



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE MANTA: FACTORES QUE
INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO.”**

AUTOR

Luciano Freddy Cantos Guale

TUTOR

Dr. Carlos Rolando Piguave Mero, PhD

Manta, enero 2026

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

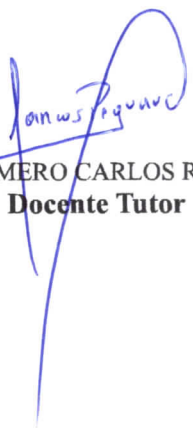
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante CANTOS GUALE LUCIANO FREDDY, legalmente matriculado en la carrera de TURISMO, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE MANTA: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO."*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Lunes, 02 de febrero de 2026.

Lo certifico,



PIGUAVE MERO CARLOS ROLANDO
Docente Tutor

**CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

Luciano Freddy Cantos Guale portador de la C. I. # **131474015-8** en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación o Examen de Fin de Carrera con Carácter Complexivo **“Estudio de la demanda turística de Manta: Factores que influyen en la elección del destino”**, de conformidad con el **Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación**, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

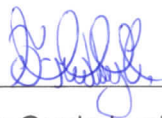
Manta, 20 de febrero de 2026



Luciano Freddy Cantos Guale
Autor/a

AUTORÍA

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a Luciano Freddy Cantos Guale en calidad de autora de la tesis **“Estudio de la Demanda Turística de Manta: Factores que influyen en la elección del Destino”**, en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.



Cantos Guale Luciano Freddy

131474015-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Estudio de la Demanda Turística de Manta: Factores que influyen en la elección del Destino”, ha sido realizado y concluido por Cantos Guale Luciano Freddy; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Ing. Diego Guzmán, Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Carmen Inés Mora Pisco, Mg

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Lizandro Antonio Molina

Sabando, Mg

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Dr. Carlos Piguave Mero, PhD

DOCENTE TUTOR

Cantos Guale Luciano Freddy

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

Deseo iniciar dedicándole este logro a Dios, ha sido mi fuerza, iluminando mis peores momentos, guiándome por el camino correcto a pesar de mis altibajos, por brindarme la alegría de tener lindos recuerdos con las personas que amo y, por último, pero no menos importante haberme permitido culminar esta maravillosa etapa universitaria.

Agradezco a mi mamá, Sara Nancy Guale Villegas, quién ha sido mi pilar, mi apoyo y mi guía desde que he tenido memoria, quién me ha amado incondicionalmente a pesar de no siempre ser un buen hijo, agradecerle por ser una mujer trabajadora, fuerte, inquebrantable y una maravillosa persona capaz de brindarle ayuda a quién lo necesite, alguien que no juzga, no abandona, solo apoya. Gracias madre por darme maravillosas palabras en cada etapa de mi crecimiento, por compartir grandes y malos momentos a mi lado, mi amor siempre estará con usted, gracias por ser alguien admirable en mi vida, todo este proyecto de investigación es por usted.

A mi hermana, Lucia Cantos, por darme su mano de forma constante en mi vida y mis estudios, por darme palabras de aliento y motivarme en los malos momentos.

A mis amigos, principalmente Angie Vega, Anthony Zamora, Mayerli Cirino, por haberme impulsado a seguir luchando por mis sueños, dándome enseñanzas, que a pesar de los años nunca han dejado de brindarme paciencia, amor y aliento en todo este proceso, por motivarme a convertirme en un mejor hombre cada día, con el amor que les tengo, este logro también es para ustedes.

A mi persona especial, Angie Martínez, por ser mi apoyo incondicional, cuánto agradezco todo lo que hiciste por mí. Este logro también te pertenece, porque lo construimos juntos, día a día, con todo el amor que te tengo. Te dedico este triunfo.

Freddy Cantos Guale

AGRADECIMIENTO

Inicio agradeciéndole a Dios, quien me ha guiado durante mi vida, me ha iluminado y dado el conocimiento, paciencia y más que todo me ha dado la fuerza para iniciar y culminar esta gran etapa de mi vida.

Un agradecimiento para mi madre, mi familia, amigos y a la Universidad, a mi tutor que me ha ayudado guiándome y acompañándome en este proceso, a mis profesores por enseñarme cosas que a ellos les ha tomado toda su vida, y a cada persona que me ha dado su ayuda, llevándome por el camino correcto para culminar.

Este proceso es también de ustedes, gracias.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	2
AUTORÍA.....	3
I. CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	4
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN	13
JUSTIFICACIÓN	15
Planteamiento del Problema	16
Objeto de estudio	17
Campo	18
Objetivos:.....	18
Objetivo general:.....	18
Objetivos específicos:	18
Independiente.....	19
Dependiente	19
Variables Operacionales	19
Nota: Descripción de dimensiones e indicadores. Fuente: elaboración propia.	19
Tareas Científicas.....	19
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO	21
1.1 Demanda Turística	22
1.2 Destino turístico	22
1.3 Factores que influyen en la elección de un destino	23
1.4 Perfil del Visitante	23
1.5 Manta como destino turístico	24
CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	26
2.1 Enfoque de la investigación.	26
2.2 Método de la investigación.	26
2.3 Técnicas de recolección de datos.	27
Modelo de Encuesta.....	27

2.4 Población	31
2.5 Muestra	32
Formula Muestral.....	32
Criterios de inclusión	33
Criterios de exclusión	33
CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
3.1 Características sociodemográficas y motivacionales.	35
3.2 Factores que influyen en la elección del destino Manta.	40
3.3 Percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos.	47
3.4 Propuesta Estratégica para el Fortalecimiento de los Factores de Elección Turística en Manta.	51
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES.....	54
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables Operacionales.....	19
Tabla 2: Relación de ítems de la encuesta preguntas 1-6.	28
Tabla 3: Relación de ítems de la encuesta preguntas 7-12.	29
Tabla 4: Relación de ítems de la encuesta preguntas 13-15.	30
Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos	31
Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad.....	31
Tabla 7: Media global de ítems 8 a 15 de la encuesta (quitando la pregunta 12).....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Problemática, causas y efectos de la investigación.	17
Gráfico 2: Hilo Conductor	21
Gráfico 3: Personas visitan Manta más de una vez y por primera vez.	35
Gráfico 4: Género de los encuestados.....	36
Gráfico 5: Nacionalidad.....	36
Gráfico 6: Relación de edad de encuestados.	37
Gráfico 7: Motivaciones para visitar Manta.	37
Gráfico 8: Frecuencia de visita de los turistas a la ciudad de Manta.	39
Gráfico 9: Atractivos que consideran relevantes los turistas para visitar Manta.	40
Gráfico 10: Turismo en aumento de Manta.	42
Gráfico 11: Influencia gastronómica la decisión de Manta como destino.	43
Gráfico 12: Actividades culturales y recreativas como atracción para turistas.....	44
Gráfico 13: Imagen y promoción turística influyente en los turistas.	45
Gráfico 14: Factores que aportan a la elección de Manta como destino.	46
Gráfico 15: Calidad de los establecimientos turísticos.....	47
Gráfico 16: Calidad de los establecimientos turísticos.....	48
Gráfico 17: Infraestructura turística de Manta.....	49
Gráfico 18: Diagrama Causa Efecto (Ishikawa)	51

RESUMEN

El propósito central de esta investigación es analizar qué factores motivan a la demanda turística en la ciudad de Manta. Para abordar esta investigación con el rigor necesario, se adoptó un enfoque metodológico de carácter cuantitativo, diseñado específicamente para recopilar la experiencia de los turistas de manera ordenada, confiable y objetiva. La recolección de datos se realizó a través de una encuesta aplicada a 385 personas; cabe señalar que dichos instrumentos contaron con una validación previa de expertos para garantizar la fiabilidad de los resultados. A partir de esta información, se construyó un índice integral que explica por qué los turistas eligen a la ciudad de Manta como destino.

Este diagnóstico no se queda solamente de forma teórica, sino que sirve de base para proponer un plan de mejora real, diseñado para potenciar las fortalezas de la ciudad y optimizar los servicios enfocándose en el bienestar del turista. Asimismo, el estudio pretende servir como referencia metodológica para futuras investigaciones del sector turístico de la ciudad de Manta.

Palabras Claves: destino, manta, factores, demanda, turista.

