. Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de muestreo para población finita o también muestreo probabilístico aleatorio simple (véase fórmula 1)

$$\text{Datos:} \quad n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad [1]$$

**Tabla 3.** Datos y denominación de la fórmula

n=?	Muestra
N= 1524	Población o universo
Z=1.96	Zeta
p=0.5	Probabilidad de éxito
q=0.5	Probabilidad de fracaso
e=0.05%	Error de muestra predecible
IC=95%	Confiability

**Fuente:** Mauro Herbert Bailón Cevallos (2023)

**Tabla 4.** Total de la muestra

$n$	$n = \frac{3.8416 * 381}{0.5(1523) + 3.8416 * 0.25}$
$= \frac{1.96^2 * 1524 * 0.5 * 0.5}{0.75^2(1524 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$	
$n = 307$	<i>muestra</i>

**Fuente:** Mauro Herbert Bailón Cevallos (2023)

Con el universo y unidad de análisis establecidas se realizan los cálculos (véase tabla 4), donde se indicó que se debían encuestar a 307 empresas del sector turístico de la provincia de Manabí.

**Tabla 5. Muestreo por actividades o tipo de empresas**

Tipo de empresa	Muestra a tomar
Hospedaje	75
Servicios de restaurantes y bares	153
Parques de atracciones	15
Intermediación	20
Operación	40
Transporte	4
TOTAL	307

**Fuente:** (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022)

### 3.1.6. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos escogida es la encuesta, para lo cual se elaboró un cuestionario que contiene 40 preguntas objetivas incluyendo la variable policotómica “escala de Likert”. Para poder aplicar este instrumento de recolección de datos a los 307 gerentes y administradores de las empresas turísticas de Manabí — Ecuador se realizó la correspondiente validación por medio de juicio de expertos, y que supo comprobar su confiabilidad a través del Coeficiente de Alfa de Cronbach en el Programa Estadístico SPSS 25 (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

## CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados de la Encuestas

La encuesta de tipo Likert, arrojo los siguientes resultados:

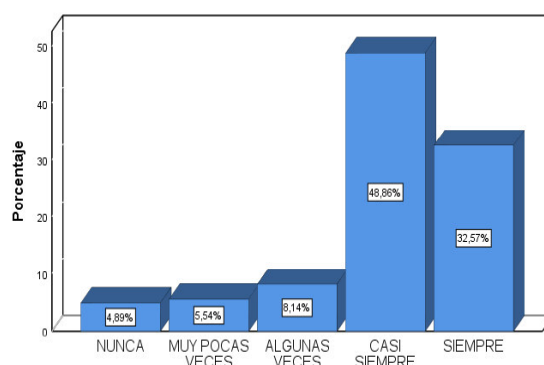
**Tabla 6. Tecnología para promocionarse**

¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?				
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	15	4,9	4,9	4,9
<b>MUY POCAS VECES</b>	17	5,5	5,5	10,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	25	8,1	8,1	18,6
<b>CASI SIEMPRE</b>	150	48,9	48,9	67,4
<b>SIEMPRE</b>	100	32,6	32,6	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Madrid

### Gráfico 3. Tecnología para promocionarse

¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Madrid

**Interpretación:** los resultados de la tabla 6 indica que alrededor del 81.5% de las empresas encuestadas aplican siempre o casi siempre el uso tecnología como medio de competitividad para resaltar en el mercado en el que participan.

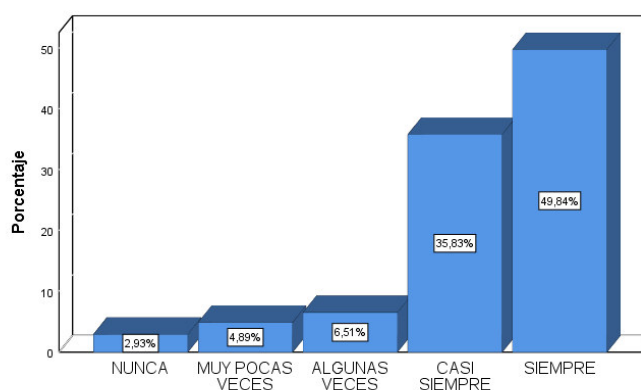
### Tabla 7. Innovación de los productos

¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	9	2,9	2,9	2,9
<b>MUY POCAS VECES</b>	15	4,9	4,9	7,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	20	6,5	6,5	14,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	110	35,8	35,8	50,2
<b>SIEMPRE</b>	153	49,8	49,8	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

#### Gráfico 4. Innovación de los productos

¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?



¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 7 indican que el 85,6% de las empresas del sector turístico de Manabí siempre o casi siempre implementan algún tipo de innovación en los bienes y servicios que ofertan.



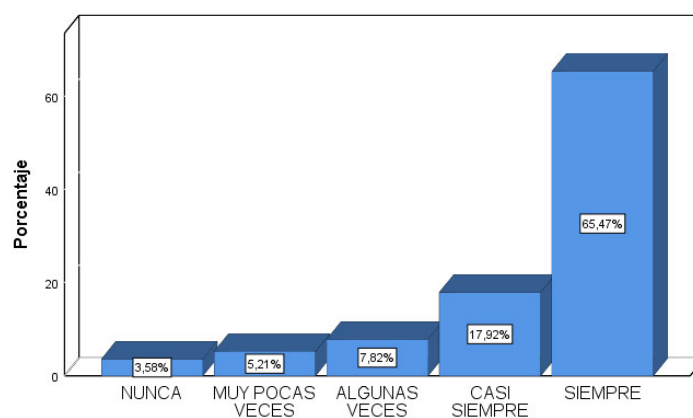
**Tabla 8. Personal con una alta formación académica**

¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	11	3,6	3,6	3,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	16	5,2	5,2	8,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	24	7,8	7,8	16,6
<b>CASI SIEMPRE</b>	55	17,9	17,9	34,5
<b>SIEMPRE</b>	201	65,5	65,5	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 5. Personal con una alta formación académica**

¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?



¿En su organización se interesan por tener personal con una alta ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** La tabla 8 expresa que las empresas que componen la oferta de servicios turísticas de Manabí buscan en un 65,5% tener en sus instalaciones, personal de trabajo cualificado adecuado para mejorar la calidad de servicio suministrado.

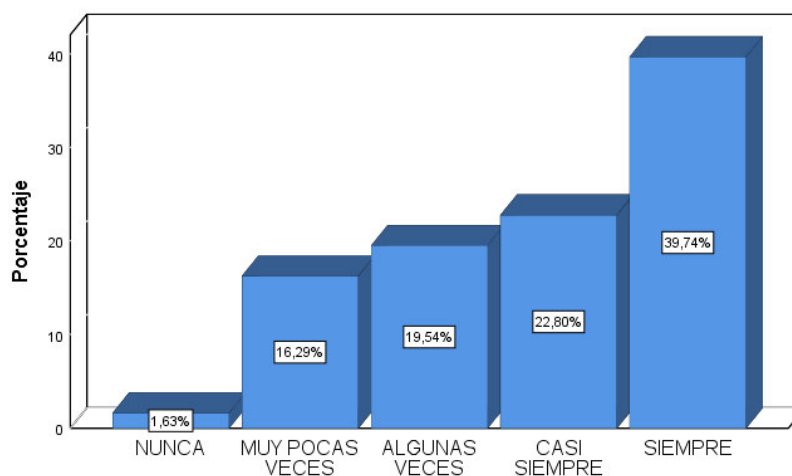
**Tabla 9. Gestión al desarrollo del mercado Manabita**

¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	5	1,6	1,6	1,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	50	16,3	16,3	17,9
<b>ALGUNAS VECES</b>	60	19,5	19,5	37,5
<b>CASI SIEMPRE</b>	70	22,8	22,8	60,3
<b>SIEMPRE</b>	122	39,7	39,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 6. Gestión al desarrollo del mercado Manabita**

¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 9 indican en un 62.5% de las empresas que desarrollan sus actividades productivas en el sector turístico de Manabí consideran que la oferta de sus productos en general contribuyen al desarrollo del mercado turístico haciéndolo más competitivo.

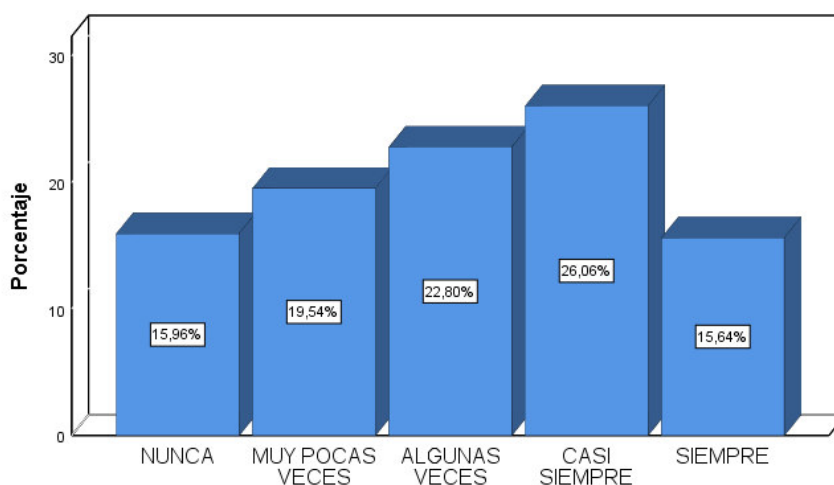
**Tabla 10. Estrategias y acciones de los productos y servicios**

¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos/servicios en el mercado turístico?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	49	16	16	16
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	35,5
<b>ALGUNAS VECES</b>	70	22,8	22,8	58,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	80	26,1	26,1	84,4
<b>SIEMPRE</b>	48	15,6	15,6	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 7. Estrategias y acciones de los productos y servicios**

¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos/servicios en el mercado turístico?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

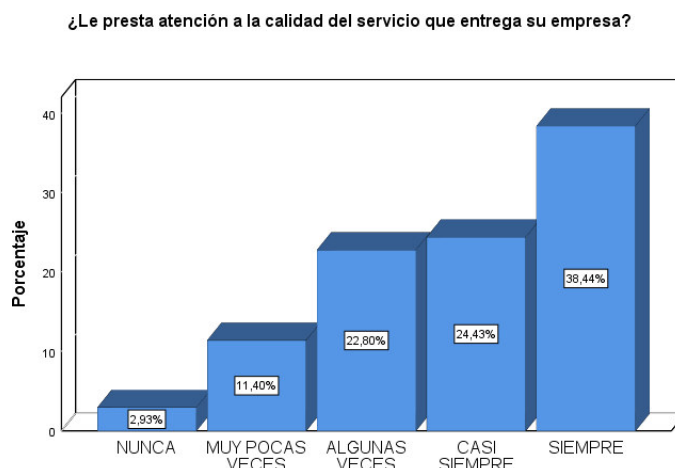
**Interpretación:** Los resultados de la tabla 10 indican que solo el 41.7% de las empresas del sector turístico buscan siempre o casi siempre posicionarse en el mercado por medio de sus productos mientras que el 22.8% solo lo hace en algunas ocasiones. El otro 54% muy pocas veces o nunca ha intentado diferenciar sus productos contra los que ofrece el mercado.

**Tabla 11. Calidad del servicio**

¿Le presta atención a la calidad del servicio que entrega su empresa?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	9	2,9	2,9	2,9
<b>MUY POCAS VECES</b>	35	11,4	11,4	14,3
<b>ALGUNAS VECES</b>	70	22,8	22,8	37,1
<b>CASI SIEMPRE</b>	75	24,4	24,4	61,6
<b>SIEMPRE</b>	118	38,4	38,4	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 8. Calidad del servicio**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 11 indican que el 62.8% de las empresas siempre o casi siempre consideran la calidad del servicio en la oferta de sus paquetes turísticos.

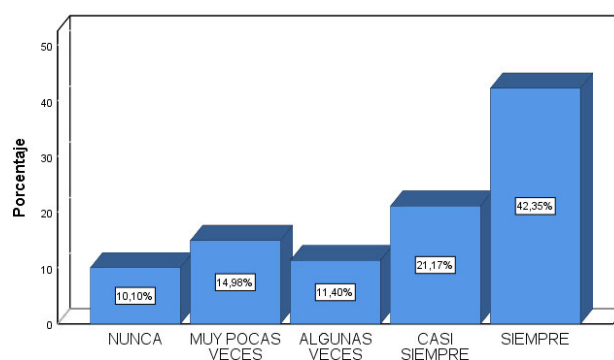
**Tabla 12. Evaluación de la satisfacción del usuario**

¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	31	10,1	10,1	10,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	46	15	15	25,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	35	11,4	11,4	36,5
<b>CASI SIEMPRE</b>	65	21,2	21,2	57,7
<b>SIEMPRE</b>	130	42,3	42,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 9. Evaluación de la satisfacción del usuario**

¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?



¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

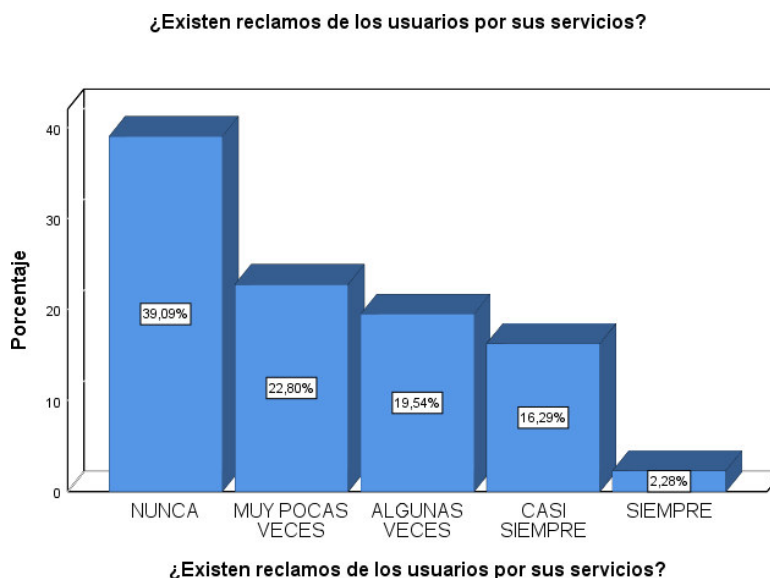
**Interpretación:** En la tabla 12 los resultados indican que el 63.5% de las empresas turísticas de Manabí utilizan algún mecanismo para evaluar la satisfacción de los clientes frente el servicio recibido mientras 11.40% en algunas ocasiones . Mientras el otro 25.6% lo aplican en muy pocas ocasiones o nunca lo aplican.

**Tabla 13. Reclamos de los usuarios**

¿Existen reclamos de los usuarios por sus servicios?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	120	39,1	39,1	39,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	70	22,8	22,8	61,9
<b>ALGUNAS VECES</b>	60	19,5	19,5	81,4
<b>CASI SIEMPRE</b>	50	16,3	16,3	97,7
<b>SIEMPRE</b>	7	2,3	2,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 10. Reclamos de los usuarios**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En relación al nivel de satisfacción frente al servicio obtenido, según los resultados mostrado en la tabla 13, indican que el 60.89% de los clientes se encuentran satisfechos, mientras que el 18.57% siempre o casi siempre se encuentran insatisfechos frente el servicio obtenido.

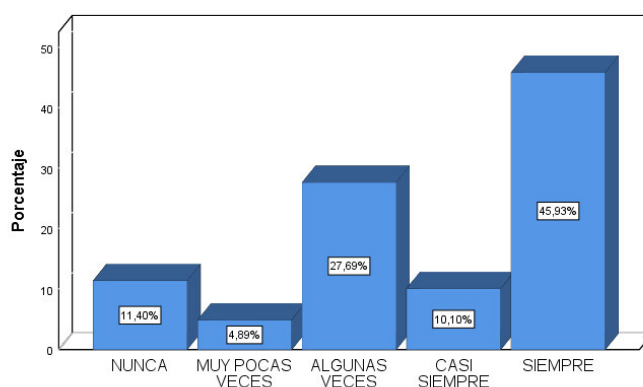
**Tabla 14. Preferencia en la selección de los servicios de la empresa**

¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retornan a tomar nuevamente sus servicios?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	35	11,4	11,4	11,4
<b>MUY POCAS VECES</b>	15	4,9	4,9	16,3
<b>ALGUNAS VECES</b>	85	27,7	27,7	44
<b>CASI SIEMPRE</b>	31	10,1	10,1	54,1
<b>SIEMPRE</b>	141	45,9	45,9	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 11. Preferencia en la selección de los servicios de la empresa**

¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retornan a tomar nuevamente sus servicios?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** Los resultados indican la manera en la que los consumidores por el servicio y la atención brindada tienen el deseo de volver al lugar donde se sintieron como en casa. Pues como se observa en la tabla 14 el 45,93% de las empresas indican que sus clientes siempre retornan.

**Tabla 15. Capacitación del personal**

¿Se capacita al personal de su organización?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	24	7,8	7,8	7,8
<b>MUY POCAS VECES</b>	100	32,6	32,6	40,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	64,8
<b>CASI SIEMPRE</b>	55	17,9	17,9	82,7
<b>SIEMPRE</b>	53	17,3	17,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 12. Capacitación del personal**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 15 indican que las empresas turísticas de Manabí muy pocas veces se interesan en capacitar a sus empleados (32.57%). Mientras que el 35.17% se interesa por capacitar al personal que oferta sus servicios siempre o casi siempre.



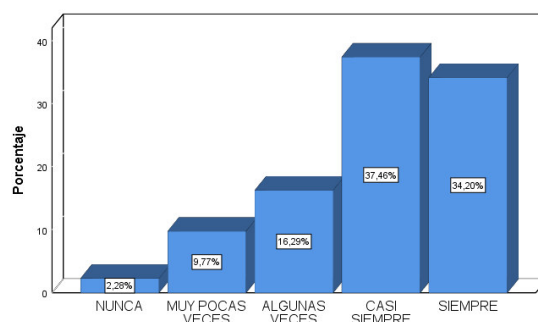
Tabla 16. Estructura física

¿Su estructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	7	2,3	2,3	2,3
<b>MUY POCAS VECES</b>	30	9,8	9,8	12,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	50	16,3	16,3	28,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	115	37,5	37,5	65,8
<b>SIEMPRE</b>	105	34,2	34,2	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

Gráfico 13. Estructura física.

¿Su infraestructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?



¿Su infraestructura física evoluciona con las mejoras que requiere el ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 16 indican cambios en la estructura física según los requerimientos de los turistas. En ella se observa que el 37,48% de las empresas encuestadas consideran que casi siempre hacen cambios en sus estructuras para adaptarse a las necesidades de los clientes.

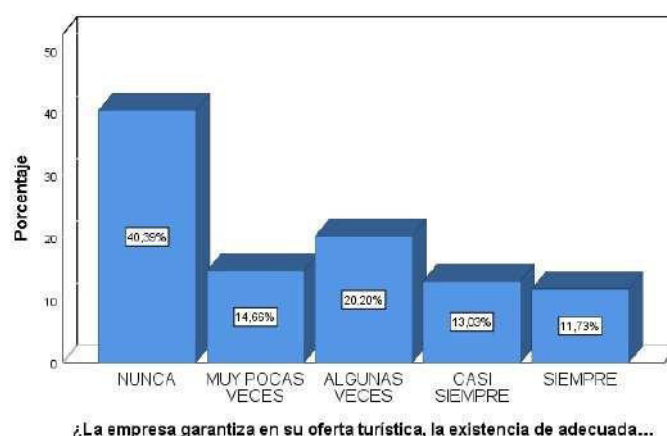
**Tabla 17. Oferta turística de la empresa**

¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	124	40,440,4	40,4	
<b>MUY POCAS VECES</b>	45	14,7	14,7	55
<b>ALGUNAS VECES</b>	62	20,2	20,2	75,2
<b>CASI SIEMPRE</b>	40	13	13	88,3
<b>SIEMPRE</b>	36	11,7	11,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 14. Oferta turística de la empresa**

¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** Los resultados encontrados presentan la garantía de la oferta turística y las vías para la movilidad del visitante. En la tabla 17 observa que el 40,39% de las empresas encuestadas consideran que no hay un acceso adecuado a través de las vías para la movilidad del turista porque es un factor externo que controla el gobierno.

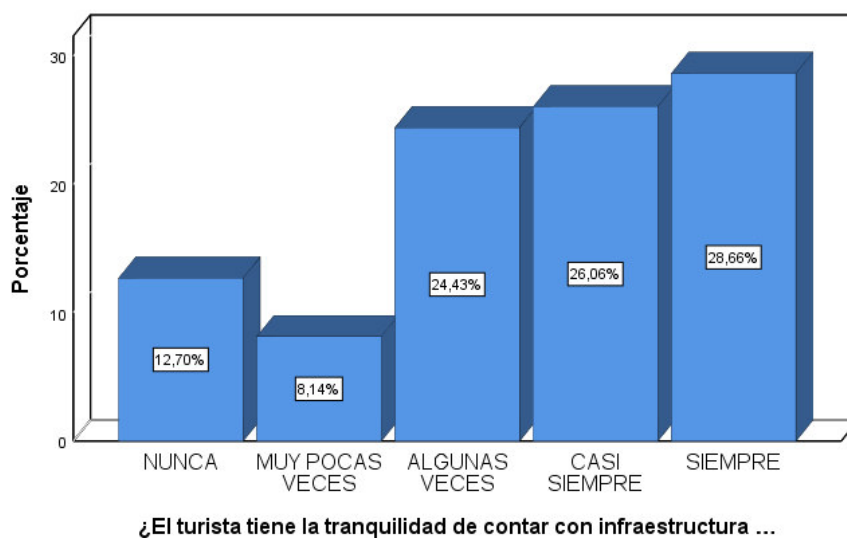
**Tabla 18. Seguridad para el turista**

¿El turista tiene la tranquilidad de contar con estructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	39	12,7	12,7	12,7
<b>MUY POCAS VECES</b>	25	8,1	8,1	20,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	45,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	80	26,1	26,1	71,3
<b>SIEMPRE</b>	88	28,7	28,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 15. Seguridad para el turista**

¿El turista tiene la tranquilidad de contar con infraestructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?



**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios, gerentes, administradores o propietarios de la provincia de Manabí.

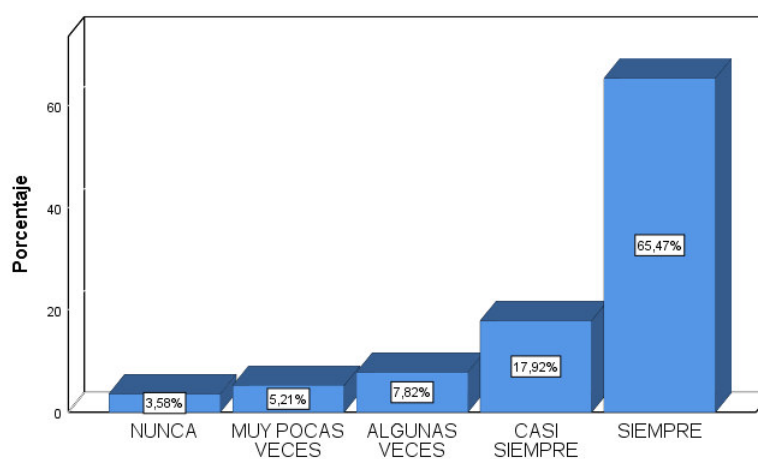
**Interpretación:** En la tabla 18 se observa que el 28,66% de las empresas encuestadas les ofrecen a sus turistas la tranquilidad de una buena estadía en sus instalaciones con seguridad médica y de protección.

¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales como discotecas, bares y otros?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
Válido NUNCA	11	3,6	3,6	3,6
MUY POCAS VECES	16	5,2	5,2	8,8
ALGUNAS VECES	24	7,8	7,8	16,6
CASI SIEMPRE	55	17,9	17,9	34,5
SIEMPRE	201	65,5	65,5	100

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

Gráfico 16. Diversidad de oferta turística

¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales como discotecas, bares y otros?



¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales ...

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

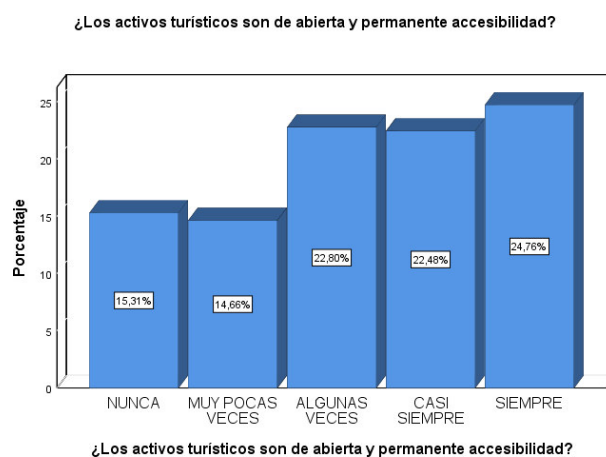
**Interpretación:** Los resultados de la tabla 19 indica en un 65.47% que existe una gran variedad de diversificación en el segmento del mercado turístico de Manabí donde el consumidor puede elegir lo que desee hacer.

**Tabla 20. Accesibilidad a los activos turísticos**

¿Los activos turísticos son de abierta y permanente accesibilidad?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	47	15,3	15,3	15,3
<b>MUY POCAS VECES</b>	45	14,7	14,7	30
<b>ALGUNAS VECES</b>	70	22,8	22,8	52,8
<b>CASI SIEMPRE</b>	69	22,5	22,5	75,2
<b>SIEMPRE</b>	76	24,8	24,8	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 17. Accesibilidad a los activos turísticos**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** como se presenta en la tabla 20, el 47.24% indican que siempre o casi siempre las empresas turísticas en Manabí brindan un servicio de permanente accesibilidad para el usuario.

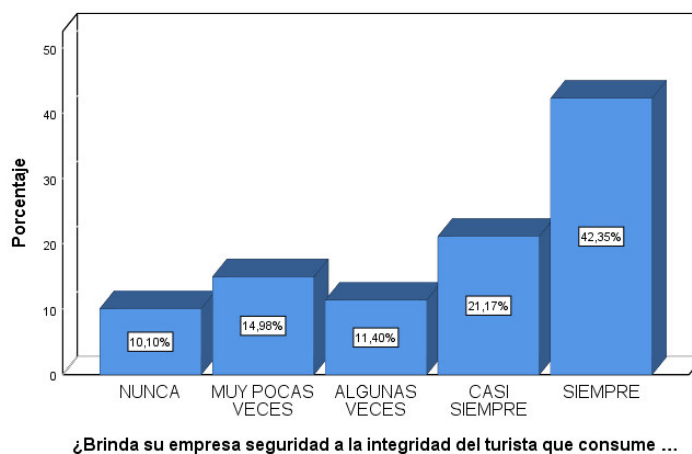
**Tabla 21. Seguridad integral del turista**

. ¿Brinda su empresa seguridad a la integridad del turista que consume los productos/servicios ofertados?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	31	10,1	10,1	10,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	46	15	15	25,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	35	11,4	11,4	36,5
<b>CASI SIEMPRE</b>	65	21,2	21,2	57,7
<b>SIEMPRE</b>	130	42,3	42,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 18. Seguridad integral del turista**

¿Brinda su empresa seguridad a la integridad del turista que consume los productos/servicios ofertados?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 21 se indica que 63.5% de las empresas turísticas de Manabí ofrecen una seguridad integral a los turistas nacionales y extranjeros que visitan sus locaciones.

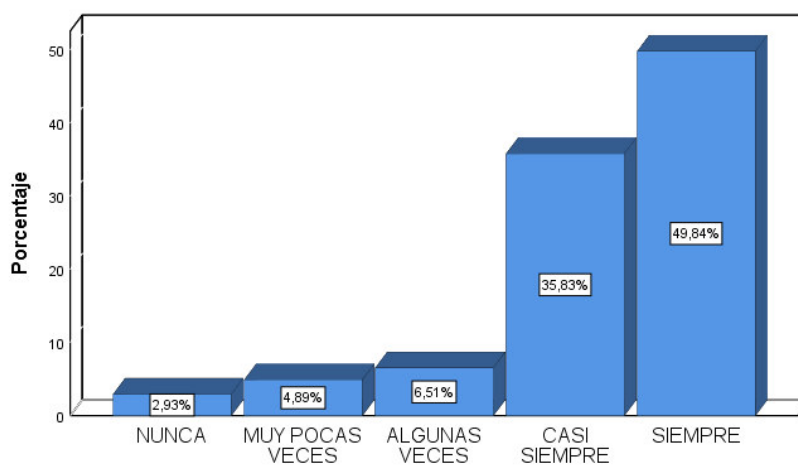
**Tabla 22. Seguridad de los turistas.**

¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está pendiente de la seguridad de los turistas/ visitantes?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	9	2,9	2,9	2,9
<b>MUY POCAS VECES</b>	15	4,9	4,9	7,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	20	6,5	6,5	14,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	110	35,8	35,8	50,2
<b>SIEMPRE</b>	153	49,8	49,8	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 19. Seguridad de los turistas**

¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está pendiente de la seguridad de los turistas/ visitantes?



¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí .

**Interpretación:** Como se observa en la tabla 22, el 49,84% de las empresas encuestadas consideran que se garantiza la existencia de seguridad por parte de los señores del orden público en los sitios donde se desarrollan las actividades turísticas haciendo que el consumidor se sienta tranquilo y confiado.

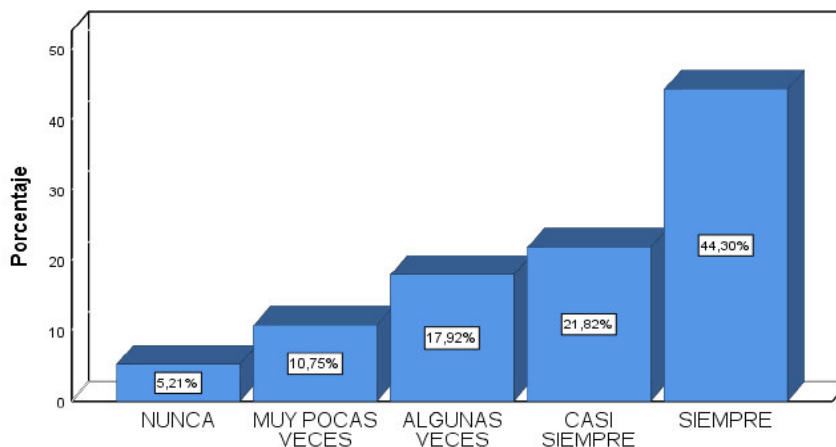
**Tabla 23. Seguridad de los turistas los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques**

¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	16	5,2	5,2	5,2
<b>MUY POCAS VECES</b>	33	10,7	10,7	16
<b>ALGUNAS VECES</b>	55	17,9	17,9	33,9
<b>CASI SIEMPRE</b>	67	21,8	21,8	55,7
<b>SIEMPRE</b>	136	44,3	44,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 20. Seguridad de los turistas los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques**

¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques?



¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 23 se indica que el 44,30% de las empresas encuestadas consideran que se garantiza la existencia de seguridad coordinadas entre las empresas turísticas y las instituciones públicas en los sitios donde se desarrollan las actividades de ocio, parques y playas haciendo que el consumidor se sienta tranquilo y confiado.



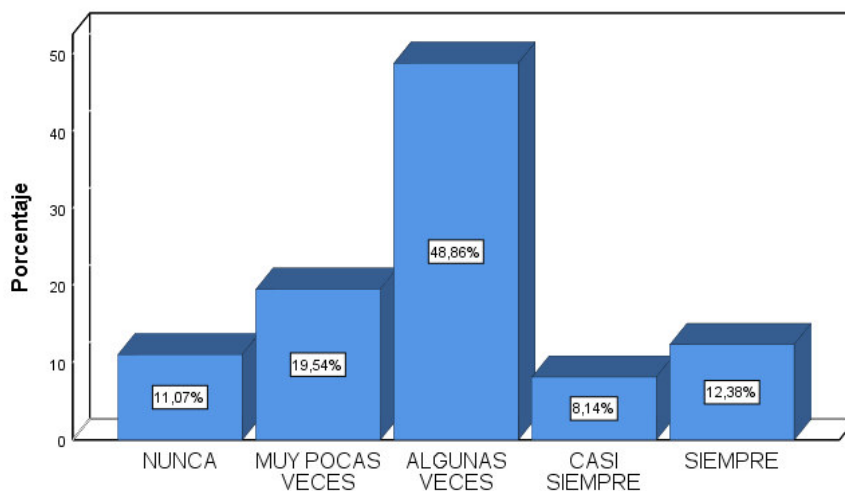
**Tabla 24. Simulacros de prevención para turistas y ciudadanía engeneral**

<b>Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se desarrollan simulacros de prevención para turistas y ciudadanía en general?</b>				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	34	11,1	11,1	11,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	30,6
<b>ALGUNAS VECES</b>	150	48,9	48,9	79,5
<b>CASI SIEMPRE</b>	25	8,1	8,1	87,6
<b>SIEMPRE</b>	38	12,4	12,4	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 21. Simulacros de prevención para turistas y ciudadanía engeneral**

**Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se desarrollan simulacros de prevención para turistas y ciudadanía en general?**



**Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se ...**

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 24 se observa que el 48,86% de las empresas encuestadas consideran que es de importancia el desarrollo de estos simulacros dada la vulnerabilidad de la provincia de Manabí por los desastres naturales, es necesario estar preparado ante cualquier evento que pueda surgir.

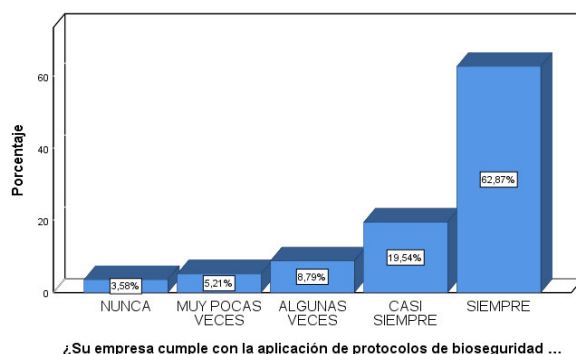
**Tabla 25. Protocolos de bioseguridad**

¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad de los turistas?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	11	3,6	3,6	3,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	16	5,2	5,2	8,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	27	8,8	8,8	17,6
<b>CASI SIEMPRE</b>	60	19,5	19,5	37,1
<b>SIEMPRE</b>	193	62,9	62,9	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 22. Protocolos de bioseguridad**

¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad de los turistas?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 25 se indica que el 62,87% de las empresas encuestadas consideran que es de importancia en los actuales momentos la implementación de los protocolos para brindar seguridad a los turistas y los miembros de las empresas turísticas.

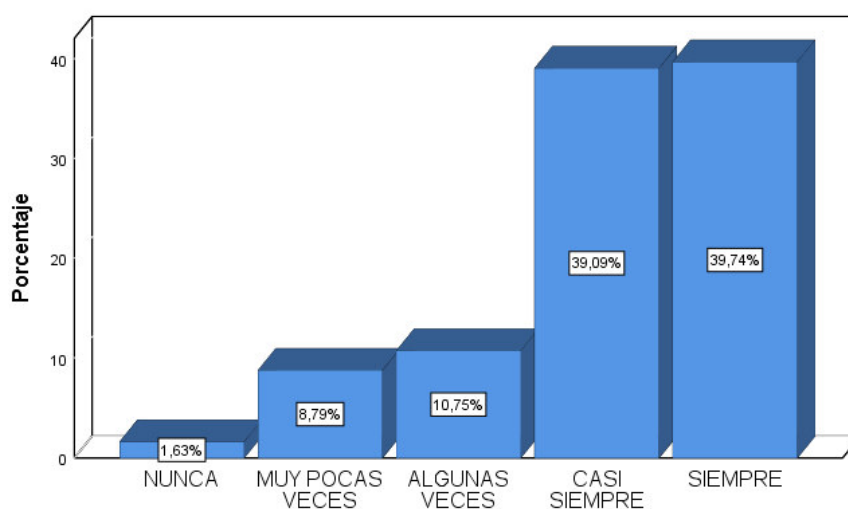
**Tabla 26. Inversión en el sector**

¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	5	1,6	1,6	1,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	27	8,8	8,8	10,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	33	10,7	10,7	21,2
<b>CASI SIEMPRE</b>	120	39,1	39,1	60,3
<b>SIEMPRE</b>	122	39,7	39,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 23. Inversión en el sector**

¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?



¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarroll...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

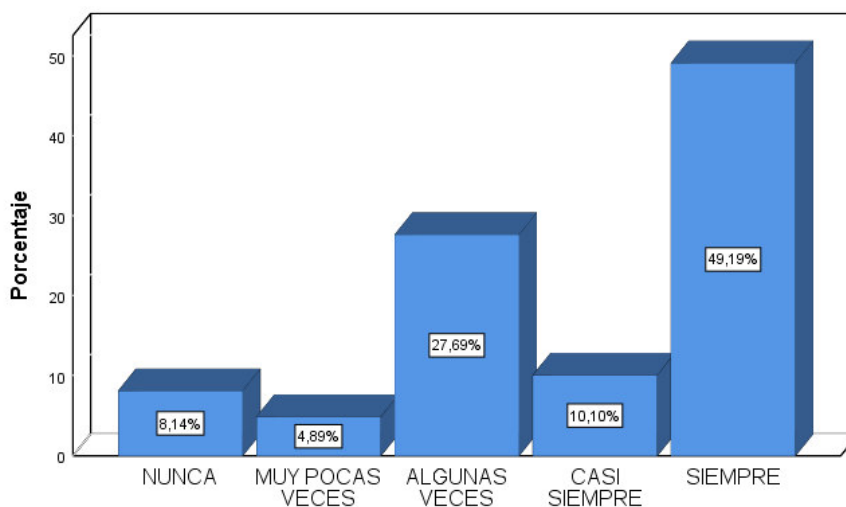
**Interpretación:** En la Tabla 26 se observa que el 39,74% de las empresas encuestadas consideran que es importante realizar inversiones en el sector porque así se beneficiarían no solo ellos si no también el lugar, logrando incrementar las visitas de los turistas captando la atención de clientes potenciales.

¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en la provincia de Manabí?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	25	8,1	8,1	8,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	15	4,9	4,9	13
<b>ALGUNAS VECES</b>	85	27,7	27,7	40,7
<b>CASI SIEMPRE</b>	31	10,1	10,1	50,8
<b>SIEMPRE</b>	151	49,2	49,2	100

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

Gráfico 24. Inversión nacional y extranjera

¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en la provincia de Manabí?



¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en l...

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 27 se observa que el 49,19% de las empresas encuestadas consideran que existe el interés por parte de inversionistas de dar activos financieros y dinero en capital en las empresas turísticas de Manabí, dado al alto potencial turístico que tiene esta hermosa provincia.