ABSTRACT

The central purpose of this research is to analyze the factors that motivate tourist demand in the city of Manta. To conduct this research with the necessary rigor, a quantitative methodological approach was adopted, specifically designed to collect tourists' experiences in an organized, reliable, and objective manner. Data collection was carried out through a survey administered to 385 people; it should be noted that these instruments underwent prior expert validation to guarantee the reliability of the results. Based on this information, a comprehensive index was constructed that explains why tourists choose the city of Manta as their destination.

This diagnosis is not merely theoretical; it serves as the basis for proposing a real improvement plan, designed to enhance the city's strengths and optimize services, focusing on tourist well-being. Furthermore, the study aims to serve as a methodological reference for future research in the tourism sector of the city of Manta.

Keywords: destination, blanket, factors, demand, tourist.

INTRODUCCIÓN

La demanda turística se define como el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos (turistas, viajeros y visitantes) que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, impulsados por motivaciones, capacidades y disposición para viajar, como lo señala Socatelli (2013). Esta demanda es heterogénea, pues está compuesta por personas con distintos perfiles sociodemográficos y socioeconómicos, de intereses culturales o sociales, también motivaciones (sol y playa, naturaleza, gastronomía, aventuras, etc.) y experiencias previas, todos los cuales influyen en la elección del destino.

En el contexto de Ecuador, se promueve un turismo sostenible que ofrezca beneficios directos en los territorios donde se desarrolla: generación de empleo, valorización de la producción local, inclusión social, preservación de los recursos naturales y culturales. (Mintur, 2019) . Es así como la existencia de programas nacionales como PLANDETUR enfatizan la necesidad de una participación comunitaria, responsabilidad ambiental y cohesión territorial para que el turismo contribuya también al alivio de la pobreza y al desarrollo local.

La provincia de Manabí, y particularmente el cantón Manta, cuenta con ventajas naturales destacadas: playas aptas para deportes acuáticos, zonas costeras con paisajes atractivos, gastronomía costeña rica y una localización estratégica que lo convierte en puerto de escala de cruceros. Sin embargo, no todas las playas o atractivos naturales han sido explotados o conocidos plenamente; algunos han quedado relegados (Cobeña, 2017), lo que indica brechas en promoción, infraestructuras, servicios turísticos y gestión local.

Estudios confirman que en Manta predominan turistas nacionales, en su mayoría provenientes de la Sierra, con viajes cortos (1-2 noches o 3-6 noches), quienes buscan primordialmente sol, playa, descanso, actividades culturales y gastronomía. Por ejemplo, la segmentación realizada en el trabajo *“Segmentation, motivation, and sociodemographic aspects of tourist demand in a coastal marine destination: A case study in Manta (Ecuador)”* (Hernández Lara et al., 2019) identificó motivaciones tales como playa/sol/entretenimiento, ecoturismo/gastronomía y relajación, agrupando a los turistas en clusters como los amantes de la playa, los eco-costeros, y los de motivos múltiples.

No obstante, aunque existen estudios previos sobre el perfil del turista en Manta, no se cuenta con información actualizada posterior a la pandemia que integre en un mismo instrumento de análisis las motivaciones, la percepción de calidad y los factores que inciden en

la elección del destino. Esta situación evidencia la necesidad de un diagnóstico reciente que permita comprender el comportamiento actual de la demanda turística en el contexto de recuperación del sector (Hernández Lara et al., 2019).

Por todo lo anterior, este estudio tiene como objetivo analizar la demanda turística de Manta, identificando los factores que influyen en la elección del destino, con especial atención a aspectos como: motivaciones de viaje, perfil demográfico, satisfacción, oferta de servicios, accesibilidad, percepción de seguridad, precio y calidad. Con esto se espera aportar información que permita fortalecer la oferta, adaptar servicios, mejorar la gestión local y contribuir a un turismo más sostenible e inclusivo.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y transversal, aplicando una encuesta estructurada a 385 turistas en la ciudad de Manta, obteniéndose como principales resultados que la gastronomía, la calidad de servicios y seguridad son los principales factores influyentes en la elección del destino.

JUSTIFICACIÓN

Manta se consolida como un destino turístico de gran relevancia, principalmente por la calidad y belleza que brindan de sus playas, lo que ha favorecido un crecimiento sostenido en el ámbito turístico y comercial. Este desarrollo se refleja en la creciente oferta y demanda de establecimientos dedicados al alojamiento, la gastronomía y el entretenimiento, especialmente en los sectores adyacentes a las playas Murciélagos y Tarqui. Además, la ciudad de Manta posiciona como uno de los puertos turísticos con mayor proyección a nivel internacional, gracias a su estratégica participación en la exportación de materias primas hacia diversos mercados del mundo. (Santana, 2023)

La presente investigación se justifica por la necesidad de analizar el comportamiento de la demanda turística en Manta y ver los factores que influyen en la elección de esté como destino turístico. Estudios previos han señalado la importancia de comprender la segmentación del mercado turístico para diseñar estrategias efectivas de promoción y desarrollo. Sin embargo, existe una laguna de información actualizada sobre los factores que influyen en la elección de la ciudad de Manta como destino turístico, lo cual limita la capacidad de los actores locales para tomar decisiones acertadas sobre qué pasos realizar.

Conocer la motivación del turista permite entender mejor las razones por la que se realiza la visita, las necesidades que tienen los visitantes y el uso que se le va a dar al lugar (García Maribel et al., 2011) Compartiendo lo que ha expresado el autor, hoy en día el turista puede tener muchos motivos por él puede realizar una visita, de dicha forma es importante saber qué factores influyen en la elección de su destino.

Además, la investigación presente es fundamental para el desarrollo local, ya que permite un aprovechamiento óptimo de los recursos culturales, económicos, sociales y ambientales. La participación activa de la comunidad en la gestión turística es clave para lograr una planificación integrada que contribuya al bienestar colectivo.

Hay que tomar en cuenta que los años 2020 y 2021 han estado marcados por el manejo de la pandemia de la COVID-19, enfermedad infecciosa causada por el coronavirus y descubierta recientemente. Esta pandemia llevó a los gobiernos de todos los países del mundo a tomar diversas acciones en aras de evitar el colapso de los sistemas sanitarios, así como de las economías mundiales. (Cisneros Aldean & González Saldarriaga, 2021)

Considerando lo anteriormente mencionado, el investigador enfatiza que este trabajo cobra relevancia porque su resultado nos ayudará a ampliar los conocimientos sobre si el cantón de Manta se ha ido recuperando en el ámbito turístico, dándonos a entender si ha habido un crecimiento en la demanda turística, también ayudándonos a desarrollar futuros proyectos.

Planteamiento del Problema

La visión actual del gobierno ecuatoriano para el turismo en 2025 se enfoca en un turismo sostenible, competitivo y que impulse el desarrollo económico del país. A partir de esto, podemos ver que el gobierno no ha establecido una meta económica a mediano, ni largo plazo para el cumplimiento de los lineamientos turísticos que se propone. (Orozco & Álava, 2022)

Tomando lo anteriormente mencionado, el impacto económico del COVID-19 sobre el sector turístico mundial, especialmente sobre la ciudad de Manta ha sido importante, por las medidas de seguridad que se implementaron se manifestó que la economía hotelera se haya visto gravemente afectada dando un gran golpe económico, desde que inicio la pandemia del COVID-19. Sumando esto a la dificultad que se presentó para la obtención de recursos económicos como forma de sobrellevar la crisis ocurrida. Sin embargo, las perspectivas que se tiene sobre el futuro económico en el sector hotelero son muy positivas para los administradores y dueños de estas empresas en la actualidad.