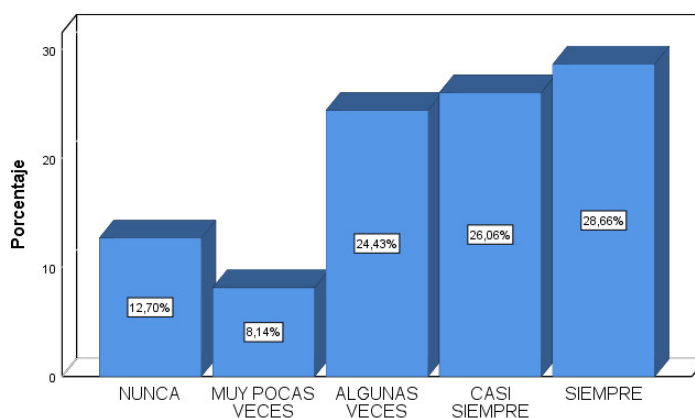
**Tabla 28. Inversión en estructura turista nacional y extranjera**

¿El estado invierte en el desarrollo de la estructura turística de la provincia?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	39	12,7	12,7	12,7
<b>MUY POCAS VECES</b>	25	8,1	8,1	20,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	45,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	80	26,1	26,1	71,3
<b>SIEMPRE</b>	88	28,7	28,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 25. Inversión en estructura turista nacional y extranjera**

¿El estado invierte en el desarrollo de la infraestructura turística de la provincia?



¿El estado invierte en el desarrollo de la infraestructura turística de la ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

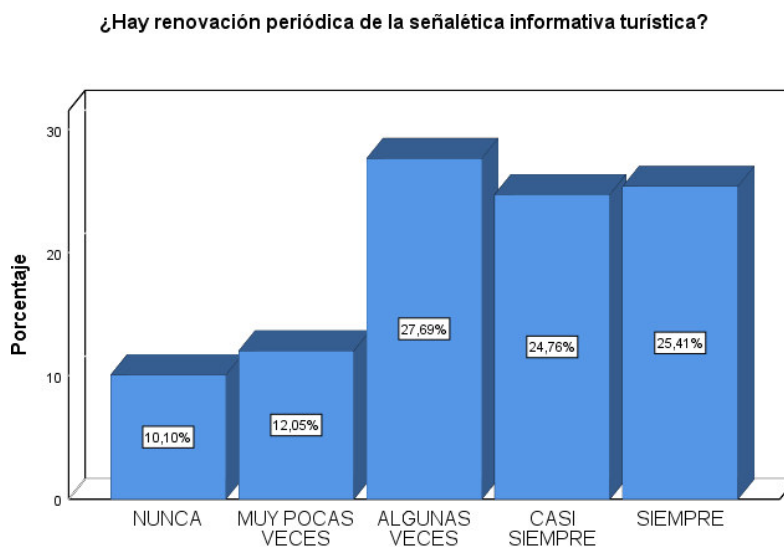
**Interpretación:** En la Tabla 28, el 28,66% de las empresas encuestadas consideran que el estado invierte en el sector turístico ya que esto también beneficiaría al país en general.

**Tabla 29. Señalética informativa turística.**

¿Hay renovación periódica de la señalética informativa turística?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	31	10,1	10,1	10,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	37	12,1	12,1	22,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	85	27,7	27,7	49,8
<b>CASI SIEMPRE</b>	76	24,8	24,8	74,6
<b>SIEMPRE</b>	78	25,4	25,4	100

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 26. Señalética informativa turística**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la tabla 29 se observa que el 50,17 % de las empresas siempre o casi siempre una renovación periódica de la señalética turística. Mientras que 22,15% lo hace muy pocas veces o nunca.

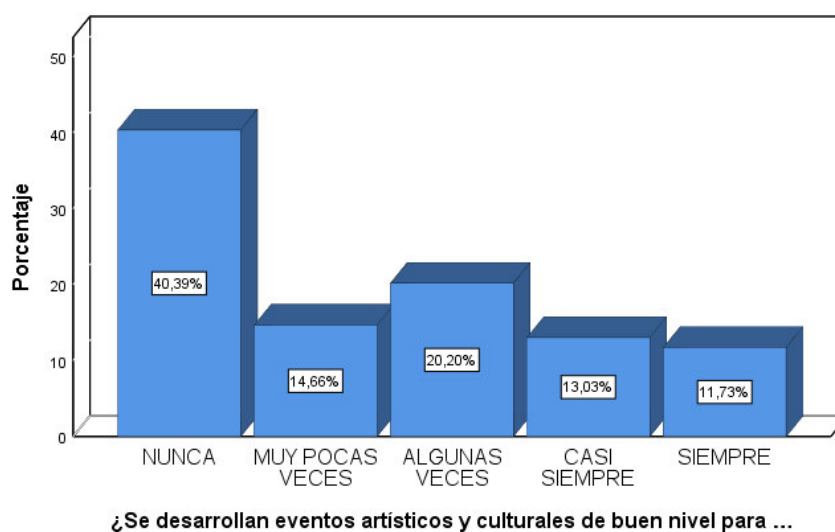
**Tabla 30. Eventos artísticos y culturales**

¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	124	40,4	40,4	40,4
<b>MUY POCAS VECES</b>	45	14,7	14,7	55
<b>ALGUNAS VECES</b>	62	20,2	20,2	75,2
<b>CASI SIEMPRE</b>	40	13	13	88,3
<b>SIEMPRE</b>	36	11,7	11,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 27. Eventos artísticos y culturales**

¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** Los resultados de la tabla 30 indica que las empresas turísticas en un 55,1% de estas nunca y casi realizan eventos artísticos y culturales para atraer clientes en Manabí.

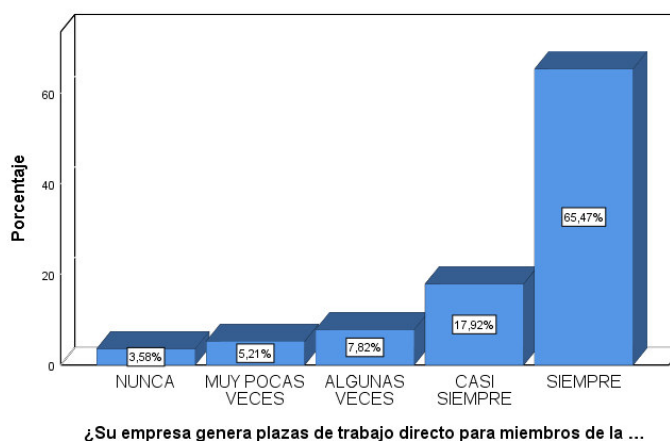
**Tabla 31. Plazas de trabajo**

¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	11	3,6	3,6	3,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	16	5,2	5,2	8,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	24	7,8	7,8	16,6
<b>CASI SIEMPRE</b>	55	17,9	17,9	34,5
<b>SIEMPRE</b>	201	65,5	65,5	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 28. Plazas de trabajo**

¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la Tabla 31 se observa que el 65,47% de las empresas encuestadas consideran que siempre es importante tener mano de obra que pertenezca a la comunidad y que sea proactiva a realizar actividades dentro del conocido territorio.



**Tabla 32. Contratación de personal anualmente**

¿La organización realiza contrataciones de personal anualmente?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	7	2,3	2,3	2,3
<b>MUY POCAS VECES</b>	30	9,8	9,8	12,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	50	16,3	16,3	28,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	115	37,5	37,5	65,8
<b>SIEMPRE</b>	105	34,2	34,2	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 29. Contratación de personal anualmente**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los empresarios, gerentes, administradores o propietarios de la provincia de Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 32 se observa que el 37,46% de las empresas encuestadas consideran que casi siempre se ven en la necesidad de contratar personal de forma anual, considerando que se puede dar dependiendo de la oferta turística, fechas de feriado, días del año y el número de turistas que visiten el lugar.

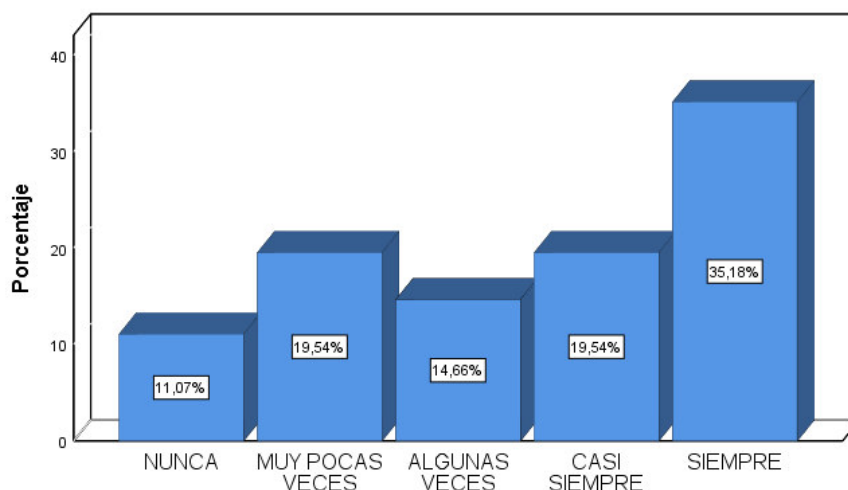
**Tabla 33. Proveedores locales**

En pro de impulsar el empleo indirecto ¿Las compras de materias primas e insumos las realiza a proveedores locales?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	34	11,1	11,1	11,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	30,6
<b>ALGUNAS VECES</b>	45	14,7	14,7	45,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	60	19,5	19,5	64,8
<b>SIEMPRE</b>	108	35,2	35,2	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 30. Proveedores locales**

En pro de impulsar el empleo indirecto ¿La compras de materias primas e insumos las realiza a proveedores locales?



En pro de impulsar el empleo indirecto ¿La compras de materias prima...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la Tabla 33 se observa que el 35,18% de las empresas encuestadas compran los insumos y materias primas a proveedores locales, incentivando el desarrollo económico nacional y local.

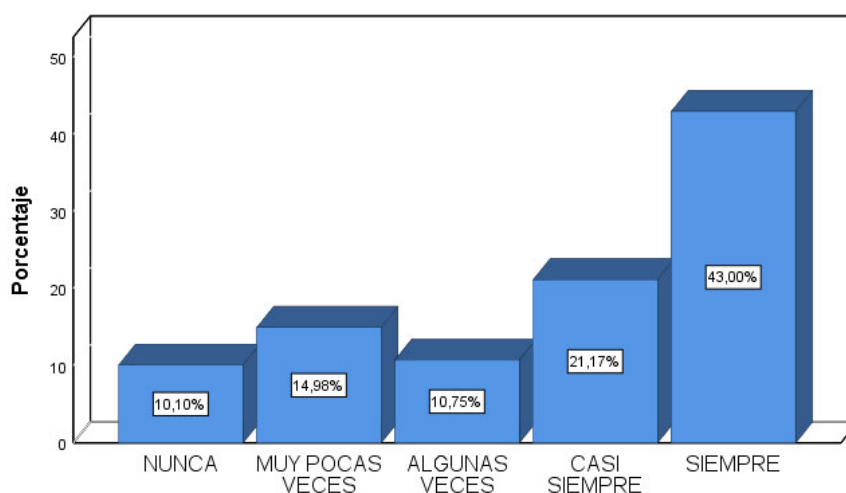
**Tabla 34. Población Económicamente Activa de la provincia**

¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la Población Económicamente Activa de la provincia?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	31	10,1	10,1	10,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	46	15	15	25,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	33	10,7	10,7	35,08
<b>CASI SIEMPRE</b>	65	21,2	21,2	57
<b>SIEMPRE</b>	132	43	43	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 31. Población Económicamente Activa de la provincia**

¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la Población Económicamente Activa de la provincia?



¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la Tabla 34 se observa que el 43,00% de las empresas encuestadas consideran a su sector como parte fundamental de la población económicamente activa, debido a que mueven la economía con cada uno de sus servicios y productos ofertados en el mercado.

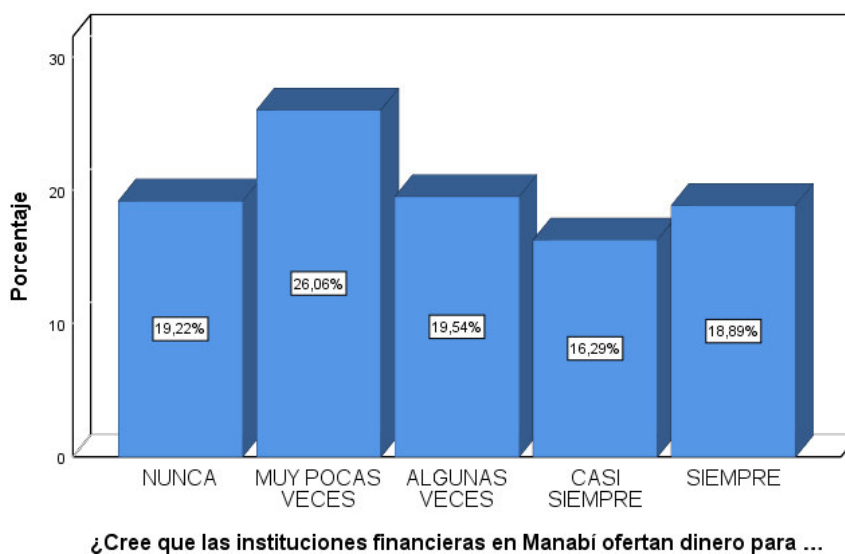
**Tabla 35. Instituciones financieras**

¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	59	19,2	19,2	19,2
<b>MUY POCAS VECES</b>	80	26,1	26,1	45,3
<b>ALGUNAS VECES</b>	60	19,5	19,5	64,8
<b>CASI SIEMPRE</b>	50	16,3	16,3	81,1
<b>SIEMPRE</b>	58	18,9	18,9	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 32. Instituciones financieras**

¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 35 se observa que el 26,06% de las empresas encuestadas consideran la existencia de muy pocas instituciones financieras que se ofrecen en la prestación de dinero para dinamizar e impulsar la economía de estas empresas con ofertas turísticas.

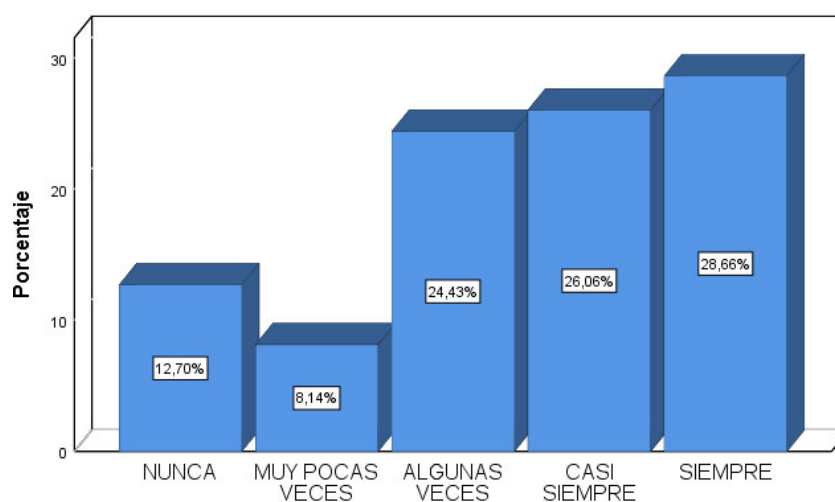
**Tabla 36. Instituciones públicas**

¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	39	12,7	12,7	12,7
<b>MUY POCAS VECES</b>	25	8,1	8,1	20,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	45,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	80	26,1	26,1	71,3
<b>SIEMPRE</b>	88	28,7	28,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 33. Instituciones públicas**

¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?



¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la Tabla 36 se observa que el 28,66% de las empresas encuestadas consideran que los cambios e innovación constantes forman parte de sus políticas internas, y que las instituciones públicas están trabajando en conjunto a ellas para poder ofrecer servicios de calidad.

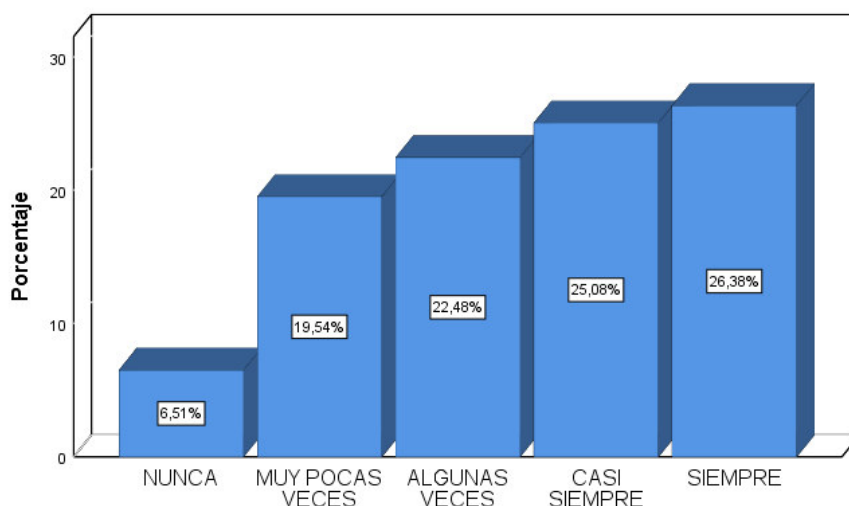
**Tabla 37. Recursos patrimoniales**

¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	20	6,5	6,5	6,5
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	26,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	69	22,5	22,5	48,5
<b>CASI SIEMPRE</b>	77	25,1	25,1	73,6
<b>SIEMPRE</b>	81	26,4	26,4	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 34. Recursos patrimoniales**

¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?



¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Interpretación:** En la Tabla 37 se observa que el 26,38% de las empresas encuestadas consideran que se deben proteger aquellos recursos debido a que forman parte importante de la historia turística y patrimonial del país, muchas empresas las usan para dar a conocer su oferta turística.

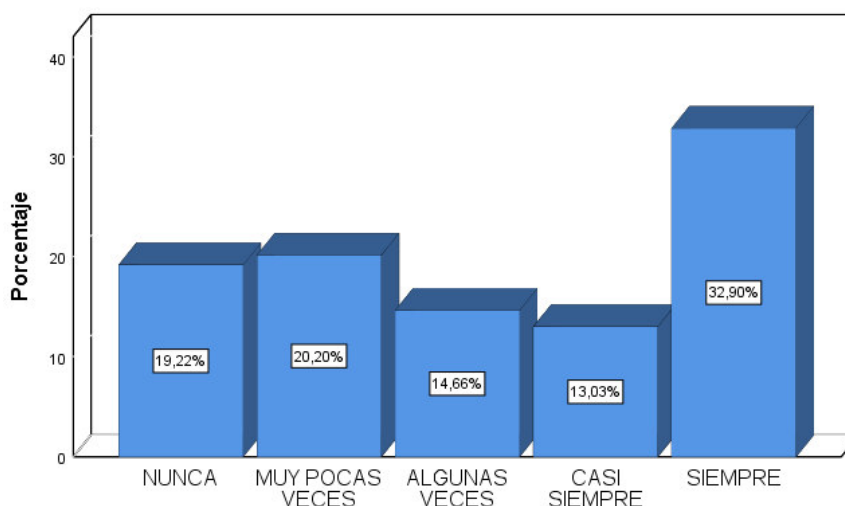
**Tabla 38. Planificación turística y ambiental**

¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en planificación turística y ambiental?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	59	19,2	19,2	19,2
<b>MUY POCAS VECES</b>	62	20,2	20,2	39,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	45	14,7	14,7	54,1
<b>CASI SIEMPRE</b>	40	13	13	67,1
<b>SIEMPRE</b>	101	32,9	32,9	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí

**Gráfico 35. Planificación turística y ambiental**

¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en planificación turística y ambiental?



¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en planificación turística...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la tabla 38 se observa que el 32,90% de las empresas encuestadas indican que realizan un trabajo en conjunto con el gobierno para lograr una mejor planificación y ofrecer al turista lo mejor de cada una de las ciudades que tiene nuestro país.

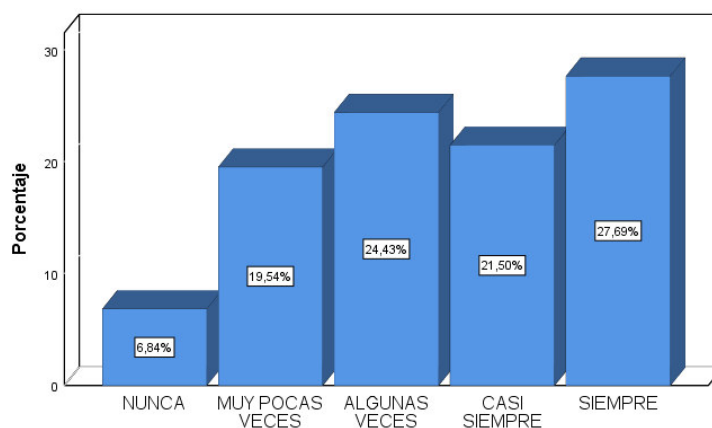
**Tabla 39. Desarrollo de la estructura territorial**

¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la estructura territorial?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	21	6,8	6,8	6,8
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	26,3
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	50,7
<b>CASI SIEMPRE</b>	66	21,5	21,5	72,2
<b>SIEMPRE</b>	85	27,7	27,7	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 36. Desarrollo de la estructura territorial**

¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la infraestructura territorial?



¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 39 se observa que el 27,69% de las empresas encuestadas indican que el sector turístico si contribuye al crecimiento territorial por la diversidad de atractivos turísticos que tiene el país.



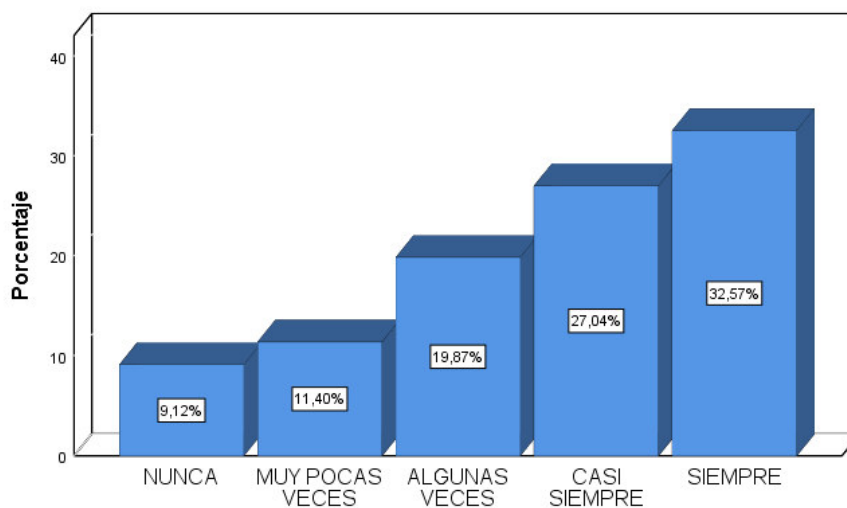
Tabla 41. Protección del medio ambiente

¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para proteger el medio ambiente?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	28	9,1	9,1	9,1
<b>MUY POCAS VECES</b>	35	11,4	11,4	20,5
<b>ALGUNAS VECES</b>	61	19,9	19,9	40,4
<b>CASI SIEMPRE</b>	83	27	27	67,4
<b>SIEMPRE</b>	100	32,6	32,6	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

Gráfico 37. Protección del medio ambiente

¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para proteger el medio ambiente?



¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 41 se observa que el 59,62% de las empresas encuestadas indican que siempre o casi siempre cuentan con políticas y mecanismos de manejo de residuos para la protección del medio ambiente.

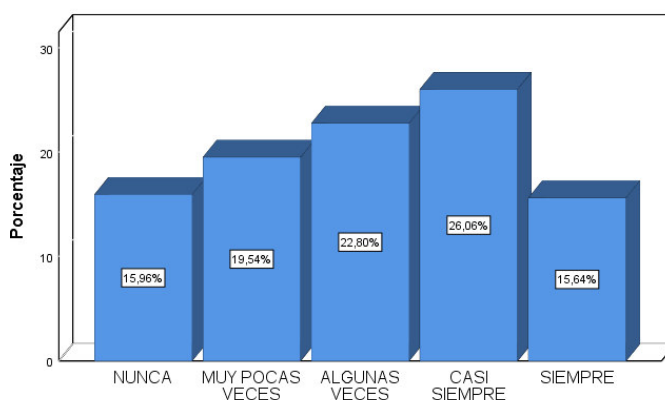
**Tabla 42. Sistemas de educación a todo nivel de formación**

. ¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de formación?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	49	16	16	16
<b>MUY POCAS VECES</b>	60	19,5	19,5	35,5
<b>ALGUNAS VECES</b>	70	22,8	22,8	58,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	80	26,1	26,1	84,4
<b>SIEMPRE</b>	48	15,6	15,6	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 38. Sistemas de educación a todo nivel de formación**

¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de formación?



¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 42 se observa que el 26,06% de las empresas encuestadas indican que casi siempre existe en un rango moderado la población tiene acceso a varios niveles de educación, estar preparados para asumir los nuevos retos que demanda la vida personal y profesional.

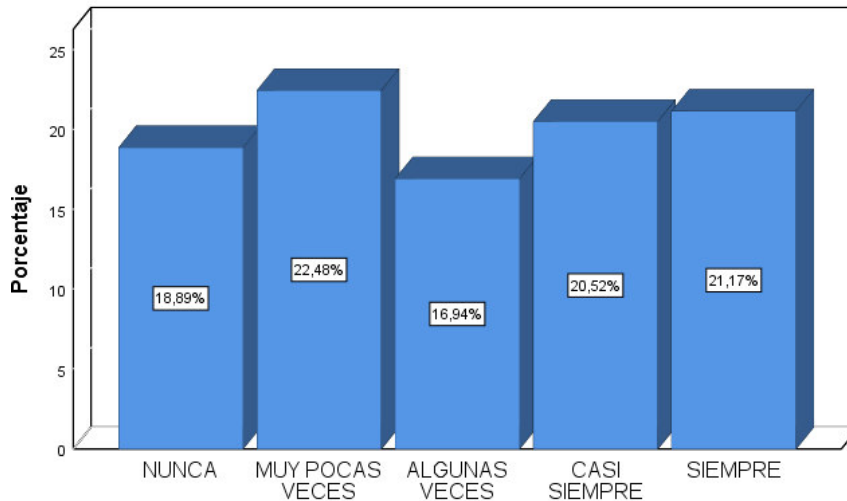
**Tabla 43. Servicios básicos**

¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios básicos?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	58	18,9	18,9	18,9
<b>MUY POCAS VECES</b>	69	22,5	22,5	41,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	52	16,9	16,9	58,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	63	20,5	20,5	78,8
<b>SIEMPRE</b>	65	21,2	21,2	100

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 39. Servicios básicos**

¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios básicos?



¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios ...

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 43 se observa que el 22,48% de las empresas encuestadas hacen referencia a que la dotación de los servicios básicos en la provincia de Manabí no es muy adecuada son muy pocas personas las que cuentan con los servicios básicos adecuados para que puedan satisfacer sus necesidades.

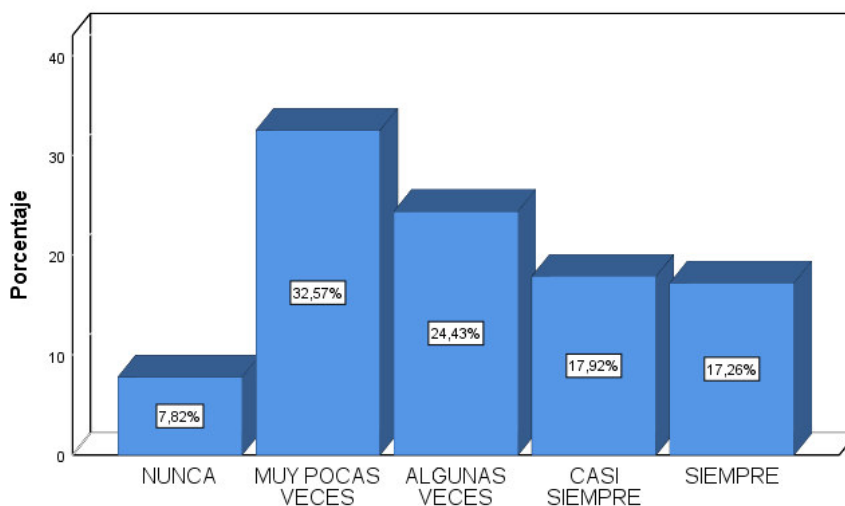
**Tabla 44. Medios de conectividad tecnología global**

¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	24	7,8	7,8	7,8
<b>MUY POCAS VECES</b>	100	32,6	32,6	40,4
<b>ALGUNAS VECES</b>	75	24,4	24,4	64,8
<b>CASI SIEMPRE</b>	55	17,9	17,9	82,7
<b>SIEMPRE</b>	53	17,3	17,3	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 40. Medios de conectividad tecnología global**

¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?



¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 44 se observa que el 32,57% de las empresas encuestadas hacen referencia a que gran parte de la población muy pocas veces tienen acceso limitado a la tecnología global.

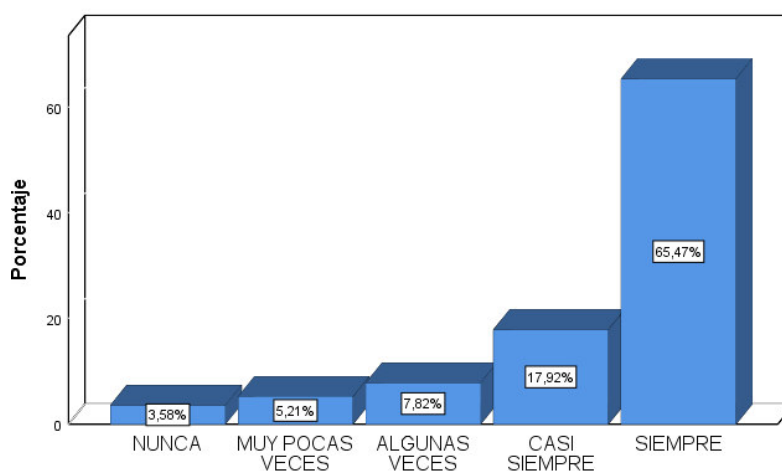
**Tabla 45. Transportación urbana y provincial**

¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	11	3,6	3,6	3,6
<b>MUY POCAS VECES</b>	16	5,2	5,2	8,8
<b>ALGUNAS VECES</b>	24	7,8	7,8	16,6
<b>CASI SIEMPRE</b>	55	17,9	17,9	34,5
<b>SIEMPRE</b>	201	65,5	65,5	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 41. Transportación urbana y provincial**

¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?



¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y ...

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

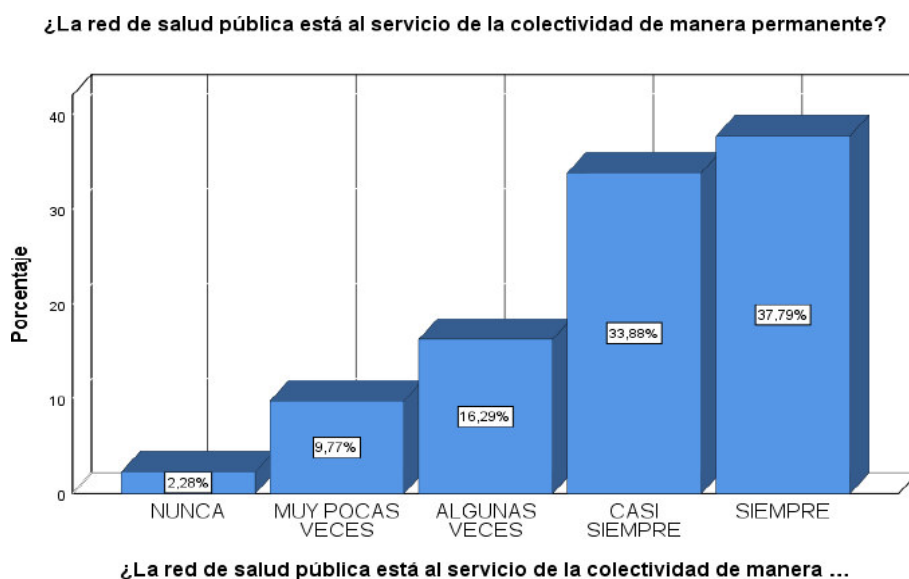
**Interpretación:** En la Tabla 45 se observa que el 65,47% de las empresas encuestadas indican que se tiene acceso a transportación urbana y rural, que permite que se puedan movilizar en auto propio como en los buses y acceder a los diferentes lugares turísticos del país.

**Tabla 46. Red de salud pública**

¿La red de salud pública está al servicio de la colectividad de manera permanente?				
Opciones	Frecuencia	porcentaje	porcentaje valido	porcentaje acumulado
<b>NUNCA</b>	7	2,3	2,3	2,3
<b>MUY POCAS VECES</b>	30	9,8	9,8	12,1
<b>ALGUNAS VECES</b>	50	16,3	16,3	28,3
<b>CASI SIEMPRE</b>	104	33,9	33,9	62,2
<b>SIEMPRE</b>	116	37,8	37,8	100

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Gráfico 42. Red de salud pública**



**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí.

**Interpretación:** En la Tabla 46 se observa que el 37,79% de las empresas encuestadas indican que en el país la población tiene acceso al sistema de salud tanto pública como privada de manera permanente.

### 4.1.2 Resultados en el SPSS

Luego de recolectar los datos de las encuestas, organizamos, codificamos y resumimos las preguntas. Utilizando el software IBM SPSS, creamos gráficos como histogramas y aplicamos otras técnicas estadísticas. Además, evaluamos la confiabilidad del instrumento de medición y sus datos mediante el coeficiente de Cronbach. Un valor cercano a 1 indica mayor confiabilidad (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022). En nuestro estudio con 40 ítems y 307 empresas encuestadas, el resultado del Alfa de Cronbach fue:

### 4.1.3 Fiabilidad del instrumento

En la tabla 47 se observa el coeficiente Alfa de Cronbach que es una medida esencial en la evaluación de la consistencia interna y fiabilidad de instrumentos de medición como encuestas, escalas o pruebas. En el caso de las 40 preguntas de nuestro instrumento se ha conseguido un coeficiente de 0,996, lo que significa que existe una gran confiabilidad del instrumento de recolección de datos.

**Tabla 47. Coeficiente Alfa de Cronbach**

Estadísticas de confiabilidad	
N de Elementos	40
Alfa Cronbach	0,996

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí-

Resultados PSS-25

En la tabla 48, se muestran los estadísticos descriptivos en ellos se observa un poco desviación de los datos, lo que indican que se acerca más una media o promedio. Al mismo tiempo se observa como los datos son homogéneos y responde de manera adecuada a la realidad mostrando una media que varíe según la pregunta posicionándose mayormente en 3 lo que indica que la mayoría de las repuesta son positivas enmarcadas entre algunas ocasiones, casi siempre y siempre.

**Tabla 44. Estadísticos descriptivos**

Estadísticos descriptivos					
Pregunta	obser	Mínimo	Máximo	Media	Desviación
¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?	307	1	5	3,99	1,035
¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?	307	1	5	4,25	0,982
¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?	307	1	5	4,36	1,065
¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?	307	1	5	3,83	1,169
¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos / servicios en el mercado turístico?	307	1	5	3,06	1,312
¿Le presta atención a la calidad del servicio que entrega su empresa?	307	1	5	3,84	1,145
¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?	307	1	5	3,71	1,402
¿Existen reclamos de los usuarios por sus servicios?	307	1	5	2,2	1,187
¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retornan a tomar nuevamente sus servicios?	307	1	5	3,74	1,378
¿Se capacita al personal de su organización?	307	1	5	3,04	1,229
¿Su estructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?	307	1	5	3,92	1,048
¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?	307	1	5	2,41	1,421
¿El turista tiene la tranquilidad de contar con estructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?	307	1	5	3,5	1,324
¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna como bares y otros?	307	1	5	4,36	1,065
¿Los activos turísticos son de abierta y permanente accesibilidad?	307	1	5	3,27	1,382
¿Brinda su empresa seguridad integral al turista que consume los servicios ofertados?	307	1	5	3,71	1,402



¿El estado a través de los elementos del orden público-policía esta pendiente de la seguridad de los turistas?	307	1	5	4,25	0,982
¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en payas y parques?	307	1	5	3,89	1,231
Dado el riesgo de desastres de desastres naturales en Manabí ¿se realizan simulacros?	307	1	5	2,91	1,101
¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad del turista?	307	1	5	4,33	1,069
¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?	307	1	5	4,07	1,001
¿Hay intención de capitalistas de invertir en la provincia?	307	1	5	3,87	1,299
¿El estado invierte en el desarrollo de la estructura turística de la provincia?	307	1	5	3,5	1,324
¿Hay renovación periódica de la señalética informativa turística?	307	1	5	3,43	1,267
¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?	307	1	5	2,41	1,421
¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?	307	1	5	4,36	1,065
¿La organización realiza contrataciones de personal anualmente?	307	1	5	3,92	1,048
En pro de impulsar el empleo indirecto ¿Las compras de materias primas a proveedores locales?	307	1	5	3,48	1,42
¿Considera que el sector contribuye al crecimiento de la población económicamente activa?	307	1	5	3,72	1,405
¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?	307	1	5	2,9	1,394
¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?	307	1	5	3,5	1,324
¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?	307	1	5	3,45	1,25
¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en planificación turística y	307	1	5	3,2	1,544
¿Piensa que el sector contribuye al desarrollo de estructura territorial?	307	1	5	3,44	1,267
¿Su empresa cuenta con una política de manejo ambiental?	307	1	5	3,63	1,291

¿La población tiene acceso a sistema de educación a todo nivel de formación?	307	1	5	3,06	1,312	132
¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento De servicios básicos?	307	1	5	3,03	1,428	
¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?	307	1	5	3,04	1,229	
¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?	307	1	5	4,36	1,065	
¿La red de salud pública está al servicio de la colectividad de manera permanente?	307	1	5	3,95	1,067	
N válido (por lista)	<b>307</b>					

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí-

Resultados PSS-25

## 4.2. Prueba de Hipótesis

Para realizar la prueba de hipótesis se ha utilizado el análisis de correlación de RHO de Spearman, utilizando el “**SPSS/25**”:

### Hipótesis general

La gestión en la actividad turística impacta en e desarrollo socioeconómico de Manabí provincia de Ecuador.

- I.  $H_0 =$  No existe correlación entre las variables. Por lo tanto, la gestión de las actividades desarrolladas en el sector turístico **No** influye sobre el desarrollo socioeconómico de Manabí provincia de Ecuador.
- II.  $H_1 =$  Existe correlacion entre las variables. Por lo tanto, la gestión de las actividades desarrolladas en el sector turístico **Si** influye sobre el desarrollo socioeconómico de Manabí provincia de Ecuador.
  1. Si la significancia es  $< 0,05$  se acepta la hipótesis nula.
  2. Si la significancia es  $\geq 0,05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 45. Correlación Rho Spearman, hipótesis general**

<b>Correlación de Pearson</b>			
<b>Variables</b>		Gestión turística	Desarrollo socioeconómico
Gestión turística	Correlación	1,000	0,995 ***
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307
Desarrollo socioeconómico	Correlación	0,995 ***	1,000
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí-Resultados PSS-25.