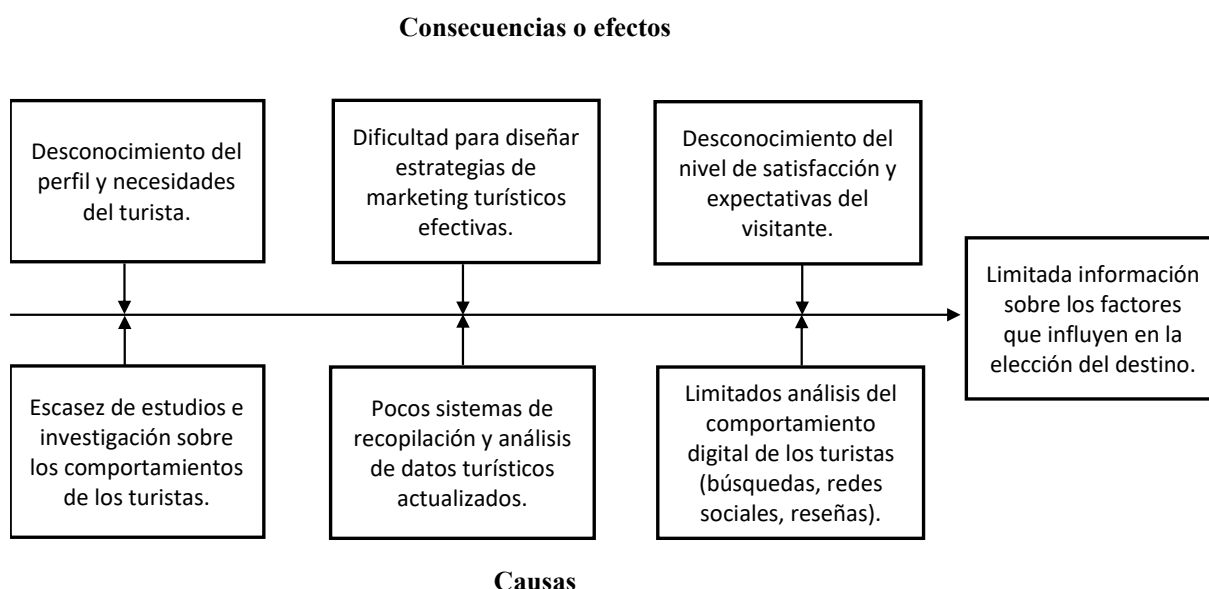
Es así como la demanda turística del cantón Manta está creciendo nuevamente desde hace un año en el sector turístico a pesar de que Ecuador sufrió crisis energética que afectó gravemente a las pequeñas y medianas empresas del sector turístico, y uno de los problemas es que en la actualidad no se cuenta con los datos exactos de la demanda o de cuáles son los factores que influyen para que elijan a Manta como destino turístico. Esto hace que las entidades e instituciones dedicadas a las actividades turísticas no puedan planificar según la realidad, y menos brindar un servicio de información confiable y de calidad.

De esta forma (Isabel, 2018) nos afirma que “el Gobierno del Ecuador no ha realizado estudios sobre las preferencias de los consumidores”, lo cual nos refleja la realidad de que son escasos los estudios realizados para saber las preferencias de los consumidores en el país, en este caso de forma específica en la ciudad de Manta, donde no podemos saber la demanda y factores actuales que influyen para que se elija como destino turístico, es por esto que el investigador formula el problema mediante la siguiente interrogante:

¿Cómo identificar los factores que influyen en la demanda turística de Manta como destino?

Fundamentado en lo anterior, el investigador afirma que actualmente no es posible comprobar que el turismo de forma global se haya logrado convertir en una actividad económica que puede impulsar a desarrollar países, implantando una calidad de vida elevada para quienes pueden ejercer la actividad turística con la responsabilidad que se espera, a partir de esto se presenta las principales causas y consecuencias en la siguiente técnica de causas y efectos:

Gráfico 1: problemática, causas y efectos de la investigación.



Nota: Causas y Efectos. **Fuente:** Elaboración propia

Objeto de estudio

El objeto de estudio está investigación es la demanda turística de la ciudad de Manta y los factores que influyen en la elección del destino por parte de los visitantes, ya sea nacional o internacional, considerando aspectos económicos, sociales, culturales, ambientales y de infraestructura turística que posee la ciudad. El análisis de la demanda turística permite identificar las características, motivaciones, preferencias y comportamientos de los turistas, así como los elementos que determinan la competitividad del destino, lo cual contribuye a la formulación de estrategias de planificación y desarrollo turístico sostenible en la ciudad (OMT, 2020).

Campo

El campo de estudio de la presente investigación es la ciudad de Manta, ubicada en la provincia de Manabí, Ecuador.

Objetivos:

Objetivo general:

Determinar los factores que influyen en la demanda turística de Manta como destino.

Objetivos específicos:

1. Identificar las características sociodemográficas y motivacionales de los turistas que visitan Manta.
2. Analizar los principales factores internos y externos que inciden en la elección de Manta como destino turístico.
3. Valorar la percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Manta.
4. Generar estrategias que favorezcan a los factores que influyen en la elección de Manta como destino turístico.

Variables Conceptuales:

Independiente

Factores que influyen en la elección del destino turístico.

Dependiente

Demanda turística de Manta.

Variables Operacionales

Tabla 1. *Variables Operacionales*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Factores que influyen en la elección del destino (VI)	- Atractivos turísticos - Calidad de servicios - Promoción del destino - Accesibilidad y seguridad	- Opinión sobre los atractivos - Grado de satisfacción con servicios - Medio por el cual conoció Manta - Nivel de accesibilidad y percepción de seguridad
Demanda turística (VD)	- Perfil sociodemográfico - Motivación de visita - Frecuencia y gasto	- Edad, nacionalidad, ocupación - Razón principal de visita - Visitas anteriores, gasto estimado

Nota: Descripción de dimensiones e indicadores. **Fuente:** elaboración propia.

Tareas Científicas

1. Revisión bibliográfica sobre modelos y estudios de demanda turística y factores que influyen en la elección de destinos turísticos similares a Manta.
2. Identificación de los factores internos y externos que inciden en la elección de Manta como destino turístico.
3. Diseño del instrumento de recolección de datos (encuesta) y aplicación a una muestra representativa de turistas en Manta.
4. Caracterización del perfil del turista que visita la ciudad y sus motivaciones principales.

5. Proponer estrategias que favorezcan a los factores que influyen a elección de Manta como destino.
6. Elaborar conclusiones y recomendaciones orientadas a mejorar la oferta turística de Manta con base en los resultados obtenidos.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

Este apartado aborda conceptos teóricos relacionados con la demanda turística del cantón Manta y los factores que influyen en la elección del destino por parte de los visitantes. Las definiciones que se presentan son esenciales para comprender las variables que sustentan el desarrollo de esta investigación, enfocada en analizar el perfil del turista, sus motivaciones, así como la percepción sobre los servicios turísticos ofrecidos. A través del análisis de fuentes teóricas actuales y pertinentes, se presentará un marco conceptual sólido que permitirá identificar, explicar y relacionar los principales determinantes de la demanda turística en este contexto. A continuación, se podrá observar en el siguiente hilo conductor la secuencia lógica de los temas. (Ver gráfico 2)

Gráfico 2: Hilo Conductor



Notas: Variables del estudio. **Fuente:** Elaboración propia.

1.1 Demanda Turística

La demanda turística está determinada por el interés y la disposición de los visitantes para viajar, en función de sus motivaciones, condiciones económicas y características del destino. De acuerdo con Vidal Rischmoller & Criollo Delgado (2023) analizar la demanda permite a los gestores turísticos conocer las tendencias, temporadas altas, perfil del consumidor y necesidades del mercado, lo cual es indispensable para tomar decisiones estratégicas que impulsen la competitividad del destino.

De dicha forma también podemos comprender que la demanda turística constituye el punto de partida de cualquier análisis del sistema turístico. De acuerdo con Rodríguez U. (2003) sostiene que se define como demanda turística al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje.

A partir de estos conceptos, el investigador deduce que una demanda turística se basa en el conjunto de personas que viajan o desean viajar a un destino determinado, motivadas por una diversidad de intereses, y que están dispuestas a consumir los bienes y servicios que este les ofrece. Implica tanto una dimensión real (viajes efectivamente realizados) como una dimensión potencial (intención de viajar). En ciudades como Manta, este análisis es esencial para proyectar su crecimiento turístico sostenible.

1.2 Destino turístico

Un destino turístico se define como un espacio geográfico que combina recursos naturales, patrimonio cultural, infraestructura adecuada y servicios integrados capaces de generar experiencias memorables para los visitantes. En este marco, los conceptos de sostenibilidad, innovación y gobernanza son determinantes para su competitividad a largo plazo. Según (Molina Azorín et al., 2022), los destinos turísticos inteligentes deben incorporar tecnologías digitales y prácticas sostenibles para mejorar la accesibilidad, interacción del turista y el valor percibido del destino, lo cual contribuye a su consolidación como una marca atractiva y responsable. Esta visión es especialmente pertinente en destinos costeros emergentes como Manta, donde implementar soluciones inteligentes y sostenibles puede fortalecer su posicionamiento turístico.

De la misma forma, la Organización Mundial del Turismo (OMT) define a un destino como “un lugar con límites físicos definidos, en el que los visitantes pueden permanecer al

menos una noche, e incluye productos turísticos como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos” OMT (2019). Además, incluye componentes tangibles (infraestructura) e intangibles (imagen, identidad, cultura local).

Considerando lo anteriormente mencionado, se puede analizar un destino turístico como Manta nos implica observar no solo su capacidad de atracción, sino también los elementos que lo hacen competitivo, como su conectividad, seguridad, hospitalidad, sostenibilidad ambiental y la participación comunitaria.

1.3 Factores que influyen en la elección de un destino

La decisión de elegir un destino turístico está influenciada tanto por factores internos (motivaciones personales, deseos, nivel socioeconómico) como externos (imagen del destino, accesibilidad, precio, seguridad, clima, infraestructura y actividades disponibles). Según (Ibáñez Pérez et al., 2022), estos factores pueden agruparse en impulsores internos y atractivos externos (pull), donde la imagen del destino, la calidad de servicios, diversidad de productos turísticos, precios competitivos y percepción de seguridad tienen un impacto decisivo en la decisión final.

También se puede comprender por lo que sostiene (Kotler Philip et al., 2020) que los turistas desarrollan un juicio comparativo entre distintos destinos, basándose en el valor percibido. Este valor está determinado tanto por los beneficios esperados como por el costo, los riesgos y la experiencia que anticipan. Además, los avances tecnológicos, especialmente las plataformas digitales, han transformado la forma en que los turistas investigan y eligen sus destinos.

A partir de los conceptos anteriormente mencionados, el investigador afirma que la evaluación de estos factores es clave en el caso de la ciudad de Manta, pues permite conocer con precisión qué está atrayendo a los turistas y qué elementos podrían fortalecerse o corregirse para posicionar mejor a la ciudad como un destino competitivo a nivel nacional e internacional.

1.4 Perfil del Visitante

El perfil del visitante en estudios turísticos suele basarse en variables como edad, género, nacionalidad, nivel socioeconómico, tipo de alojamiento, gasto, duración de la estadía, motivaciones y canales de reserva. Para comprender mejor el perfil emergente del turista en

Ecuador, (Coronel Pérez et al., 2020) analizan las características de la Generación Z. El estudio revela que la mayoría son jóvenes entre 18 y 30 años, con alto nivel educativo, uso intensivo de redes sociales y preferencias por destinos sostenibles y experiencias digitales. Además, priorizan destinos responsables con el medio ambiente y buscan autenticidad cultural y participación activa en actividades interactivas.

Se debe tomar en cuenta que el perfil del visitante también está en relación con sus motivaciones y estilo de ocio (Proaño Chipantaxi et al., 2018) nos afirma que se ha categorizado en tres *tipos de ocio*: naturactivos (interesados en naturaleza y actividad física), relajados naturales y culturales recreativos, cada uno con características sociodemográficas y psicográficas específicas.

Gracias a estos aportes, se puede observar que Manta posee varios de los tipos de ocio que generalmente se encuentran en los perfiles de los visitantes, dándonos una posición favorable para la promoción del destino.

1.5 Manta como destino turístico

Manta se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más relevantes del litoral ecuatoriano. Unos de sus atractivos principales radican en su ubicación costera, su clima cálido, la calidad de sus playas, la infraestructura hotelera y la oferta gastronómica basada en productos del mar. Las playas como El Murciélago, San Lorenzo, Santa Marianita y San Mateo destacan por su belleza escénica y por permitir actividades como el surf, el kitesurf y la pesca deportiva (Turisec, 2024).

No obstante, se han identificado desafíos relacionados con la sostenibilidad ambiental y la necesidad de diversificación de la oferta turística. A pesar del auge del turismo de sol y playa, existe potencial para fortalecer productos relacionados con el turismo cultural, rural y ecológico. En este sentido, se están implementando iniciativas para certificar playas ecológicas y mejorar la calidad de los servicios turísticos, con el fin de posicionar a Manta como un Destino Turístico Inteligente (DTI) (Rengifo, 2020).

De acuerdo a los aportes realizados, podemos entender que la ciudad de Manta es el principal destino turístico en la parte litoral del Ecuador, con gran número de atractivos, sin embargo, pasa por una dificultad ambiental sostenible, falta de diversificación en las ofertas que ofrece la ciudad, abandonando a un segmento importante de productos turísticos como

puede ser el turismo ecológico, entre otros. Esto da a entender que debe implementar actividades e iniciativas para provechar esas oportunidades.

CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se detallará la estrategia metodológica que se empleó para examinar la demanda turística de la ciudad de Manta, procedimientos seguidos para la obtención de los datos mismos. Se describe el enfoque, alcance y el diseño de la investigación, más los elementos esenciales para abordar con rigor totalmente científico el estudio del perfil del turista y sus preferencias en los factores de su elección para seleccionar a Manta como destino,

Asimismo, se definirán la población y la muestra, junto con las técnicas e instrumentos de recolección de información que se implementara, estableciendo un proceso sistemático que garantice la validez y confiabilidad de los resultados necesarios para responder a los objetivos que han sido planteados previamente.

2.1 Enfoque de la investigación.

El estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo, ya que recopila datos numéricos sobre la demanda turística y los factores que influyen en la elección del destino. Este enfoque favorece el análisis estadístico para validar hipótesis y obtener conclusiones objetivas, tal como señalan (Charry & Navarro Parra, 2018).

2.2 Método de la investigación.

De acuerdo con (Charry & Navarro Parra, 2018) el método utilizado es el descriptivo-transversal, apropiado para recolectar datos en un momento específico y describir características y percepciones de los turistas sin intervenir en el fenómeno. Este método permite observar el comportamiento turístico en su contexto real.

En esta misma línea, nos afirma (Hernandez Sampieri et al., 2014) que con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Además, se describe a los diseños de investigación transeccional o transversal, recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia en un momento determinado. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.3 Técnicas de recolección de datos.

Se aplicará una encuesta estructurada presencial en zonas turísticas de Manta, con un cuestionario cerrado usando escala tipo Likert de cinco puntos. Se recogerán datos sobre perfil sociodemográfico, motivaciones, percepción de servicios y factores de elección del destino. Para respaldar esta técnica, se recurre al enfoque clásico de Arias (Bernal, 2010) sobre diseño de instrumentos en investigación científica.

De dicha forma, para lograr los objetivos planteados en esta investigación, se diseñó y aplicó una encuesta dirigida a turistas que visitaron la ciudad de Manta. El propósito principal de este cuestionario fue recopilar información sobre los factores que influyen en la elección del destino y su demanda turística de la ciudad de Manta.

El diseño del cuestionario se fundamentó en el objetivo general de la investigación y permitió obtener información clara, ordenada y confiable para comprender las motivaciones y factores que influyen en los turistas para visitar Manta.

La validez de contenido se llevó a cabo mediante la revisión del cuestionario por parte de 2 docentes investigadores de la carrera de turismo afines al problema de investigación, metodología de la investigación y gestión de servicios especializados. Los expertos evaluaron los criterios de congruencia con los objetivos, pertinencia y redacción. (Ver anexo 2-3)

A partir de la revisión realizada por los especializados de las diferentes áreas mencionadas anteriormente, se realizaron ajustes menores en la redacción de algunos ítems y se confirmaron las preguntas relacionadas con nuestro objetivo general y específicos. Esto aseguró que el cuestionario fuera comprensible para los turistas y adecuado para fines académicos. Una vez definido el instrumento, se muestra la versión final.

Modelo de Encuesta

Título: Estudio de la Demanda Turística de Manta: Factores que influyen en la elección del Destino.

Descripción:

Estimado(a)

turista:

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información sobre los factores que influyen en la elección de Manta como destino turístico. Sus respuestas serán **confidenciales** y se utilizarán únicamente con fines académicos y de investigación. Le solicitamos responder con sinceridad y marcar la opción que mejor refleje su opinión.