Para la hipótesis general, los valores de significancia  $\geq 0,05$ , lo que indica que se rechaza hipótesis nula y se acepta hipótesis alternativa, existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La gestión de las actividades desarrolladas en el sector turístico SI influye en el desarrollo socioeconómico de Manabí provincia de Ecuador

#### **Prueba de hipótesis específica 1:**

La competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.

- I.  $H_0 =$  No existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La competitividad NO tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador
- II.  $H_1 =$  Existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La competitividad SI tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador

**Tabla 46. Correlación competitividad y desarrollo socioeconómico**

<b>Correlación de Pearson</b>		
<b>Variables</b>	Competitividad	Desarrollo socioeconómico

Competitividad	Correlación	1,000	0,965 ***
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307
Desarrollo socioeconómico	Correlación	0,965 ***	1,000
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí-Resultados PSS-25

Para la hipótesis específica 1, los valores de significancia  $\geq 0,05$ , lo que indica que se rechaza hipótesis nula y se acepta hipótesis alternativa, existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La competitividad Si tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.

### Prueba de hipótesis específica 2:

Los servicios que ofrece el sector turístico impactan en el desarrollo socioeconómico de Manabí – Ecuador.

- I.  $H_0 =$  No existe correlación entre las variables. Por lo tanto, Los servicios que ofrece el sector turístico NO impactan en el desarrollo socioeconómico de Manabí – Ecuador
- II.  $H_1 =$  Existe correlacion entre las variables. Por lo tanto, Los servicios que ofrece el sector turístico SI impactan en el desarrollo socioeconómico de Manabí – Ecuador

**Tabla 47. Correlación servicio turístico y desarrollo socioeconómico**

Correlación de Pearson		
Variables	Servicios turísticos	Desarrollo socioeconómico

Servicios turísticos	Correlación	1,000	0,985 ***
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307
Desarrollo socioeconómico	Correlación	0,985 ***	1,000
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307

**Fuente:** Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí- Resultados PSS-25

Para la hipótesis específica 2, los valores de significancia  $\geq 0,05$ , lo que indica que se rechaza hipótesis nula y se acepta hipótesis alternativa, existe correlación entre las variables. Por lo tanto, Los servicios que ofrece el sector turístico SI influyen en el desarrollo socioeconómico de Manabí – Ecuador.

### Prueba de hipótesis específica 3:

La estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.

- I.  $H_0 =$  No existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La estructura turística NO tienen un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador
- II.  $H_1 =$  Existe correlacion entre las variables. Por lo tanto, La estructura turística SI tienen un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador

**Tabla 48. Correlación estructura turística y desarrollo socioeconómico**

Correlación de Pearson			
Variables		Estructura turística	Desarrollo socioeconómico
La estructura turística	Correlación	1,000	0,991 ***
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307
Desarrollo socioeconómico	Correlación	0,991 ***	1,000
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307

Para la hipótesis específica 3, los valores de significancia  $\geq 0,05$ , lo que indica que se rechaza hipótesis nula y se acepta hipótesis alternativa, existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La infraestructura turística SI tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.

#### Prueba de hipótesis específica 4:

La seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.

- I.  $H_0 =$  No existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La seguridad NO tienen un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador
- II.  $H_1 =$  Existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La seguridad SI tienen un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador

**Tabla 49. Correlación inseguridad y desarrollo socioeconómico**

<b>Correlación de Pearson</b>			
<b>Variables</b>		Seguridad	Desarrollo socioeconómico
Inseguridad	Correlación	1,000	0,964 ***
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307
Desarrollo socioeconómico	Correlación	0,964***	1,000
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00
	Obser.	307	307

Fuente: Encuesta a empresarios, gerentes, administradores o propietarios de empresas turísticas en Manabí-

Para la hipótesis específica 4, los valores de significancia  $\geq 0,05$ , lo que indica que se rechaza hipótesis nula y se acepta hipótesis alternativa, existe correlación entre las variables. Por lo tanto, La seguridad SI tiene un impacto en el desarrollo socioeconómico

de Manabí, Ecuador.

### **4.3 Discusión de los resultados.**

Luego del desarrollo de la presente investigación, antecedida por un amplio análisis de la parte problemática, cuya génesis data desde el 2015, donde la economía era relativamente estable en el Ecuador, igual que para el sector objeto de estudio (turístico en sus distintas formas y actividades), variando drásticamente luego del terremoto del 16 de Abril del 2016, donde se quebrantó el sistema socioeconómico de la provincia de Manabí y sus cantones, con serio impacto para la nación. Sin entrar en detalles ampliamente descritos en apartados anteriores, a esto se le suma otro problema a finales del 2019 e inicios del 2020, como fue y sigue siendo pero en menorescala, la pandemia global del Covid-19, crisis sanitaria con repercusión a nivel humano y empresarial. Sin duda estos eventos sin precedentes históricos, han trastocado el desempeño de aquellas empresas y negocios dedicados al turismo, principalmente de la PYMES, cuya estructura orgánica y física ha tenido que soportar el peso de la crisis generada por los fenómenos descritos (natural y antrópico).

Luego de estos sucesos, como en todo tiempo crítico por el cual ha tenido que atravesar la humanidad y sus organizaciones, es donde realmente se empieza a medir la capacidad y resiliencia del individuo y las empresas, quienes históricamente han demostrado el aplomo para poder avanzar en el tiempo, sin detenerse a lamentarse ni estancarse, sino a empezar de nuevo si es necesario. Así la gestión y sus gestores, en toda ciencia conexas a la administración, han debido de erigirse frente a los desafíos del mundo de los negocios, y, la actividad turística no es la excepción. Los retos a encarar de momento para la gestión turística en Manabí, ya no son de sentarse en retrospectiva a mirar los efectos del terremoto y la pandemia, sino de

138

subsana aquellas derivaciones de estos dos funestos sucesos, los cuales han generado una baja de competitividad en empresas públicas y privadas, responsables de levantar alturismo, evidenciada en limitados servicios a favor de turista, sin que exista la mínima preocupación de mejorar la estructura física del sector, principalmente de hoteles, los cuales aún no presentan mejora en su totalidad, luego del 16 A, habiendo pasado más de un quinquenio; de igual manera, y aunque no es poco lidiar frente a la evidente crisis económica del Ecuador, generadora de los altos índices delincuenciales, se presenta otro problema más para el sector turístico, y quizá el más complejo de superar a mediano plazo, como es la inseguridad o falta de seguridad para locales y viajeros.

Los hallazgos han demostrado, lo imperativo que es redoblar esfuerzos para no dejar morir a un sector que históricamente le ha tributado buenos réditos para la región y el país, siendo tarea del estado y sus instituciones, brindar el soporte al empresariado PYMES para no dejarlo sucumbir, significando inyectar recursos a nivel de estructura física (vialidad, conectividad, servicios básicos, ordenamiento territorial, etc.), elementos vitales para que el turismo vuelva a dinamizarse, aprovechando la bondades geográficas, naturales, gastronómicas, culturales y patrimoniales que posee la provincia de Manabí y el Ecuador en general, pues la suma de sinergias (pública/privada), es la única forma de lograr el despunte del turismo nacional. A partir de esto, no es únicamente una deducción resultadista fruto del estudio, sino que en términos teóricos/prácticos, es lo que se debería realizar, tal como lo afirma el mismo gobierno del Ecuador a través del Ministerio de Turismo en su Plan Estratégico Institucional (2019-2021), coligiendo que “el turismo es un pilar esencial para la economía, pues genera plazas de empleo gracias a los encadenamientos de la actividad productiva, de esta forma transforma la calidad de vida de los habitantes de un país” (p.3); es decir en un claro empuje al desarrollo socioeconómico. En ese sentido, la sugerencia es que se deben aprovechar todas las



ventajas que tengan comodestino turístico, siendo necesario volcarse a la competitividad por parte de todos susactores.

Bajo los argumentos esgrimidos, el Ministerio de Turismo , en varias de las propuestas para apoyar e impulsar al sector turístico nacional señala que “El plan se concentra en poner en marcha y coordinar la elaboración de políticas, planes, programas, proyectos, productos, acciones y actividades integrales con el propósito de promover un turismo que sea competitivo, sostenible, accesible e inclusivo (página 12). Asimismo, en ese documento se destaca que este plan está alineado con el Plan Nacional de Turismo 2030, sirviendo como una guía que permite unificar los objetivos comunes de nuestras estrategias de planificación a mediano y largo plazo. (p.14). Indica además el MinTur (2021) que el programa y sus planificaciones establecen trabajar en cinco ejes elementales y críticos, como son: se busca proteger a los usuarios de servicios turísticos. Se centra en el desarrollo de destinos. Tercero, se enfoca en la mejora de productos y calidad. Impulsa la conectividad. Quinto, promueve el emprendimiento y la inversión. Y finalmente, se encarga de gestionar el marketing y la promoción. (p.17). Sin embargo, de lo escrito, todo ha quedado de momento en letra, puesto que aún no se evidencia la aplicación plena delos ejes propuestos, por ello se desprenden múltiples problemas para quienes están inmersos en la actividad turística, como aquellos que se han abordado en esta investigación, cuyo trazo es longitudinal, es decir en un periodo de tiempo definido para su análisis.

Existen muchos investigadores como Crouch (2010), que han venido analizando la “gestión turística”, de la mano con la competitividad de los destinos, generándose teorías, modelos, procesos, procedimientos y actividades tendientes a ayudar a la mejora del crecimiento turístico, que implica lo social y económico, transformándose realmente

en reto. León (2015) sobre la gestión expone que “es el nivel de satisfacción que puede lograr un destino turístico, propulsada por los diferentes agentes económicos, los cuales deben implementar estrategias eficientes a favor de la industria” (p.30). En el mismo orden teórico, Hassan (2000), sobre la competitividad local o turística, alusiva a sus actores o gestores explica que “es la capacidad que las organizaciones deben tener para crear e integrar productos de valor agregado, confiriendo sustentabilidad a sus recursos, buscando un mejor posicionamiento en el mercado, en relación a la competencia” (p.64).

En cuanto a los resultados estadísticos y comprobatorios (pruebas de hipótesis), aplicando el software especializado (SPSS/25), son concluyentes las correlaciones, mismas que determinan por un lado en la hipótesis general (afirmativa), que existe un nivel muy alto de correlación (0,995), por lo tanto, la gestión en las actividades que desarrolló el sector turístico tiene impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia estudiada (Manabí - Ecuador). Sobre las hipótesis específicas se obtienen derivaciones afirmativas obteniendo en la primera un nivel correlacional de 0,965, en la segunda 0,985, en la tercera 0,991 y en la cuarta 0,964, todas con un grado muy alto, por tanto, la competitividad, el servicio turístico, la estructura turística y la seguridad tienen un impacto en el desarrollo socioeconómico de Manabí. Otros resultados en relación a las preguntas efectuadas en la investigación pueden ser fácilmente observadas a partir de los resultados de las encuestas (pag.128), cuyas tabulaciones (frecuencias) y sus análisis, brindan una clara exposición del pensamiento de los encuestados.

## **CAPÍTULO 5: IMPACTOS**

### **5.1. Propuesta para la solución del problema**

#### **5.1.1. Tema de la propuesta**

Diseño de un plan estratégico para aumentar los índices de calidad de la industria turística de Manabí, Ecuador.

#### **5.1.2. Justificación.**

De acuerdo a los análisis realizados mediante las encuestas aplicadas a los empresarios del sector turístico (herramienta-constructo) y entrevistas a los turistas, es importante destacar que Manabí presenta muchos atractivos que inciden en la preferencia de los viajeros para visitar dicho territorio; dentro de los principales aspectos positivos que tiene esta una exquisita gastronomía, lugares históricos, patrimoniales, estructura hotelera, pero principalmente sus activos naturales, mismos que se transforman en su mayor fortaleza, tales como los diversos destinos turísticos entre los que están ecosistemas de selva tropical y bosques deciduo, islas de diferentes tamaños, ecosistemas marinos como arrecifes y manglares, extensos valles y ríos, además presenta la mayor extensión de zona costera en playa (350 km, desde Ayampe en la zona sur, hasta Pedernales en la zona norte) en el Ecuador; entre los destinos más escogidos por los turistas nacionales e internacionales, pese a este periodo crítico de recesión, por efectos del fenómeno antrópico de la pandemia del Covid-19.

Es importante resaltar que los niveles de calidad adecuados en cada una de las áreas que conforman el sector dedicado a la hotelería, inciden en el desarrollo económico de Manabí, en virtud de que entre mayor sea la satisfacción del turista mayores posibilidades habrá para que regrese e incluso de que se multiplique el

Con los antecedentes expuestos, la presente propuesta se centra en el aumento de los niveles de calidad en las organizaciones que componen el sector turístico; lo importante es mejorar la estructura de servicios en todo orden y en todo tipo de negocio, permitiendo mejorar el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, donde los habitantes tienen el rol principal.

En todo caso se busca que la población sea la beneficiaria directa y principal, dado que se podrá mejorar la calidad de vida; así mismo de forma indirecta, pero sin restarle prioridad, están los turistas, puesto que todas las mejoras que se desarrollen y otorguen a favor de los visitantes/paseantes, principalmente en lo relacionado a la calidad de los servicios, mismos que deben ser con “calidad y calidez”.

### **5.1.3. Fundamentación.**

Para la implementación del plan estratégico se han tomado técnicas económicas y financieras que implican el mejoramiento de los niveles de calidad en la promoción turística, servicios hoteleros, transporte y restauración (gastronomía).

### **5.1.4. Objetivo general.**

Diseñar un plan estratégico que permita aumentar los niveles de calidad que la industria turística de Manabí, ofrece a los visitantes.

### **5.1.5. Objetivos específicos.**

- Determinar las necesidades de los turistas, en cuanto a demandas y expectativas.

- Incentivar el aumento de la calidad y satisfacción de las actividades gastronómicas de la provincia.
- Inducir a las políticas públicas para el mejoramiento en el mantenimiento vial y aumento de la calidad en el transporte público.
- Desarrollar un sistema de mejoramiento para las políticas de marketing relacionadas con la actividad turística.
- Promover la capacitación permanente del sector turístico de la provincia con todos sus actores.

#### **5.1.1. Importancia.**

La importancia de un plan estratégico se identifica como el medio para definir los lineamientos específicos mediante los cuales se podrá mejorar los niveles de calidad en la oferta de servicios que sector enfocado al turismo Manabí-Ecuador, mediante la aplicación de enfoques económicos y administrativos que permitan cumplir con los objetivos propuestos.

Tabla 50. Plan estratégico para mejorar los niveles de calidad de la oferta turística de Manabí

Plan estratégico para mejorar los niveles de calidad de la oferta turística de Manabí								
Objetivo	Estrategias	Planes de acción	Plazos	Responsables	Indicadores	Medios de verificación	Recursos financieros	
Realizar un plan de capacitación que permita mejorar los niveles de calidad en los servicios hoteleros de la provincia de Manabí.	Crear una base de parámetros de calidad mediante el empleo de capacitaciones para las personas (naturales y jurídicas) que forman parte del sector hotelero, con la finalidad de aumentar dichos niveles productivos.	Identificar parámetros de calidad inducidos al servicio hotelero con la finalidad de mejorar el nivel de satisfacción de los turistas visitantes.	12 meses	Dirección de turismo provincial en coordinación con GAD Municipales	<i>Actividades desarrolladas y cumplidas</i>	<i>Actividades programadas</i>	Encuestas dirigidas a los clientes, para conocer las exigencias más relevantes de los clientes.	\$10.250,00
		Establecer los medios y recursos que permitan el mejoramiento de los niveles de calidad en la oferta de los servicios hoteleros.					Programa de capacitación.	
		Incluir temáticas de motivación a los integrantes de oferta turística, principalmente para mejorar el servicio ofertado a los turistas.					Informe sobre temática motivacional.	
		Socializar los parámetros de calidad a los integrantes de la oferta de los servicios hoteleros, para aumentar el nivel de satisfacción de los turistas.					Encuesta aplicada a los trabajadores.	
Incentivar el aumento de los niveles de calidad en el servicio de la oferta gastronómica de la provincia.	Impulsar la aplicación de parámetros de calidad en atención al cliente para su aplicación en los servicios de restauración.	Establecer lineamientos de calidad en la atención al cliente para mejorar la calidad de atención en los servicios de restauración.	12 meses	Dirección de turismo provincial en coordinación con GAD Municipales	<i>Actividades desarrolladas y cumplidas</i>	<i>Actividades programadas</i>	Encuestas dirigidas a los clientes de los restaurantes.	\$10.250,00
		Desarrollar un programa de capacitación para los servicios dedicados a la oferta gastronómica.					Programa de capacitación.	
		Socializar los niveles de calidad establecidos para la atención al cliente en los servicios de restauración.					Encuesta dirigida a los trabajadores de los restaurantes	

							de Manabí.	
Inducir a la generación de políticas públicas para el mejoramiento en el mantenimiento vial y aumento de la calidad en el transporte público.	Proponer a las autoridades estrategias de mejoramiento vial para mayor seguridad y comodidad al viajar, así como también seguridad a las unidades de transporte público.	Identificar las falencias existentes en la red vial y en el uso del transporte público.	12 meses	Agencia Nacional de Tránsito en coordinación con la Dirección de turismo provincial y los GAD Municipales	<i>Actividades desarrolladas y cumplidas</i>	<i>Actividades programadas</i>	Fichas de observación.	\$8.355,00
		Definir un plan de acción para corregir las falencias detectadas en la red vial y transporte público.					Plan de acción.	
		Aplicar métodos que permitan aumentar los niveles de calidad en la vialidad, vialidad, proporcionando mejor movilidad a los turistas.					Fichas de observación.	
		Establecer parámetros de cumplimiento en el transporte público para precautelar la seguridad de los usuarios.					Encuestas a los usuarios el transporte público.	
Desarrollar un sistema de mejoramiento permanente para las políticas, estrategias y Tácticas de marketing, relacionadas con la actividad turística.	Implementar políticas inclusivas de marketing, que mejoren la calidad de la información y así aumentar el flujo de turistas a la provincia de Manabí.	Identificar los perfiles de los turistas cuya preferencia es visitar la provincia de Manabí.	12 meses	Dirección de comunicación del Consejo Provincial y los GAD Municipales.	<i>Actividades desarrolladas y cumplidas</i>	<i>Actividades programadas</i>	Estudio De mercado turístico.	\$85.260,00
		Cuantificar las preferencias de los turistas para visitar el territorio manabita.					Encuestas dirigidas a turistas.	
		Establecer las estrategias de marketing para promocionar los atractivos turísticos de la provincia en base a los análisis realizados.					Levantamiento de información sobre los atractivos turísticos de Manabí.	
		Desplegar estrategias publicitarias para acrecentar el flujo de turistas hacia la provincia de Manabí.					Plan estratégico integral de comunicación, utilizando publicidad ATL y BTL.	

Fuente: Mauro Herbert Bailón Cevallos (2023)

### 5.13 Costos de implementación de la propuesta.

De acuerdo con el estudio realizado, el costo de implementación de la propuesta es por un valor de USD 114.115,00 (CIENTO CATORCE MIL CIENTO QUINCE 00/100 DÓLARES AMERICANOS); esto con la finalidad de mejorar los niveles de calidad en la oferta de servicios que sector enfocado al turismo Manabí-Ecuador (véase tabla 52)

**Tabla 52. Costo de implementación de la propuesta.**

<b>Objetivo</b>	<b>Costo</b>
Realizar un plan de capacitación que permita mejorar los niveles de calidad en los servicios hoteleros de la provincia de Manabí.	\$10.250,0
Incentivar el aumento de los niveles de calidad en el servicio de la oferta gastronómica de la provincia.	\$10.250,0
Inducir a la generación de políticas públicas para el mejoramiento en el mantenimiento vial y aumento de la calidad en el transporte público.	\$8.355,00
Desarrollar un sistema de mejoramiento permanente para las políticas, estrategias y tácticas de marketing, relacionadas con la actividad turística.	\$85.260,0
<b>Total</b>	<b>\$114.115.</b>

**Elaborado por:** Mauro Herbert Bailón Cevallos (2023)

### 5.1.2. Beneficios que aporta la propuesta.

Conforme el estudio realizado se determina que el beneficio otorgado mediante la aplicación de la presente propuesta, es el mejoramiento de la calidad en los servicios del sector turísticos, contribuyendo de esta manera para de esta manera al desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí.



## CONCLUSIONES.

El análisis y los descubrimientos de este estudio revelan enfoques diacrónicos de gran importancia con respecto a las variables investigadas y sus dimensiones. Se lleva a cabo una aproximación teórica y práctica en torno a la "Gestión Turística y el Desarrollo Socioeconómico", integrando la perspectiva de notables académicos de la administración tanto clásica como moderna. Este enfoque subraya la fundamentación conceptual y científica respaldada por la literatura especializada en el ámbito de la investigación. Desde una perspectiva aplicada, este trabajo se erige como una herramienta estratégica para las entidades dedicadas al turismo. No solo identifica de manera exhaustiva los problemas que afectan al sector, sino que también aporta un acervo académico valioso para orientar las decisiones empresariales y mejorar la gestión del turismo en Manabí. Este enfoque contribuye de manera inherente al desarrollo socioeconómico de la región y, por ende, del país. La propuesta articulada en este documento traza una ruta estratégica para avanzar hacia la competitividad en el "sector turístico", donde convergen no solo las entidades privadas sino también las instituciones gubernamentales, compartiendo así la responsabilidad en el diseño y ejecución de acciones que revitalicen este sector, particularmente afectado por los impactos de la pandemia global de Covid-19 (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

La recuperación del "sector turístico" está condicionada a la capacidad de resiliencia y adaptación que exhiban los actores involucrados, poniendo en relieve la importancia crucial del liderazgo de los gestores en la revitalización del turismo manabita. El abordaje renovado de la "gestión turística" demandará un alto nivel de competencia y proactividad por parte del recurso humano, debidamente formado, para garantizar la prestación de servicios de calidad que sean percibidos con

calidez tanto por los visitantes nacionales como extranjeros. Se hace necesario emprender campañas de empoderamiento ciudadano con el propósito de generar conciencia en la población y presentar la mejor cara posible a los visitantes. La recuperación del sector no solo brindará la oportunidad de restablecer los puestos de trabajo perdidos durante la pandemia, sino que también constituye una empresa cooperativa y asociativa. Basándonos en la identificación de los problemas, es imperativo trabajar en soluciones inmediatas, lo que sentará las bases para una recuperación a mediano y largo plazo (Bailón-Cevallos y Granados-Maguiño, 2022).

➤ **En relación al objetivo general.**

**Demostrar que la gestión de las actividades desarrolladas en el sector turístico influye en el desarrollo socioeconómico de Manabí provincia de Ecuador.**

Se concluye que la gestión de las actividades desarrolladas en el sector turístico de Manabí influye en el desarrollo socioeconómico. Pues los resultados del programa PSS-25 demostraron una alta correlación entre ambas variables según los datos obtenidos de las 307 micro, pequeñas, grandes, medias y grandes empresas dedicadas a ofertar servicios turísticos en Manabí.

Además, la correlación es positiva y significativa, logrando alcanzar un nivel de (0,995), con una significancia de 0,00 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 lo que demuestra que la correlación que se estableció previamente es cierta. En consecuencia y conclusión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

➤ **En relación al primer objetivo específico:**

- **Determinar de qué manera la competitividad del sector turístico impacta en el Desarrollo socioeconómico Manabí, Ecuador.**

Se concluye la competitividad del sector turístico que existe un impacto en el desarrollo socioeconómico, con un nivel de correlación positiva (0,965), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Además, al existir una diversificación de los productos ofertados y una extensa variedad de competidores las barreras de entrada al mercado aumenta llevando a las empresas a mejorar su nivel productivo, de la misma forma a contratar más personal cualificado para el servicio al cliente aumentando el poder adquisitivo de los habitantes de la zona.

➤ **En relación al segundo objetivo específico:**

2. **Definir en qué medida el servicio turístico impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.**

De acuerdo con este resultado El servicio turístico se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico, con un nivel de correlación positiva (0,985), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. De acuerdo con este resultado se establece que, al ofertar un mayor número de servicios turísticos por parte de las empresas turísticas, mayor será el desarrollo socioeconómico que se

tendrá.

➤ **En relación al tercer objetivo específico:**

• **Definir en qué medida la estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de Manabí, Ecuador.**

Se concluye que la estructura turística se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,991), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Se relaciona porque al contar con una estructura de calidad, se logrará un mayor desarrollo.

➤ **En relación al cuarto objetivo específico:**

**3. Describir de qué manera la seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí, Ecuador.**

La seguridad se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,964), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por los resultados obtenidos se deduce que entre más seguro sea el sector turístico, se tendrá un mayor desarrollo socioeconómico.

## RECOMENDACIONES.

1. Una vez comprobada que la gestión de la actividad turística se relaciona con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, es necesario que los dueños de las empresas turísticas den mayor importancia al tema e implementen mecanismos y estrategias necesarias para lograr un mejoramiento en el servicio ofertado, para que puedan alcanzar un incremento en la demanda de sus productos y servicios e incentivar el crecimiento del sector turístico manabita. Sobre la base subsanada de los problemas que se han identificado en la presente investigación, se recomienda tomar en cuenta que:

2. Al generar competitividad laboral (recurso humano capacitado), se sostendrán y crearan generan nuevas plazas de trabajo, por tanto, las empresas deben invertiren la formación de sus empleados. Otro elemento en el que se debe trabajar es en la implementación de una adecuada estructura tecnológica, capaz de volver a las organizaciones interactivas, comunicadas y conectadas con el mundo entero, hay que recordar que es el tiempo de las “TICS”, y quienes no entiendan que el mundo gira en torno a este enfoque, sencillamente estará fuera de competencia en el corto plazo.

3. Se deben crear instrumentos de planificación territorial o de desarrollo turístico, que incluyan sistemas de indicadores relacionados con los impactos ambientales y conservación del medio ambiente. Así mismo, se deben diseñar y aplicar políticas basadas en turismo sustentable para la conservación y valoración de los recursos turísticos y el desarrollo local.

4. Contar con una buena estructura turística atraerá una mayor inversión, por lo que se recomienda la unificación del sector, acogiendo la propuesta de este trabajo, y así se empiecen a seguir las acciones necesarias para promover los atractivosde la provincia, como también exigir a las

autoridades locales, regionales y nacionales, asignar recursos para mejorar la estructura pública, sobre todo la patrimonial, pues el sector privado también tiene la obligación de hacerlo.

5. En tiempos de pandemia es importante que las organizaciones del turismo implementen protocolos de bioseguridad, lo cual generara un espectro de confianza para el turista interno y externo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. (2010). *Bitácora Mochilera*. Santiago de Chile: Universidad de las Américas.
- Anaya, J. (2011). *Logística integral: la gestión como medio para lograr el éxito social*. Madrid - España: Esic Editorial.
- Ansoff, Igor. (1979). "La Dirección Estratégica en la Práctica Empresarial". 29ed. Prentice Hall Hispanoamérica S.A. México.
- Anton Clavé, S. (2011). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona - España: Eureca Media SL.
- Arcarons, . (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona - España: Editorial UOC.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Montecristi - Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Asamblea Nacional de Ecuador. (2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Quito - Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Autoridad Portuaria de Manta. (2014). *Estadística de arribos de buque*.
- Bailón-Cevallos, M. H., & Granados-Maguiño, M. A. (2022). Gestión en la actividad turística: su impacto en el desarrollo socioeconómico. FIPCAEC, 7(4), 2655-2688. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i4>
- Barreiro Fernández, J. M. (2013). *Gestión científica empresarial: temas de investigación actuales*. Coruña - España: Netbiblo, S.L.
- Bauman, Z. (1996). *Modernidad y Ambivalencia*. En: J. Beriain (Comp.). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Ed. Anthropos. España.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Ed. Paidós. España.
- Berghe Romero, É. (2010). *Gestión y gerencia empresariales: Aplicadas al siglo XXI*. Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- Blanco (2008). *Infraestructura turística: Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Ed. PRODAR. Perú.
- Bunge (1980). *Epistemología*. Ed. Siglo XXI Editores. Argentina.
- Buvinić, M. (2014). *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina*. New York - Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Cabarcos Novás, N. (2010). *Gestión de Unidades de Información Y Distribución Turística*. Madrid - España: Ideas propias Editorial, S.L.
- Calderón Hernández, G. (2015). *Investigación en Administración en América Latina*. Manizales - Colombia: Universidad Nacional de Colombia, sede

Manizales.

Casanueva Rocha, C. (2012). *Fundamentos de gestión empresarial*. Madrid - España: Editorial Pirámide.

Ceballos-Lascurain, H. (1993). *El ecoturismo y las áreas protegidas en américa latina y el caribe*.

Cerviño, J., & Cubillo, J. M. (2008). *Marketing sectorial*. Madrid - España: Esic Editorial.

Chandler, A. (2003). *“Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise”*. New York: Beard Books.

Charles, W; Joseph, H; Carl. M. (2002). “Fundamentos de marketing”. Ed. Thomson. Mexico.

Chávez, C. (2020). *Generalidades de la inversión*. Ed. UDLAP. México.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. New York - Estados Unidos: McGraw-Hill Education.

Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo*. Quito - Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.

Crosbi, A. (2011). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*. Barcelona - España: Laertes S.A. de ediciones.

Crouch (2010). *Gestión turística*. Ed. Navarra. España.

Cuatrecasas, L. (2013). *Logística empresarial*. Barcelona - España: Ediciones Gestión 2000 S.A.

De Esteban Curiel, J. (2008). *Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos*. Madrid - España: Editorial Dykinson, S.L.

De Jaime Eslava, J. (2013). *La gestión del control de la empresa*. Madrid -España: Esic Editorial.

Diario El Comercio. (2 de Junio de 2014). *Actualidad*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2014, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/turismo-cultural-ecuador-atractivo-extranjero.html>

Dirección Nacional de Estadísticas Económicas. (2016). *Informe económico*. Quito - Ecuador: Banco Central del Ecuador.



- Drucker, P. (1989). *“What business can learn from nonprofits”*. Harvard Business Review. Pag. 89-93
- El Diario. (24 de 11 de 2011). 250 mil visitantes llegaron a Manabí. *Noticias Manabí Ecuador*, pág. 6B. Obtenido de [http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/209812\\_250-mil-visitantes-llegaron-a-manabi/](http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/209812_250-mil-visitantes-llegaron-a-manabi/)
- FEPTCE, F. P. (2015). *Estudio del perfil de los turistas de visitan la provincia de Manabí*. Quito. Obtenido de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)
- Fernández Aguado, J. (2010). *Fundamentos de la organización de empresas*. Madrid - España: Narcea, S.A. de Ediciones.
- Fossaert, R. (2014). *El mundo en el siglo XXI: una teoría de los sistemas mundiales*. México: Siglo veintiuno editores, S.A. de C.V.
- Fuentes García, R. (2013). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona -España: Editorial Eureka Media S.L.
- Fuentes Medina, A. A. (2012). *Aplicación gerencial: Sistema empresarial prospectivo*. Bogotá - Colombia: Quorum Ediciones Ltda.
- Grant, R. (1996). *“Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones”*. Ed. Civitas. España.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. (2016). *Informe del sector turístico en Manabí. Portoviejo - Ecuador: Dirección de Turismo del GAD Provincial de Manabí*.
- Gómez Borja, M. Á. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. Castilla - España: Universidad de Castilla - La Mancha.
- Hall, M. C. (2009). *El turismo como ciencia social de la movilidad*. Madrid -España: Editorial Síntesis S.A.
- Hamel, G. (2011). *El Futuro de la Administración*. Bogotá - Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Hassan (2000). *Competitividad del destino turístico*. Ed. Vértice. España.
- Hope, J. (2012). *Mejores prácticas de gestión empresarial*. Barcelona - España: Profit Editorial.
- Ianni, O. (2016). *Teorías de la globalización*. México: Siglo veintiuno editores

- S.A. de C.V.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población de Manabí*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
- Iranzo Greus, D. (2011). *De la tierra al espacio: cómo funciona la tecnología que nos ayuda desde el exterior*. Valencia - España: Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Jaramillo Panesso, R. (2010). *La hora del turismo*. Bogotá - Colombia: Editorial Norma S.A.
- Jiménez Herrero, L. M. (2013). *Ecología y economía para un desarrollo sostenible*. Valencia - España: Universidad de Valencia.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research* 24(4):638-657.
- Tribe, J. y Airey, D. (2007). A review of tourism research. *Developments in tourism research*, 3-16.
- Kekutt, E. B. (2014). *Turismo: Herramienta Social*. Quito - Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Legna Verna, C. (2010). *Comprender la macroeconomía*. Buenos Aires -Argentina: Editorial Teseo.
- León (2015). *Gestión de destinos turísticos*. Ed. McGraw-Hill. México.
- Martín Dávila, M. (2010). *Métodos operativos de gestión empresarial*. Madrid - España: Editorial Pirámide S.L.
- Martín Palmero, F. G. (2014). *Desarrollo Sostenible y huella ecológica*. Madrid - España: Netbiblo SL.
- Martínez Guillén, M. D. (2013). *La gestión empresarial*. Madrid - España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Martínez Leal, B. (2013). *Destinos turísticos*. Madrid - España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Mintzberg, H. Brian, Q.; Voyer, J. (1997). "El proceso estratégico. Concepto, contextos y casos". Ed. Prentice Hall. México.
- Ministerio de Turismo. (2012). Ecuador Ama la Vida.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Inventario Turístico de la Provincia de Manabí*. Portoviejo: Dirección Provincial del Ministerio de Turismo - Manabí.

- MinTur. (2016). Catastro Turístico Consolidado Nacional. Dirección de investigación de la Oferta.
- Ministerio de Turismo. (2021). Plan Estratégico Institucional. Ed. MinTur, Ecuador.
- Montaner Montejano, J. (2010). Estructura del mercado turístico. Madrid -España: Editorial Síntesis S.A.
- Moya, J. (2008). Management Democrático. PreMya Consultores, SRL. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros/gratis/2009a/472/index.htm>
- Organización Mundial de Turismo. (15 de julio de 1999). Guía para Administradores locales:. Recuperado el 23 de noviembre de 2014, de Desarrollo turístico sostenible: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>
- Organización de Naciones Unidas (1987). Informe Brundtland: Nuestro futuro común. Ed. ONU. Londres.
- Ortiz, J. (2002). La doctrina de la seguridad humana en la política exterior canadiense. La contribución de Lloyd Axworthy al estudio de la política mundial. Revista CIBOB d'Afers Internacionals. 60.
- Ortiz Pabón, J., & Peralta Mendoza, P. (2019). El Turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangue, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provinciade Santa Elena. Revista Científica y Tecnológica UPSE, 6(2), 82¿90. <https://doi.org/DOI: 10.26423/rctu.v6i2.494>
- Panosso Netto, A. (2014). Filosofía del turismo y su relación con la Gestión Administrativa. Una propuesta epistemológica. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Drucker, P. (1996). "La gestión en tiempo de grandes cambios". Ed. Ehasa. Barcelona.
- Drucker, P. (1999). "Management Challenges for the 21st Century. Ed. Harper Collins.USA.
- Pérez-Carballo Veiga, J. F. (2013). Control de gestión empresarial. Madrid -España: Esic Editorial.
- Piaget, J. (1974). A dónde va la educación. Ed. Ariel. España.
- Porter, Michael. (1982). "Estrategias Competitivas. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y la Competencia". México. Compañía Editorial Continental S.A de C.V – CECSA.
- Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. Quito - Ecuador: FLACSO, Sede Ecuador.

- Ponce, J., Solís X., Quijije, P., Villafuerte., Mero, U., Cruz, R. (2018). Problemas que afectan a las PYMES hoteleras de Manabí - Ecuador. Ed. Mar y Trinchera. Ecuador.
- Ramos Pérez, A. A. (2011). Globalización y neoliberalismo: ejes de la reestructuración del capitalismo mundial y del Estado en el fin del siglo XX. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Reyes, C., & Parrales, E. (2019). Turismo comunitario y desarrollo socioeconómico: propuesta metodológica para el desarrollo turístico de la comunidad salinas en Tamabela, Guaranda 2019. Universidad politécnica salesiana de Guayaquil
- Robles, F. (2000). El desaliento inesperado de la modernidad. Molestias, irritaciones y frutos amargos de la sociedad del riesgo. Ed. Sociedad Hoy. Chile.
- Rosales Ortega, R. (2010). Desarrollo local: teoría y prácticas socioterritoriales. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Sallenave, J. (1985). "Dirección general de estrategias de empresarial". Ed. Les. Francia.
- Sánchez Lihón. (1978). El libro y la lectura en el Perú. Ed. Amaru.
- Secall, R. E. (2002). Turismo y religión: aproximación a la historia del turismo religioso. Málaga - España: Universidad de Málaga.
- Secretaría de Fomento Turístico. (15 de Diciembre de 2013). Turismo de Naturaleza. Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de <http://sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/ver/turismo-de-naturaleza>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir. Quito - Ecuador: SENPLADES.
- Secretaría Nacional del Buen Vivir. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito - Ecuador: Secretaría Nacional del Buen Vivir.
- Seers, D. (2010). Teoría de la dependencia: una reevaluación crítica. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sepulveda, G. (2 de Julio de 2010). Zona económica. Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de Aspectos del Desarrollo Económico: <http://www.zonaeconomica.com/desarrolloeconomico/aspectos>
- Staff, W. (2004). Otros mundos: viajes alternativos y solidarios. Barcelona -España: Intermón Oxfam.
- Suarez Suarez. A. (1999). "El tamaño y el crecimiento de las empresas españolas: ley del efecto proporcional". Ed. Pirámide España.

- Urquidi, V. L. (2014). Desarrollo Sustentable y Cambio Global. México D.F.: El Colegio de México.
- Vásquez, B. (1988). "Desarrollo local, una estrategia de creación de empleo". Editorial Pirámide. Madrid.
- Vygotsky, L. (1985). Pensamientos y lenguaje. Ed. Pléyade. Argentina.
- Von Sprecher, R. H. (2010). Teorías sociológicas. Introducción a los contemporáneos. Córdoba - Argentina: Editorial Brujas.
- Zita Zambrano, V. N. (2022). La realidad del turismo en Manabí (Ecuador). Revista internacional de turismo, empresa y territorio, 6(1), 134-150.  
<https://doi.org/10.21071/riturem.v6i1.14014>
- Zermeño, F. (2014). Lecciones de desarrollo económico. Barcelona - España: Plaza y Valdés S.A. de C.V.