Tabla 2: Relación de ítems de la encuesta preguntas 1-6.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 1:	
1. Indique si es la primera vez que visita Manta.	
Si	☐
No	☐
2. Indique con qué género se identifica.	
Masculino	☐
Femenino	☐
Otro	☐
3. Indique cuál es su nacionalidad.	
Ecuatoriana	☐
Extranjero	☐
4. Indique su edad en años.	
5. Indique cuál es su principal motivación para visitar Manta.	
Sol y playa	☐
Gastronomía	☐
Negocios	☐
Cultura y patrimonio	☐
Recreación y descanso	☐
OTROS:	☐

6. Indique con qué frecuencia visita Manta.

Varias veces al año	
Una vez al año	
Cada 2–3 años	
Es mi primera visita	

Tabla 3: *Relación de ítems de la encuesta preguntas 7-12.*

Preguntas orientadas a responder el objetivo 2:

7. Indique que atractivo de Manta considera más relevante en su decisión de visitar la ciudad.

Playas	
Gastronomía	
Vida nocturna	
Infraestructura turística	
Hospitalidad local	
Eventos y actividades	
Otros:	

8. Indique si en los últimos 5 años considera que el turismo en Manta ha aumentado.

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

9. Indique en qué medida considera que la oferta gastronómica influye en la decisión de elegir Manta como destino.

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Sin importancia	

10. Indique en qué medida las actividades culturales y recreativas de Manta atraen a más turistas.	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

11. Indique si la imagen y promoción turística de Manta influyen en su decisión de visitar la ciudad.	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

12. Indique en que factores aportan más a la elección de Manta como destino.	
Seguridad	
Accesibilidad	
Calidad de servicios	
Atractivos naturales	
Recomendaciones de otros visitantes	
Precios accesibles	

Tabla 4: Relación de ítems de la encuesta preguntas 13-15.

Preguntas orientadas a responder el objetivo 3:	
--	--

13. Indique la calidad de la atención en los establecimientos turísticos de Manta.	
Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

14. Indique si concuerda que los servicios turísticos (restaurantes, hoteles, transporte) de Manta son adecuados para satisfacer las necesidades del visitante.	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

15. Indique si la infraestructura turística de Manta (playas, malecones, señalética, accesos) contribuye positivamente a su experiencia.	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	

En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		

Nota: Matriz que resume a qué objetivo responde cada ítem de la encuesta. **Fuente:** elaboración propia.

Para poder evaluar la consistencia interna de la encuesta aplicado a los turistas de Manta, se realizó el análisis de fiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, utilizando las 15 preguntas que conforman el instrumento encuestador.

Tabla 5: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	374	97,2
	Excluido	11	2,8
	Total	385	100,0

Nota: Total de encuestas realizadas. **Fuente:** SPSS

Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,569	5

Nota: Nota: El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido fue de 0,569, lo que indica una confiabilidad moderada del instrumento de investigación. **Fuente:** SPSS.

En la Tabla de procesamiento de casos se observa que se trabajó con un total de 374 encuestas válidas, lo que corresponde al 97,2 % de los datos ingresados. Se excluyeron 11 encuestas por presentar datos incompletos.

El Alfa de Cronbach obtenido fue de 0,569 para los ítems analizados, lo que indica una confiabilidad moderada del cuestionario. De acuerdo con (Hernández Sampieri et al., 2014), valores entre 0,50 y 0,69 se marcan como aceptables en estudios exploratorios, por lo que el instrumento es confiable para el análisis de la demanda turística en la ciudad de Manta.

Tomando esto en cuenta indica que la base de datos estuvo apta para realizar el análisis estadístico sin afectar la calidad de los resultados.

2.4 Población

La población por lo que afirma (Sampieri, 2008) se refiere al conjunto total de individuos, elementos, eventos o unidades que poseen una característica común y que son

objeto de estudio. Es de este conjunto que se extrae una muestra para realizar observaciones o mediciones cuando no es posible estudiar a todos los integrantes.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado se debe entender que la población del estudio son los turistas nacionales e internacionales que visitan Manta durante la temporada del 2025, principalmente en playas como El Murciélago, Tarqui, San Lorenzo y Santa Marianita. Sin embargo, se debe aclarar que es una población que se basa por temporadas, bajas o altas, a partir de esto no se cuenta con datos concretos o actualizados de la población, por eso trabajaremos con una población que se considera como infinita para fines de cálculo muestral.

2.5 Muestra

Lo que nos afirma (Sampieri, 2008) “Una muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a un conjunto mayor que llamamos población y que poseen características similares entre sí.”

Asimismo, se determina que el muestreo en esta investigación será probabilístico, considerando que todos los elementos de la población tendrán la misma probabilidad de ser seleccionados y permitirán calcular el error muestral y establecer niveles de confianza, lo cual no es posible en el muestreo no probabilístico (Hernández Sampieri et al., 2014). Debido a que esta fórmula incorpora el valor Z asociado a un nivel de confianza (por ejemplo, 95%), así como el margen de error (e), se enmarca dentro del enfoque de muestreo aleatorio simple para la estimación de proporciones en poblaciones grandes o infinitas.

A partir de esto no es posible encuestar a la totalidad de la población debido a que el número de visitantes en las playas y diversos lugares turísticos Manta es bastante variable y de carácter móvil, se trabajará con una muestra representativa. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula para poblaciones infinitas, debido a que la población fluctúa constantemente y no puede considerarse finita, ni estable.

Formula Muestral

$$N = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

- $Z = 1.96$ (95 % de confianza)
- $p = 0.5$ (probabilidad de éxito)
- $q = 0.5$ (probabilidad de fracaso)
- $e = 0.05$ (margen de error)

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0.005)^2}$$

$$N = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$N = 384.16$$

Por lo tanto, el tamaño de muestra es de 385 turistas, los cuales fueron encuestados a través de un formulario generado en Google Forms entre los meses de diciembre del año 2025 y enero del año 2026, los lugares que se utilizaron para levantar los datos fueron La Playa El Murciélagos, La Playa San Mateo, Hotel Voyager, Cabaña Balandra y el Hotel Oro Verde.

La validez de esta fórmula se apoya en enfoques clásicos del muestreo probabilístico.

Criterios de inclusión

1. Turistas mayores de 18 años.
2. Visitantes con fines turísticos
3. Participación voluntaria previa aceptación.
4. Estancia mínima de una noche en Manta o intención explícita de pernoctar.

Criterios de exclusión

1. Turistas menores de 18 años.
2. No residentes permanentes.

CAPITULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se presentan y analizan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta dirigida a los turistas que visitaron la ciudad de Manta durante el período de estudio. Este apartado constituye una parte fundamental de la investigación, ya que permite conocer, desde la perspectiva directa de los visitantes, cuáles son los principales factores que influyen en la elección de Manta como destino turístico.

A través del análisis de la información recopilada, se busca comprender el comportamiento y factores que influyen en los turistas, considerando aspectos sociodemográficos y socioeconómicos, de intereses culturales o sociales. Los resultados se presentan de manera organizada mediante tablas y gráficos, lo que facilita su interpretación y permite identificar tendencias, así como factores determinantes en la toma de decisiones del visitante.

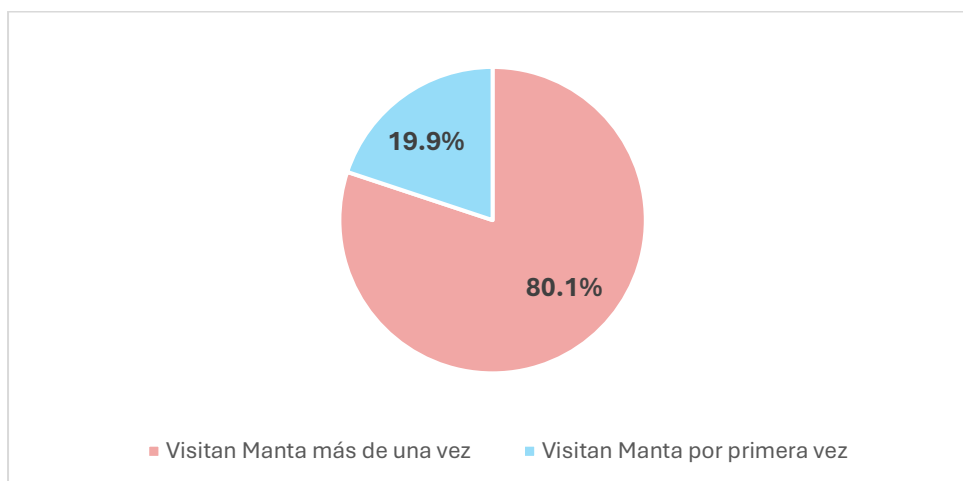
Luego, se identifican las principales razones que motivan a los turistas a elegir la ciudad de Manta como destino, lo cual permite caracterizar el perfil del visitante y reconocer los elementos de mayor influencia en la demanda turística. Posteriormente, se analiza la percepción de los turistas respecto a los distintos factores evaluados, teniendo una medida cuantificable para el grado de importancia de cada segmento de la encuesta.