## ANEXOS

## Anexo N° 1: Matriz de consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
LA GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ-ECUADOR					
PROBLEMA	INVESTIGACION		OPERACIONALIZACIÓN		
Planteamiento del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p><b>Problema Principal</b></p> <p>¿De qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí –Ecuador?</p> <p><b>Problemas específicos.</b></p> <p>¿En qué medida la competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador?</p> <p>¿En qué medida los servicios turísticos impactan en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar de qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Describir en qué medida la competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de provincia de Manabí – Ecuador</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>La competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p>	<p><b>V. Independiente</b></p> <p><b>X. Gestión turística.</b></p>	<p><b>X1:</b></p> <p>Competitividad</p> <p><b>X2:</b></p> <p>Servicios turísticos</p> <p><b>X3: Estructura turística</b></p>	<p><b>X1.1:</b> (Número de empresas que se dedican a ofertar los servicios turísticos de forma competitiva)</p> <p><b>X1.2:</b> (Número de productos y servicios turísticos que ofertan las empresas)</p> <p><b>X1.3:</b> (Grado de aceptación de la estructura turística).</p> <p><b>X1.4:</b> (Niveles de seguridad ciudadana y en el destino turístico).</p>

<p>¿En qué medida la estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador?</p> <p>¿En qué medida la seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador?</p>					
--	--	--	--	--	--

		<p>la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p>Determinar en qué medida los servicios turísticos impactan en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p>Mostrar en qué medida la estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p>Probar en qué medida la seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p>	<p>Los servicios turísticos impactan en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p>La estructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p> <p>La seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador</p>	<p><b>V. Dependiente.</b></p> <p>Y. Desarrollo socioeconómico</p>	<p><b>X4:</b></p> <p>Seguridad</p> <p><b>Y1:</b> Inversión empresarial</p> <p><b>Y2:</b> Empleabilidad</p> <p><b>Y3:</b> Sostenibilidad territorial</p> <p><b>Y4:</b> Bienestar social</p>	<p><b>Y1.1:</b> (PIB generado por la inversión nacional y extranjera, el crecimiento, la producción y el consumo en el sector turístico regional).</p> <p><b>Y1.2:</b> (Número de puestos de trabajo creados por el sector turístico.)</p> <p><b>Y1.3:</b> (Cambios en el uso del territorio, grado de contaminación y cuidado con el medio ambiente)</p> <p><b>Y1.4:</b> (Nivel de cobertura de las necesidades básicas insatisfechas - NBI).</p>
--	--	---	---	---	--	--



## Operacionalización de la variable Independiente: Gestión Turística.

DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	OPERACIONALIZACIÓN	DIMENSIONES	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA/DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	FUENTE
En la gestión de la actividad turística se integra como objetivo primordial la satisfacción del cliente, en base a las necesidades de descanso que éste tenga, y el buen uso del tiempo libre que disponga; de igual forma se cuida el medio ambiente para que la actividad desarrollada no afecte el ecosistema donde será explotado turísticamente, ni se vea alterado de manera alguna, de este modo se consigue un turismo sostenible y responsable con el medio ambiente. Los elementos del sistema turístico son la demanda, los atractivos disponibles, la estructura, la comunidad receptora, los equipamientos e instalaciones, y la superestructura. (Palacios, 2020; pág. 15-16).	Una variable es operacionalizada con el fin de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento. Todo investigador durante el proceso de elaboración de un proyecto debe plantearse cuál o cuáles serán las variables o características del objeto de estudio contenidas en las hipótesis que deberá evaluar en la realidad, es decir, someter a "prueba empírica" a través de la medición; se busca describir y ejemplificar el proceso de operacionalización de una variable, para hacer más comprensible la terminología y los conceptos dispersos en la literatura de investigación.	Competitividad	"Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad". (Porter, 1982; p. 62).	(Número de empresas que se dedican a ofertar los servicios turísticos de forma competitiva).	1, 2, 3, 4, 5	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con distintos tipos de investigación.
		Servicios turísticos	"Un conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística" (p.3). Ramírez Cavassa, 2017; p.3).	(Número de productos y servicios turísticos que ofertan las empresas).	6, 7, 8, 9, 10.	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con distintos tipos de investigación.

(Carrasco, S., 2009, citado por Betancur, López, 2011; pag.1).	Estructura turística	“La estructura turística se concibe como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico” (Blanco, 2008; p.18).	Grado de aceptación de la estructura turística.	11, 12, 13, 14, 15	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con soporte en distintos tipos de investigación.
	Seguridad	“Es por tanto, sintomático que en diversos niveles se definan normativamente variados aspectos vinculados con la seguridad; seguridad cooperativa, seguridad global, seguridad democrática, seguridad económica, seguridad alimentaria, seguridad ambiental y, como concepto amplio y abarcador, la seguridad humana” (Ortiz, 2002; p.55).	(Niveles de seguridad ciudadana en el destino turístico).	16, 17, 18, 19, 20	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con soporte en distintos tipos de investigación

## Operacionalización de la variable Dependiente: Desarrollo socioeconómico.

DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	OPERACIONALIZACIÓN	DIMENSIONES	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA/DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	FUENTE
Es un estado social, donde las condiciones de bienestar están dadas a partir del funcionamiento eficiente del mercado, por tanto, las condiciones de brecha como factor de ineficiencia en la economía, se reducen a un mínimo, por lo que la presencia de desigualdad en la distribución de los recursos y concentración del ingreso se ven reducidas a cambio de mayor productividad e interacción comercial, con miras hacia una sostenibilidad en el largo plazo. (Sepulveda,2010; pág.40)	Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. (Carrasco, S. 2009; pág. 220-226).	Inversión empresarial	La inversión se define como el aporte de recursos con fines productivos o de reproducción de capital, es decir, que el valor de la cantidad o capital aportado, aumente o produzca un retorno positivo para que haya una ganancia”(Chávez, C. 2020; p. 2).	(PIB generado por la inversión nacional y extranjera, el crecimiento, la producción y el consumo en el sector turístico regional).	21, 22, 23, 24, 25	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con distintos tipos de investigación.
		Empleabilidad	La empleabilidad, se conceptualiza como “una combinación de aptitud, conocimientos y habilidades, requisito que se convierte en condición necesaria, pero no suficiente, así como competencias emocionales, que muestran, a través de comportamientos observables, la capacidad de gestionar la relación con nosotros mismos y los demás” (Drucker, P. 1999; p. 210).	(Número de puestos de trabajo creados por el sector turístico).	26, 27, 28, 29, 30.	Constructo validado en escala policotómica de Likert.	Primarias y Secundaria con soporte en distintos tipos de investigación.

	Sostenibilidad territorial	<p>Aquella que “permite satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas, bajo la necesidad de hallar un equilibrio entre la esfera económica, social y ambiental del desarrollo” (ONU, 197; p.106).</p>	<p>(Cambios en el uso del territorio, grado de contaminación y cuidado con el medio ambiente)</p>	<p>31, 32, 33, 34, 35</p>	<p>Constructo validado en escala policotomica de Likert.</p>	<p>Primarias y Secundaria con soporte en distintos tipos de investigación</p>
	Bienestar social	<p>El bienestar social “considera a las personas como seres integrantes de una sociedad, con una aspiración de orden social compartido, que impulsa, fomenta y potencia la consecución del propio bienestar individual” (Moix, M. 1980; p.19)</p>	<p>(Nivel de cobertura de las necesidades básicas insatisfechas - NBI).</p>	<p>36, 37, 38, 39, 40</p>	<p>Constructo validado en escala policotomica de Likert.</p>	<p>Primarias y Secundaria con distintos con soporte en distintos tipos de investigación.</p>

**Elaborado:** Mauro Bailón Cevallos

**Anexo No. 2. Inventario turístico de la provincia de Manabí  
Cantón Bolívar**

<b>Atractivos naturales</b>	<b>Atractivos culturales</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Salto nariz del diablo</li> <li>2. Lagunas encantadas de Bijagual.</li> <li>3. Cascada de Chapulí</li> <li>4. Balneario de agua dulce Platanales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Museo arqueológico e histórico “Dr. Luis Feliz López”.</li> <li>2. Presa la esperanza “Sixto DuránBallén”.</li> <li>3. Parque Abdón Calderón.</li> <li>4. Puente rojo.</li> <li>5. Artesanías en barro.</li> <li>6. Elaboración de sombreros de paja mocora.</li> <li>7. Reloj público.</li> <li>8. Parque El Malecón.</li> <li>9. Plaza Cívica Central.</li> <li>10. Parque infantil “San Bartolo”.</li> <li>11. Parque ferroviario.</li> <li>12. Biblioteca popular “Homero J. Ardila”.</li> <li>13. La gabarra.</li> <li>14. Paraje natural y cultural “Quinta del Sol”.</li> <li>15. Gastronomía la tonga.</li> </ol>
<b>Total 19 atractivos turísticos.</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

**Cantón El Carmen**

<b>Atractivos naturales</b>	<b>Atractivos culturales</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Balneario “Las Vegas”.</li> <li>2. La Laguna.</li> <li>3. Bosque protector Granja Experimental ULEAM, extensión El Carmen.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suero Salado.</li> <li>2. Iglesia Central “Nuestra Señora del Carmen”.</li> <li>3. Gallera “El Español”.</li> </ol>

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Cascada “La caída antes del Ñango”.</li> <li>5. Balneario “El Rosario”.</li> <li>6. Río “Las Minas”.</li> <li>7. Balneario “El Paraíso”.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Fiesta Cívica de Cantonización del Carmen.</li> <li>5. Artesanías en caña.</li> </ol>
<b>Total 12 atractivos turísticos.</b>	

**Fuente:** Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Jama

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Playas Camarones.</li> <li>2. Playas “De Don Juan”.</li> <li>3. Playas Tasaste.</li> <li>4. Siete Saltos del río Jama.</li> <li>5. Playa Punta Ballena.</li> <li>6. Punta Prieta.</li> <li>7. Ensenada Tabuga.</li> <li>8. Playa El Motal.</li> <li>9. Playa La División.</li> <li>10. Playa Puerto Paraíso.</li> <li>11. Riachuelo Boca de Jama.</li> <li>12. Cascada de Simón.</li> <li>13. Cascada de Bigua.</li> <li>14. Reserva Ecológica Don Juan.</li> <li>15. Bosque El Paraíso.</li> <li>16. Bosque La Laguna.</li> <li>17. Bosque El Venado.</li> <li>18. Bosque Cerro Nueve.</li> <li>19. Reserva Bosque Seco “Lalo Loor”.</li> <li>20. Playa Punta Blanca.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iglesia Nuestra Señora del Carmen.</li> <li>2. Reserva Arqueológica en el Colegio Nacional Jama.</li> <li>3. Parque Arqueológico Salima.</li> <li>4. Vía Kitito La Mina.</li> <li>5. Sitio Arqueológico Estero Tabuga.</li> <li>6. Expoferia Jama.</li> <li>7. Yogur Don Lalo.</li> <li>8. La Mocora Talabartería.</li> <li>9. Fiesta de San Pedro y San Pablo.</li> <li>10. Arqueología de Don Juan.</li> </ol>
<b>Total 30 atractivos turísticos</b>	

**Fuente:** Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Junín

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. La Casa del Diablo. 2. Bosque la Majagua.	1. Elaboración de caña de azúcar (Panela). 2. Elaboración de alcohol (Aguardiente). 3. Conjunto parcial Colonial.
<b>Total 5 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

**Tabla 5. Cantón Jipijapa**

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Cueva del Sitio Agua Dulce. 2. Cascada de Maryland. 3. Bosque Cerro de la Mona. 4. Cascada de Bajo Grande. 5. Ensenada de Puerto Cayo. 6. Pozo de Chade. 7. Cascada la Botija. 8. Cascada de agua dulce. 9. Pozo de agua azufrada Joa. 10. Volcán apagado Chocotete. 11. Cascada el Salto. 12. Islote Pedernales. 13. Bosque de Cantagallo. 14. Salto de Flor del Salto. 15. Pozo de Choconcha, Andil y Positos.	1. Parque Central. 2. Museo de historia y artesanías Municipales. 3. Casas Coloniales. 4. Fiestas de 15 de octubre. 5. Iglesia Central San Lorenzo. 6. Alfarería de Chade. 7. Artesanías de San Bembe (construcción de vehículos en miniaturas). 8. Artesanías Bermúdez. 9. Greñosos. 10. Gastronomía Sancán. 11. Fiesta del 8 de septiembre “La Virgen de Agua Santa”.
<b>Total 26 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Olmedo

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Río el Pocito.</li> <li>2. Cascada de Navas.</li> <li>3. El Limón de Boquerón.</li> <li>4. La Cascada de Italia.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cabañas Virgen de la Merced.</li> <li>2. Rodeo Montubio.</li> <li>3. Taller de talabartería Hermanos Chávez.</li> </ol>
<b>Total 7 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Pedernales

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Playa Pedernales.</li> <li>2. Playas de Cojimies.</li> <li>3. Playa Punta de los Frailes.</li> <li>4. Río Coaque.</li> <li>5. Reserva Ecológica Mache Chindul.</li> <li>6. Cerro Pata de Pájaro.</li> <li>7. Estuario del Río Cojimies.</li> <li>8. Playa de Punta Palmar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escultura El Corcovado.</li> <li>2. Sitio arqueológico Cheve.</li> <li>3. Sitio arqueológico Coaque.</li> <li>4. Museo La Mitad del Mundo.</li> <li>5. Arquitectura religiosa María Auxiliadora.</li> <li>6. Las leyendas del cantón Pedernales.</li> <li>7. Eventos deportivos 4X4.</li> <li>8. Grupo étnico “Los Chaettis”.</li> <li>9. Gastronomía: queso criollo.</li> </ol>
<b>Total 17 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)



### Cantón Paján

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cerro – Mirador de la ciudad de Paján.</li> <li>2. Cascada de Estero Ciego.</li> <li>3. Cascada San Andrés.</li> <li>4. Cueva de San Isidro.</li> <li>5. Bosque protector Misbaque.</li> <li>6. Cascada Caña Grande.</li> <li>7. Salto de Banchal.</li> <li>8. Cueva de Sota.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lidia de Gallos.</li> <li>2. Rodeo montubio.</li> <li>3. Fiestas Patronales de la Virgen de la Merced.</li> <li>4. Fiestas Patronales de san Juan Bautista de Paján.</li> <li>5. Natilla y tambores de yuca.</li> <li>6. Fiesta Cantonal (7 de noviembre).</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Pozo azufrado de Pechichal.</li> <li>10. Salto de San Vicente de las Cruces.</li> <li>11. Cascada Gramalotal.</li> <li>12. Cascada de Procel.</li> <li>13. Salto María de Oro.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Artesanía en madera.</li> <li>8. Arco de integración Manabí – Guayas.</li> <li>9. Colección particular de libros “Historias de Paján”.</li> <li>10. Zona cafetalera de Campozano y Paján.</li> <li>11. Iglesia La Merced.</li> <li>12. Artesanías en Paja Mocora.</li> </ol>
<b>Total 25 atractivos turísticos</b>	

**Fuente:** Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Puerto López

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parque Nacional Machalilla.</li> <li>2. Playa de Puerto López.</li> <li>3. Playa la Playita.</li> <li>4. Pozo de agua sulfurosa.</li> <li>5. Playa Salango.</li> <li>6. Parcela Marina de Salango.</li> <li>7. Playa Las Ciriales.</li> <li>8. Playa Machalilla.</li> <li>9. Playa Los Frailes.</li> <li>10. Bosque Húmedo San Sebastián.</li> <li>11. Playa La Tortuguita.</li> <li>12. Sendero Bola de Oro.</li> <li>13. Playa Bálsamo 1 y Bálsamo 2.</li> <li>14. Playa la Chocolatera.</li> <li>15. Islote Horno de Pan.</li> <li>16. Playa Dorada.</li> <li>17. Islote de los Horcados.</li> <li>18. Sendero El Rocío.</li> <li>19. Sendero El Sombrerito.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiestas de Las Cruces.</li> <li>2. Festividades religiosas de San Pedro y San Pablo.</li> <li>3. Festividad religiosa de La Virgen de la Merced.</li> <li>4. Festividad religiosa de La Virgen Inmaculada Concepción.</li> <li>5. Museo de Salango.</li> <li>6. Festival de la Balsa Manteña.</li> <li>7. Sitio Arqueológico Agua Blanca.</li> <li>8. Fiestas del 31 de agosto (Fiestas de cantonización).</li> <li>9. Festival Mundial de observación de ballenas jorobadas.</li> <li>10. Comuna de Agua Blanca.</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>20. Bosque Nublado de San Sebastián.</li> <li>21. Mirador Los Frailes.</li> <li>22. Islote Viuda.</li> <li>23. Playa Piqueros.</li> <li>24. Islote Pedernales.</li> <li>25. Isla Salango.</li> <li>26. Islote Sucre.</li> <li>27. Río Ayampe.</li> <li>28. Mirador de Puerto López.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Fiesta Parroquialización Machalilla.</li> <li>12. Museo de Piqueros de Patas Azules.</li> <li>13. Iglesia de Caña de Bambú.</li> <li>14. Fiesta de bajada de los Reyes Magos.</li> </ol>
<b>Total 42 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Rocafuerte

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. El Cerrito de Rocafuerte.	1. Artesanías en ollas de barro. 2. Artesanías en tagua. 3. Fabricación de sillas. 4. Panadería y dulcería Rocafuerte.
<b>Total 5 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Sucre

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Bosque seco tropical de Chirije.	1. Iglesia San Isidro.
2. Bosque seco tropical San José.	2. Banco Central del Ecuador.
3. Mirador Bella Vista.	3. Casa Americana.
4. Colina La Cruz.	4. Casa de la Cultura (Americana).
5. Estuario del Río Chone.	5. Museo de Chirije.
6. Isla Fragata.	6. Zoológico Saiananda.
7. Isla Corazón.	7. Museo Casa Velasco.
8. Playa de Chirije.	8. Alimento con Soya.
9. Playa Punta Bellaca, Bejuco La Gringa, La Mesita, Punto de la Mesita.	9. Artesanías con papel reciclado.
10. Playa Pajonal.	10. Iglesia La Merced.
11. Playa de Bahía de Caráquez.	11. Sector Histórico de Bahía de Caráquez.
12. Valle de Charapotó.	12. Casas coloniales de Bahía de Caráquez.
13. Cerro Verde.	13. Sitio arqueológico La Tolita.
14. Manglar La Boca.	14. Sitio arqueológico ollas de Tutumbe.
15. Cascada de Río Grande y 9 de octubre.	15. Iglesia San Esteban de Charapotó.
16. Playa San Clemente.	
17. Playa San Jacinto.	