De forma final, con base en los resultados obtenidos, se identifican los factores que presentan mayores debilidades o menor impacto en la elección del destino, lo que sirve como base para proponer estrategias orientadas al fortalecimiento de la demanda turística de Manta, mejorar la experiencia del visitante y contribuir al posicionamiento positivo de la ciudad como un destino competitivo dentro del sistema turístico.

3.1 Características sociodemográficas y motivacionales.

Pregunta 1:

Gráfico 3: *Personas visitan Manta más de una vez y por primera vez.*



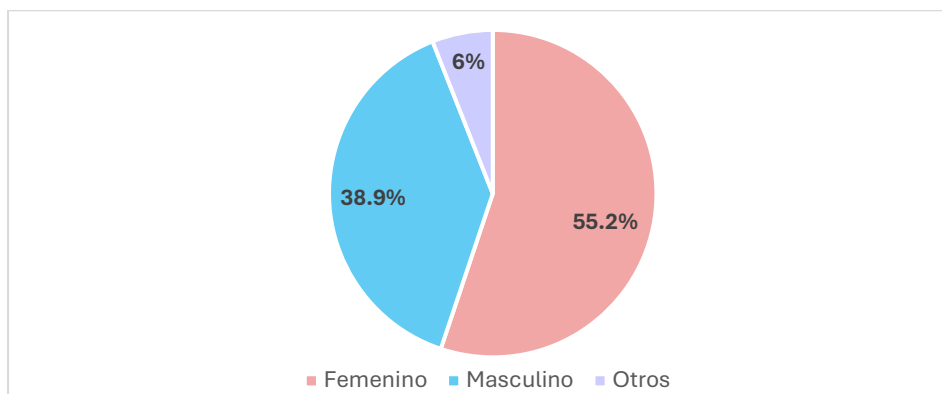
Nota: Personas que ya han visitado Manta y las que visitan por primera vez. **Fuente:** elaboración propia.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados ha visitado Manta anteriormente, lo que evidencia un alto nivel de fidelización del destino. Asimismo, se identificó que los turistas consideran a Manta como un destino atractivo debido a sus playas, gastronomía y servicios turísticos.

Siguiendo con las fases de la investigación, se realiza la encuesta, donde se aplicaron preguntas demográficas y destinadas a conocer el factor influyente por parte de los turistas para elegir a Manta. De acuerdo con el gráfico de nacionalidades (Gráfico 3), se observa que la mayoría de los turistas que fueron encuestados ya han visitado la ciudad de Manta representando el 80,01 % del total y solo el 19,9 % visita Manta por primera vez. Esto indica que la mayoría de turistas ya han visitado antes la ciudad de Manta y solo un pequeño porcentaje la visita por primera vez.

Pregunta 2:

Gráfico 4: Género de los encuestados.



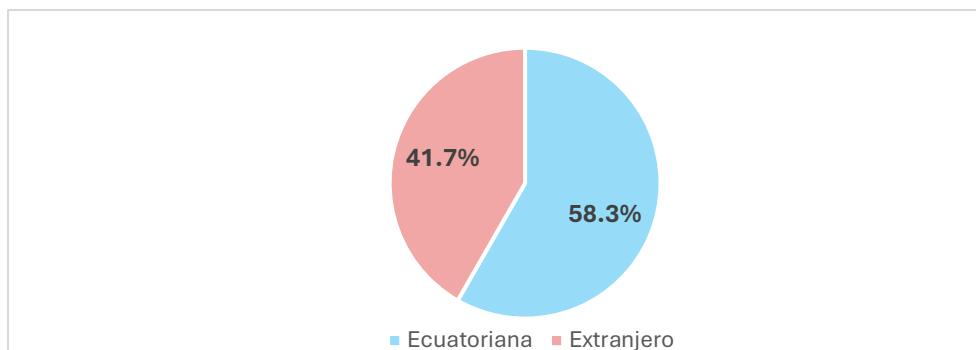
Nota: relación de géneros de los encuestados. **Fuente:** elaboración propia.

El gráfico circular (Gráfico 4) muestra que el 55,2% de los turistas son mujeres, mientras que el 38,9% son hombres y el 6% restante a personas de la comunidad LGBTQ+. La diferencia entre ambos porcentajes que se presenta es pequeña, lo cual demuestra que la ciudad de Manta es visitada de forma equilibrada por personas de ambos sexos y una muy mínima parte por personas de la comunidad LGBTQ+.

Esto ayuda a comprender que los servicios turísticos que se ofertan en la ciudad de Manta y la demanda que hay se debe ajustar tanto a necesidades masculinas como femeninas, y una pequeña parte de la comunidad LGBTQ+, mayormente en temas como seguridad, limpieza, sanitarios y calidad de servicios.

Pregunta 3:

Gráfico 5: Nacionalidad.

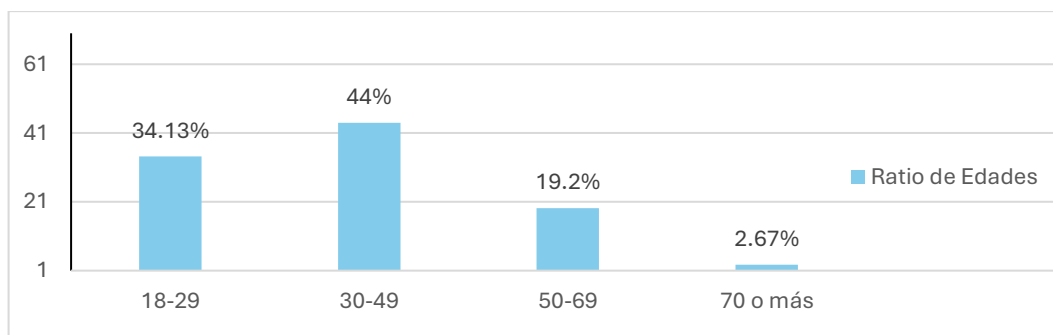


Nota: nacionalidad de los encuestados. **Fuente:** elaboración propia.

El Gráfico 5 indican que el 58,3 % de los encuestados son ecuatorianos. Los turistas extranjeros representan un porcentaje de 41,7%. Esto demuestra que la ciudad de Manta es visitada principalmente por turistas nacionales, sin embargo, los turistas extranjeros no se quedan atrás.

Pregunta 4:

Gráfico 6: Relación de edad de encuestados.

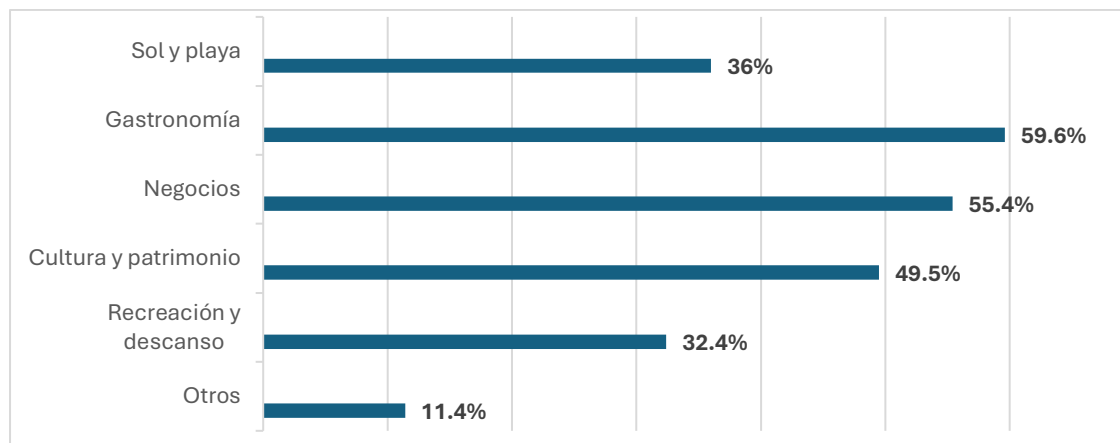


Nota: relación de edades de los encuestados. **Fuente:** elaboración propia.