	16. Conjunto parcial de Casas antiguas de Charapotó. 17. Sitio arqueológico de Japotó.
<b>Total 34 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Santa Ana

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Puerto de Agua Dulce “San Valentín”. 2. La poza Azul. 3. Las Siete iglesias. 4. Represa Poza Honda. 5. Corredor Turístico Ecológico. 6. Cascada “Salto del Desgraciado”.	1. Museo etnográfico de la Cultura Montubia.
<b>Total 7 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón San Vicente

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Playa de San Vicente. 2. Playa de Canoa, Briceño, Punta Napo y Charco. 3. Bosque Transnacional Seco Húmedo “San Ignacio”. 4. Bosque Húmedo Tropical “Cabo Pasado”. Playa Los Perales.	1. Parapente en Canoa. 2. Deportes Surf. 3. Campesinos de Río Muchacho. 4. Iglesia Santa Rosa. 5. Artesanías de Conchas. 6. Gastronomía (canelazo). 7. Gastronomía (rompope). Gastronomía (suero blanco).
<b>Total 13 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Tosagua

Atractivos naturales	Atractivos culturales
- Ninguno	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Artesanías de barro.</li> <li>2. Feria dominical.</li> <li>3. Festividades en honor a la Virgen La Inmaculada.</li> <li>4. Hipódromo Los Tulipanes.</li> </ol>
<b>Total 4 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Flavio Alfaro

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cascada la Lagartija.</li> <li>2. Cascada del Río Pocho.</li> <li>3. Cuevas de los Barveranes.</li> <li>4. Salto de Quiñones.</li> <li>5. Balneario del Río La Morena.</li> <li>6. Laguna de Pacho.</li> <li>7. Cuevas del Sitio Pata 3.</li> <li>8. Salto Oscuro – Sitio Máscara.</li> <li>9. Río Boca de Plata y Río de Oro.</li> <li>10. Lagunas de las tortugas.</li> <li>11. Río Las Lajas.</li> <li>12. Vertiente del sitio la crespa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiestas patronales del Señor de la Buena Esperanza.</li> <li>2. Gallera La Caponera.</li> <li>3. Casa antigua, la misma que frecuentaba Eloy Alfaro.</li> <li>4. Hipódromo J.J.</li> <li>5. Comida criolla – caldo y seco de gallina criolla.</li> <li>6. Artesanías – petates de mocora.</li> <li>7. Vivero forestal – tropimadera.</li> <li>8. Explotaciones agropecuarias – Colegio Los Romeros.</li> <li>9. Artesanía en Bejuco.</li> <li>10. Gallera el Picotón.</li> <li>11. Dulces de Flavio Alfaro.</li> </ol>
<b>Total 23 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Pichincha

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Río Daule.	1. Iglesia de Las Mercedes.
2. Cueva de la Bolla.	2. Artesanías – monturas pequeñas.
3. Río Come y Paga.	3. Gastronomía – suero blanco.
4. Balneario de Bellavista.	4. Galleras Gallo Giro.
5. Cueva de Lizondro.	5. Mirador de Pichincha.
6. Cueva de Cañales.	6. Regata en el Río Daule.
7. Iglesia de piedra natural.	7. Bajada de las Balsas.
8. Laguna de la azucena de caña.	8. Tradiciones y leyendas del Niño Caracol.
9. Río de Tachel.	9. Curtiembre y la talabartería.
10. Cascada de Río plátano.	10. Parque central.
<b>Total 20 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Manta

Atractivos naturales	Atractivos culturales
1. Playa de Tarqui.	3. Museo Etnográfico del Malecón escénico.
2. Playa el Murciélago.	4. Faro de San Lorenzo.
3. Playa de San Mateo.	5. Casa de Arquitectura Valdivia – El Aromo.
4. Playa la Tiñosa.	6. Sector de edificaciones antiguas.
5. Playa Santa Marianita.	7. Fiesta del Comercio – 23 y 24 de octubre.
6. Playa San Lorenzo.	8. Iglesia La Dolorosa.
7. Playa Las Piñas.	9. Astillero de Manta.
8. Playas de Santa Rosa.	10. El Faro de Manta.
9. Bosque de Pacoche y San Lorenzo.	11. Ruta de la Bioarquitectura.
10. Cascada “El Salto de San Lorenzo”.	12. Festival de teatro.
11. Playa de Piedra Larga.	
12. Playa de Barbasquillo.	
13. Playa de Pile.	
14. Playa de Piñas.	
<b>Total 26 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Montecristi

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aguas subterráneas La Pila.</li> <li>2. Playa San José.</li> <li>3. Cerro Montecristi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Museo Eloy Alfaro.</li> <li>2. Artesanía – Sombrero de pajatoquilla.</li> <li>3. Artesanías de La Pila.</li> <li>4. Fiestas de San Pedro y San Pablo.</li> <li>5. Santuario de la Virgen de Monserrate.</li> </ol>
<b>Total 8 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Jaramijó

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Playa de Punta Blanca.</li> <li>2. Playa de Jaramijó.</li> <li>3. Aguas Sulfurosas.</li> <li>4. Bosque seco tropical de Jaramijó.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiestas de San Pedro y San Pablo en Jaramijó.</li> <li>2. Astillero de Jaramijó.</li> </ol>
<b>Total 6 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Portoviejo

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Playa de Crucita.</li> <li>2. Estuario del Río Portoviejo.</li> <li>3. Laguna encantada de San Plácido.</li> <li>4. Cascada del Cuchucho.</li> <li>5. Cerro de hojas.</li> <li>6. Balneario de agua dulce “El Refugio”.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iglesia Catedral.</li> <li>2. Iglesia La Merced.</li> <li>3. Monumento al Inti Raymi.</li> <li>4. Comida criolla manabita.</li> <li>5. Artesanías “talabarterías”.</li> <li>6. Artesanías en lana de ceibo –colchones de Picoazá.</li> <li>7. Artesanías en algodón – Hamacas -. Rio Chico.</li> <li>8. Parque Central.</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>9. Parque Eloy Alfaro.</li> <li>10. Complejo La California.</li> <li>11. Balneario de agua dulce Chirijo.</li> <li>12. Trapiche y panelera – Chirijo.</li> <li>13. Fiesta de San Pedro y San Pablo – Picoazá.</li> <li>14. Bajada de las balsas.</li> <li>15. Museo Valdivia.</li> <li>16. Fiestas de independencia.</li> <li>17. Jardín Botánico.</li> </ul>
<b>Total 23 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

### Cantón Chone

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Humedales de La Segua.</li> <li>2. Estuario del Río Chone.</li> <li>3. La dibujada.</li> <li>4. Valle del Río Carrizal.</li> <li>5. Bosque de transición San Ignacio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Balneario de agua dulce – Río Santo.</li> <li>2. Rodeo Montubio.</li> <li>3. Pelea de gallos – La espuela.</li> <li>4. Comida típica – Chame frito.</li> <li>5. Artesanías El Chuno – Esculturas en raíces.</li> <li>6. Mirador Guayas.</li> <li>7. Museo Arcaicos campus club.</li> <li>8. Plazoleta de los raidistas.</li> <li>9. Casa antigua La Providencia.</li> <li>10. Artesanías talabarterías.</li> <li>11. Gastronomía – dulces y manjares.</li> </ul>
<b>Total 16 atractivos turísticos</b>	

Fuente: Ministerio de Turismo – MinTur (2019)



### Cantón 24 de Mayo

Atractivos naturales	Atractivos culturales
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cascada la Lluvia.</li> <li>2. Cascada la Planchada.</li> <li>3. Pozos de agua azufrada El Azufrado.</li> <li>4. Pozos de agua azufrada El salado.</li> <li>5. Laguna 24 de Mayo.</li> </ol>	-
<b>Total 5 atractivos turísticos</b>	

**Fuente:** Ministerio de Turismo – MinTur (2019)

## Anexo N° 3: Constructos Validados por Expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS  
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
UNIDAD DE POSGRADO  
Avda. Germán Amézaga No. 375, Lima, PERÚ



### INSTRUMENTO: ENCUESTA

**Tema:** "LA GESTIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ - ECUADOR"

**Propósito:** Medir la apreciación del empresariado turístico de Manabí, por medio de sus gerentes, administradores o propietarios, respecto al impacto que tiene "La Gestión en la actividad turística sobre el Desarrollo Socioeconómico de la provincia de Manabí - Ecuador".

#### Datos generales del experto:

Nombre: JUELYN CAYO LARA  
Institución: UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ  
Cargo: PRESIDENTE COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN FACULTAD ADMINISTRACIÓN

**Calificación:** De 1 a 3 puntos por cada pregunta, donde:

- Malo (equivale a 1)
- Bueno (equivale a 2)
- Muy bueno (equivale a 3)

ITEMS		CALIFICACIÓN		
V.J	GESTIÓN TURÍSTICA	1	2	3
DIM.	<b>COMPETITIVIDAD</b>			
1	¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?			✓
2	¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?			✓
3	¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?			✓
4	¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?			✓
5	¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos/servicios en el mercado turístico?			✓
DIM	<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>			
6	¿Le presta atención a la calidad del servicio que entrega su empresa?			✓
7	¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?			✓
8	¿Existen reclamos de los usuarios por sus servicios?			✓
9	¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retoman a tomar nuevamente sus servicios?			✓

10	¿Se capacita al personal de su organización?			✓
<b>DIM</b>	<b>INFRAESTRUCTURA TURISTICA</b>			
11	¿Su infraestructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?			✓
12	¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?			✓
13	¿El turista tiene la tranquilidad de contar con infraestructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?			✓
14	¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales como discotecas, bares y otros?			✓
15	¿Los activos turísticos son de abierta y permanente accesibilidad?			✓
<b>DIM</b>	<b>SEGURIDAD</b>			
16	¿Brinda su empresa seguridad a la integridad del turista que consume los productos/servicios ofertados?			✓
17	¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está pendiente de la seguridad de los turistas/visitantes?			✓
18	¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques?			✓
19	Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se desarrollan simulacros de prevención para turistas y ciudadanía en general?			✓
20	¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad de los turistas?			✓
<b>V.D</b>	<b>DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>			
<b>DIM</b>	<b>INVERSION EMPRESARIAL</b>			
21	¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?			✓
22	¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en la provincia de Manabí?			✓
23	¿El estado invierte en el desarrollo de la infraestructura turística de la provincia?			✓
24	¿Hay renovación periódica de la señalética informativa turística?			✓
25	¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?			✓
<b>DIM</b>	<b>EMPLEABILIDAD</b>			
26	¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?			✓
27	¿La organización realiza contrataciones de personal anualmente?			✓
28	En pro de impulsar el empleo indirecto ¿La compras de materias primas e insumos las realiza a proveedores locales?			✓
29	¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la Población Económicamente Activa de la provincia?			✓
30	¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?			✓
<b>DIM</b>	<b>SOSTENIBILIDAD TERRITORIAL</b>			
31	¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?			✓
32	¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?			✓
33	¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en			✓

	planificación turística y ambiental?				
34	¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la infraestructura territorial?				✓
35	¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para proteger el medio ambiente?				✓
<b>DIM</b>	<b>BIENESTAR SOCIAL</b>				
36	¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de formación?				✓
37	¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios básicos?				✓
38	¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?				✓
39	¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?				✓
40	¿La red de salud pública está al servicio de la colectividad de manera permanente?				✓

SE VALIDA EL INSTRUMENTO POR CUMPLIR CON LAS EXIGENCIAS ESTABLECIDAS.

*Fredy Alvarado*





UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS  
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
UNIDAD DE POSGRADO  
Avda. Germán Amézaga No. 375, Lima, PERÚ



### INSTRUMENTO: ENCUESTA

**Tema:** "LA GESTIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ - ECUADOR"

**Propósito:** Medir la apreciación del empresariado turístico de Manabí, por medio de sus gerentes, administradores o propietarios, respecto al impacto que tiene "La Gestión en la actividad turística sobre el Desarrollo Socioeconómico de la provincia de Manabí - Ecuador".

#### Datos generales del experto:

Nombre: ..... JOHNNY PONCE ANDRADE DR. .....  
Institución: UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ  
Cargo: PRÉSIDENTE DE COMISION: EVALUACION INTERNA FCA.

**Calificación:** De 1 a 3 puntos por cada pregunta, donde:

- Malo (equivale a 1)
- Bueno (equivale a 2)
- Muy bueno (equivale a 3)

ITEMS		CALIFICACIÓN		
V.I	GESTIÓN TURÍSTICA	1	2	3
<b>DIM.</b>	<b>COMPETITIVIDAD</b>			
1	¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?			/
2	¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?			/
3	¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?			/
4	¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?			/
5	¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos/servicios en el mercado turístico?			/
<b>DIM</b>	<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>			
6	¿Le presta atención a la calidad del servicio que entrega su empresa?			/
7	¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?			/
8	¿Existen reclamos de los usuarios por sus servicios?			/
9	¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retornan a tomar nuevamente sus servicios?			/

10	¿Se capacita al personal de su organización?			✓
<b>DIM</b>	<b>INFRAESTRUCTURA TURISTICA</b>			
11	¿Su infraestructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?			✓
12	¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?			✓
13	¿El turista tiene la tranquilidad de contar con infraestructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?			✓
14	¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales como discotecas, bares y otros?			✓
15	¿Los activos turísticos son de abierta y permanente accesibilidad?			✓
<b>DIM</b>	<b>SEGURIDAD</b>			
16	¿Brinda su empresa seguridad a la integridad del turista que consume los productos/servicios ofertados?			✓
17	¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está pendiente de la seguridad de los turistas/visitantes?			✓
18	¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques?			✓
19	Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se desarrollan simulacros de prevención para turistas y ciudadanía en general?			✓
20	¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad de los turistas?			✓
<b>V.D</b>	<b>DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>			
<b>DIM</b>	<b>INVERSION EMPRESARIAL</b>			
21	¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?			✓
22	¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en la provincia de Manabí?			✓
23	¿El estado invierte en el desarrollo de la infraestructura turística de la provincia?			✓
24	¿Hay renovación periódica de la señalética informativa turística?			✓
25	¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?			✓
<b>DIM</b>	<b>EMPLEABILIDAD</b>			
26	¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?			✓
27	¿La organización realiza contrataciones de personal anualmente?			✓
28	En pro de impulsar el empleo indirecto ¿La compras de materias primas e insumos las realiza a proveedores locales?			✓
29	¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la Población Económicamente Activa de la provincia?			✓
30	¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?			✓
<b>DIM</b>	<b>SOSTENIBILIDAD TERRITORIAL</b>			
31	¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?			✓
32	¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?			✓
33	¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en			✓

	planificación turística y ambiental?			
34	¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la infraestructura territorial?			✓
35	¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para proteger el medio ambiente?			✓
<b>DIM</b>	<b>BIENESTAR SOCIAL</b>			
36	¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de formación?			✓
37	¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios básicos?			✓
38	¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?			✓
39	¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?			✓
40	¿La red de salud pública está al servicio de la colectividad de manera permanente?			✓

Se valida el presente instrumento  
por cumplir con las exigencias establecidas

02/05/2019.





UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS  
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
UNIDAD DE POSGRADO  
Avda. Germán Amezaga No. 375, Lima, PERÚ



### INSTRUMENTO: ENCUESTA

**Tema:** "LA GESTIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ – ECUADOR"

**Propósito:** Medir la apreciación del empresariado turístico de Manabí, por medio de sus gerentes, administradores o propietarios, respecto al impacto que tiene "La Gestión en la actividad turística sobre el Desarrollo Socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador".

#### Datos generales del experto:

Nombre: HONERO MANUEL FERRIN SCHETTINI

Institución: UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

Cargo: DOCENTE UNIVERSITARIO

**Calificación:** De 1 a 3 puntos por cada pregunta, donde:

- Malo (equivale a 1)
- Bueno (equivale a 2)
- Muy bueno (equivale a 3)

ITEMS		CALIFICACIÓN		
V.I	GESTIÓN TURÍSTICA	1	2	3
<b>DIM.</b>	<b>COMPETITIVIDAD</b>			
1	¿Su empresa implementa la tecnología como un recurso para promocionarse y competir en el mercado turístico?			/
2	¿Los productos y/o servicios que su empresa oferta, son parte de una permanente innovación?			/
3	¿En su organización se interesan por tener personal con una alta formación académica?			/
4	¿Cree usted que su organización contribuye con su gestión al desarrollo del mercado manabita?			/
5	¿Desarrolla su empresa estrategias y acciones para posicionar sus productos/servicios en el mercado turístico?			/
<b>DIM</b>	<b>SERVICIOS TURISTICOS</b>			
6	¿Le presta atención a la calidad del servicio que entrega su empresa?			/
7	¿Utiliza algún mecanismo para evaluar la satisfacción del usuario/consumidor turístico en su negocio/empresa?			/
8	¿Existen reclamos de los usuarios por sus servicios?			/
9	¿Los consumidores que pasaron por su empresa, retornan a tomar nuevamente sus servicios?			/



10	¿Se capacita al personal de su organización?				
<b>DIM INFRAESTRUCTURA TURISTICA</b>					
11	¿Su infraestructura física evoluciona con las mejoras que requiere el turista nacional e internacional?				
12	¿La empresa garantiza en su oferta turística, la existencia de adecuadas vías para la movilidad del visitante?				
13	¿El turista tiene la tranquilidad de contar con infraestructura médica/hospitalaria para eventuales emergencias?				
14	¿Los visitantes pueden encontrar sitios de diversión nocturna, tales como discotecas, bares y otros?				
15	¿Los activos turísticos son de abierta y permanente accesibilidad?				
<b>DIM SEGURIDAD</b>					
16	¿Brinda su empresa seguridad a la integridad del turista que consume los productos/servicios ofertados?				
17	¿El estado a través de los elementos del orden público (policía), está pendiente de la seguridad de los turistas/visitantes?				
18	¿Se coordina entre la empresa y las instituciones públicas, la seguridad del viajero en los lugares de esparcimiento y ocio como playas y parques?				
19	Dado el riesgo de desastres naturales en la provincia de Manabí ¿se desarrollan simulacros de prevención para turistas y ciudadanía en general?				
20	¿Su empresa cumple con la aplicación de protocolos de bioseguridad para proteger la integridad de los turistas?				
<b>V.D DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>					
<b>DIM INVERSION EMPRESARIAL</b>					
21	¿Las empresas turísticas asentadas en Manabí, invierten en el desarrollo del sector?				
22	¿Hay intención de capitalistas nacionales y extranjeros, de invertir en la provincia de Manabí?				
23	¿El estado invierte en el desarrollo de la infraestructura turística de la provincia?				
24	¿Hay renovación periódica de la señalética informativa turística?				
25	¿Se desarrollan eventos artísticos y culturales de buen nivel para incentivar el turismo en los cantones Manabitas?				
<b>DIM EMPLEABILIDAD</b>					
26	¿Su empresa genera plazas de trabajo directo para miembros de la comunidad donde se encuentra asentada?				
27	¿La organización realiza contrataciones de personal anualmente?				
28	En pro de impulsar el empleo indirecto ¿La compras de materias primas e insumos las realiza a proveedores locales?				
29	¿Considera que el sector turístico contribuye al crecimiento de la Población Económicamente Activa de la provincia?				
30	¿Cree que las instituciones financieras en Manabí ofertan dinero para impulsar la economía?				
<b>DIM SOSTENIBILIDAD TERRITORIAL</b>					
31	¿Las instituciones públicas trabajan para modernizar su gestión y servicios?				
32	¿Los recursos patrimoniales que impulsan el turismo, son protegidos por entidades estatales?				
33	¿Se trabaja por parte de entidades de gobierno en				

	planificación turística y ambiental?			
34	¿Piensa que el sector turístico contribuye con el desarrollo de la infraestructura territorial?			/
35	¿Su empresa cuenta con una política de manejo de desechos para proteger el medio ambiente?			/
<b>DIM</b>	<b>BIENESTAR SOCIAL</b>			
36	¿La población tiene acceso a sistemas de educación a todo nivel de formación?			/
37	¿Cree que la población se beneficia del otorgamiento de servicios básicos?			/
38	¿Es Manabí una zona que puede acceder a medios de conectividad tecnológica global?			/
39	¿La población local y visitante, cuenta con transportación urbana y provincial?			/
40	¿La red de salud pública está al servicio de la colectividad de manera permanente?			/

SE VALIDA EL PRESENTE INSTRUMENTO, PUESTO QUE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS ACADÉMICAS REQUERIDAS PARA SER UTILIZADO EN UNA TESIS DOCTORAL

*E.H.*

05-09-20



10/2019