De acuerdo con el gráfico de edades (Gráfico 6), se observa que la mayoría de los turistas que fueron encuestados se encuentran en el rango de 30 a 49 años, representando el 44,00 % del total. Esto indica que el perfil más común de usuarios que visitan la ciudad de Manta es de adultez intermedia, posiblemente relacionado con actividades laborales, de ocio o visitas a familiares.

Pregunta 5:

Gráfico 7: Motivaciones para visitar Manta.



Nota: motivaciones de los encuestados para visitar Manta. **Fuente:** elaboración propia.

El Gráfico 7 evidencia cuáles son las motivaciones que consideran principales para tomar la decisión de visitar la ciudad de Manta, tomando esto en cuenta la gastronomía está en el primer puesto con 59,6%, lo que nos da a entender que la mayoría de turistas visitan Manta para probar su variedad gastronómica. Este dato da idea de la importancia de mantener un buen servicio de atención al cliente y materiales de calidad en los establecimientos gastronómicos de la ciudad.

En segundo lugar, se encuentran los viajes por negocios, con un 55,4%, lo que evidencia que el destino no solo es percibido como un espacio de ocio y recreación, sino también es relevante para actividades comerciales, empresariales y profesionales. Este hallazgo sugiere la presencia de un flujo significativo de turismo corporativo, lo que implica oportunidades para el desarrollo del turismo MICE o turismo de reuniones como se conoce de forma más común.

En tercer lugar, la motivación relacionada con la cultura y patrimonio alcanzó un 49,5%, lo que refleja un interés considerable por los recursos culturales, históricos y patrimoniales del destino. Este resultado indica que los visitantes valoran mucho la identidad cultural de los museos que hay en la ciudad de Manta, sus tradiciones, eventos culturales y los bienes patrimoniales que se muestran en estos, un ejemplo puede ser el Museo Centro Cultural de Manta por su sala de la cultura mantense. Con esta información podemos entender la necesidad de conservar y promocionar estos recursos como parte fundamental del producto turístico.

De siguiente forma, la motivación por sol y playas representó el 36,0%, confirmándonos la importancia del turismo de sol y playa, siendo una de las principales actividades recreativas de la ciudad de Manta. Pero tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, el porcentaje menor en comparación con la gastronomía y los viajes de negocios, lo que sugiere que el destino presenta un perfil turístico más diversificado y no exclusivamente costero.

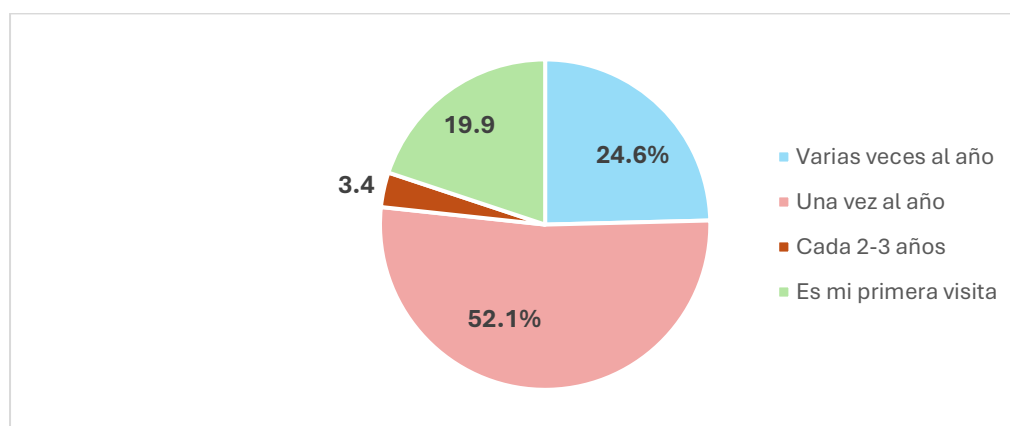
Asimismo, la recreación y descanso obtuvo un 32,4%, habiendo solo una mínima diferencia con la motivación de sol y playa, lo que nos evidencia que una parte de los visitantes busca actividades de ocio, relajación y bienestar. Este resultado puede asociarse a la demanda de servicios como balnearios, actividades recreativas, espacios naturales y oferta hotelera que hay en la ciudad.

Finalmente, la categoría otros motivos representó el 11,4%, lo que indica una menor incidencia de motivaciones alternativas, como pueden ser visitas familiares, actividades académicas o demás intereses personales de los turistas, los cuales no constituyen la principal razón de viaje hacia el destino.

A partir de estos resultados podemos evidenciar que la gastronomía y los negocios constituyen los principales factores de atracción del destino turístico de Manta, seguidos de estos se encuentra el interés cultural y los recursos naturales, demostrando que el destino posee un perfil turístico bastante variado, combinando turismo de ocio, cultural y de negocios, lo que representa una oportunidad para la diversificación y fortalecimiento de la oferta turística para diferentes segmentos del mercado que hay en la ciudad de Manta.

Pregunta 6:

Gráfico 8: Frecuencia de visita de los turistas a la ciudad de Manta.



Nota: frecuencia de visita de los encuestados. **Fuente:** elaboración propia.

En relación con la frecuencia de visita al destino turístico, se evidenció que la mayor proporción de los encuestados visitan el destino una vez al año, representando el 52,1% de la muestra. Este resultado indica que el destino mantiene un nivel de visita anual significativo, demostrando que hay percepción positiva en la experiencia turística que se ofrece.

En segundo lugar, podemos encontrar a los turistas que visitan Manta varias veces al año, con un 24,6%, lo que nos evidencia la existencia de un segmento recurrente de visitantes con alta frecuencia de movimiento hacia Manta. Este grupo podría asociarse a visitantes por motivos laborales, comerciales, familiares o de instancias cortas, lo cual demuestra que el destino cumple funciones tanto recreativas como funcionales.

En tercer lugar, se ubica a quienes indicaron que es su primera visita a la ciudad de Manta, con un 19,9%, lo que refleja la capacidad que posee para atraer nuevos visitantes a la ciudad de Manta. Este resultado es fundamental ya que nos revela la idea de crear nuevos procesos de captación para nuevos mercados turísticos, lo cual es fundamental para el crecimiento sostenido del destino.

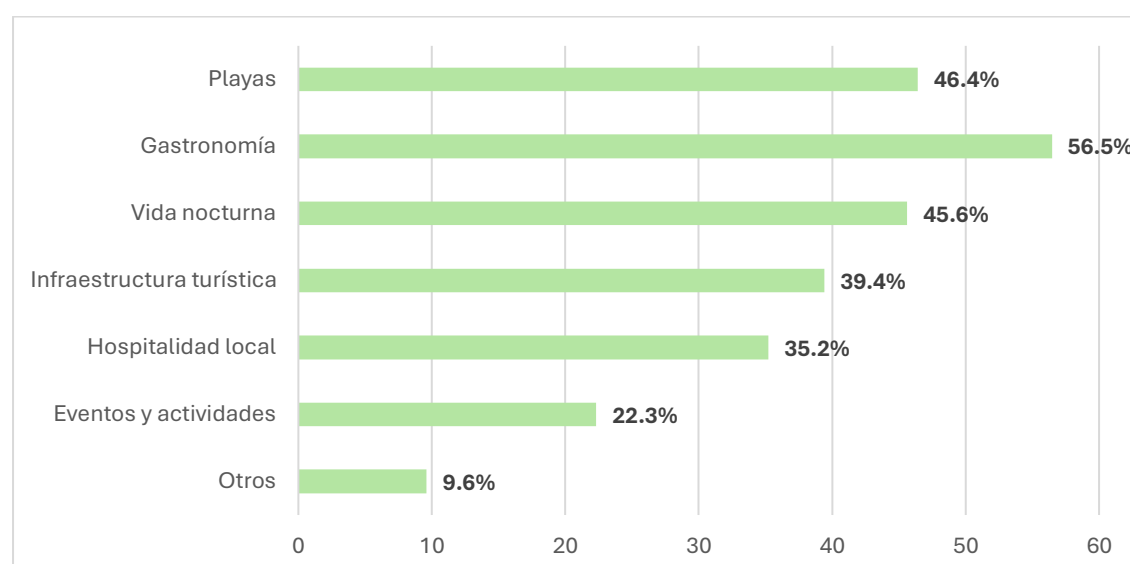
Finalmente, la menor proporción corresponde a quienes visitan el destino cada 2 a 3 años, con un 3,4%, lo que evidencia una baja recurrencia en este segmento específico, posiblemente asociada a factores asociados a los costos de viaje, preferencias por otros destinos turísticos o la distancia geográfica del destino.

Estos resultados muestran que el destino presenta un alto nivel de fidelización turística, lo cual se caracteriza por una fuerte presencia de visitantes recurrentes, una captación y adaptación constante de nuevos turistas, lo que evidencia un equilibrio entre consolidación del mercado actual y expansión de nuevos posibles segmentos fortaleciendo la sostenibilidad de la demanda turística de la ciudad.

3.2 Factores que influyen en la elección del destino Manta.

Pregunta 7:

Gráfico 9: *Atractivos que consideran relevantes los turistas para visitar Manta.*



Fuente: elaboración propia.

En relación con los atributos de factores que influyen en la elección de Manta como destino, se evidencia que la gastronomía es el principal atributo que se valora por los encuestados, dándonos el 56,5% de la muestra encuestada. Este resultado demuestra la casi perfecta oferta gastronómica que hay en la ciudad de Manta, logrando percibirse como un elemento diferenciador y competitivo, lo cual resalta la importancia de la cocina local y los establecimientos de alimentos volviéndose factores clave en la experiencia turística.

En segundo lugar, se ubican las playas, con un 46,4%, lo que confirma de forma rotunda la relevancia del turismo de sol y playa como uno de los principales atractivos del destino.

En tercer lugar, la vida nocturna alcanzó un 45,6%, siendo una diferencia casi imperceptible si lo comparamos con el segundo punto mencionado, lo que nos refleja la total importancia de la oferta del entretenimiento nocturno que hay bares, discotecas y demás actividades recreativas, volviendo experiencia prácticamente fija que busca el turista.

De cuarto lugar, la infraestructura turística se obtuvo un 39,4%, dándonos evidencia que los turistas valoran la disponibilidad y calidad de servicios e instalaciones, tales como hoteles, restaurantes, transporte, señalización turística. Este resultado destaca la necesidad de fortalecer la infraestructura para mejorar la competitividad de la ciudad frente a otros destinos.

Asimismo, en quinto lugar, la hospitalidad local representó un 35,2%, lo que indica que los visitantes perciben positivamente la amabilidad y atención de la población local y de los prestadores de servicios turísticos. Este atributo es fundamental para la construcción de experiencias turísticas satisfactorias y en la generación de fidelidad hacia Manta.

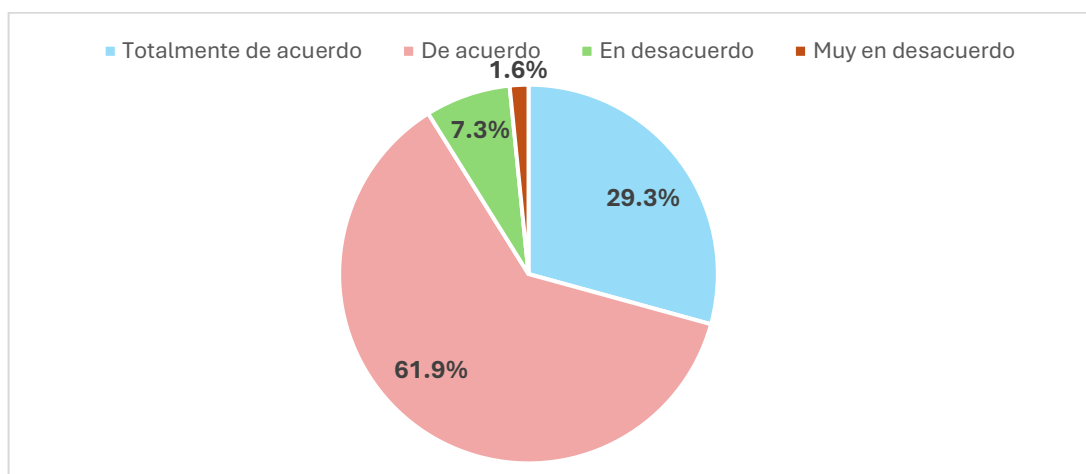
En sexto lugar, los eventos y actividades alcanzaron un 22,3%, lo que es un porcentaje menor, pero significativo, valorando las actividades culturales, deportivas y recreativas organizadas en el destino. Finalmente, la categoría otros atributos representa el 9,6%, lo que indica una menor incidencia de factores adicionales no especificados, como visitas familiares, actividades académicas u otros intereses particulares que ya se han mencionado.

Tomando en cuenta estos resultados muestran que la gastronomía y los recursos naturales constituyen los principales atributos del destino, seguidos por la oferta de entretenimiento y la infraestructura turística. Evidenciando que el destino presenta un perfil turístico donde los factores tangibles e intangibles influyen en la percepción y satisfacción del

visitante, lo cual constituye una base fundamental para el diseño de estrategias de desarrollo y promoción turística.

Pregunta 8:

Gráfico 10: *Turismo en aumento de Manta.*



Nota: resultado de la pregunta *en qué medida considera que la oferta gastronómica influye en la decisión de elegir Manta como destino*. **Fuente:** elaboración propia.

Se evidencia que la percepción de los encuestados sobre el crecimiento del turismo en Manta durante los últimos cinco años, se evidenció que la mayoría considera que el turismo ha aumentado. En primer lugar, el 61,9% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con esta afirmación, lo que indica una percepción general positiva sobre el desarrollo turístico del destino en el periodo analizado a pesar de la inseguridad que se está viviendo actualmente en la ciudad.

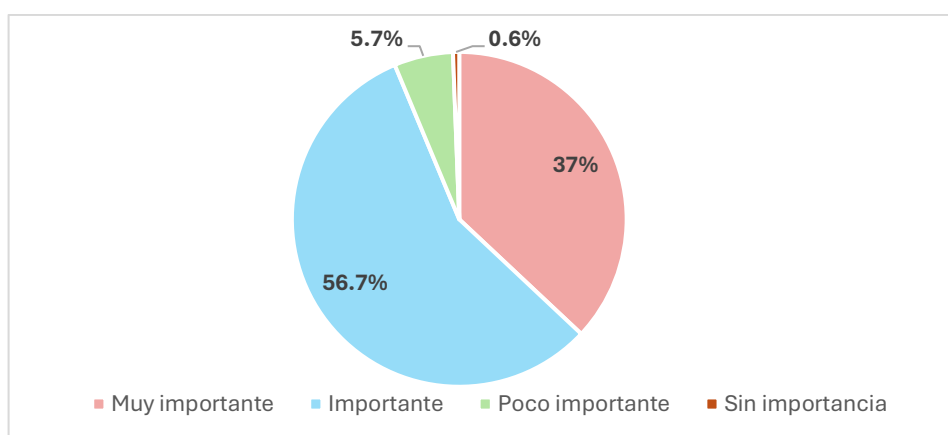
En segundo puesto está el 29,3% de los participantes indicó estar totalmente de acuerdo, reforzando la percepción de que los encuestados reconocen un incremento en la llegada de turistas, la mejora de la oferta turística o el desarrollo de infraestructura y servicios asociados al turismo.

Sin embargo, un 7,3% de los encuestados manifestó estar en desacuerdo, lo que refleja la existencia de un grupo minoritario que no percibe un aumento significativo del turismo, tal vez por la inseguridad o posiblemente debido a experiencias personales, percepciones locales o falta de información sobre la evolución del sector en la ciudad.

Finalmente, el 1,6% de los participantes indicó estar muy en desacuerdo, lo que representa una proporción mínima de la muestra, sugiriendo que la percepción negativa sobre el crecimiento del turismo es poco significativa entre los encuestados.

Pregunta 9:

Gráfico 11: *Influencia gastronómica la decisión de Manta como destino.*



Nota: resultado de la pregunta *en qué medida considera que la oferta gastronómica influye en la decisión de elegir Manta como destino*. **Fuente:** elaboración propia.

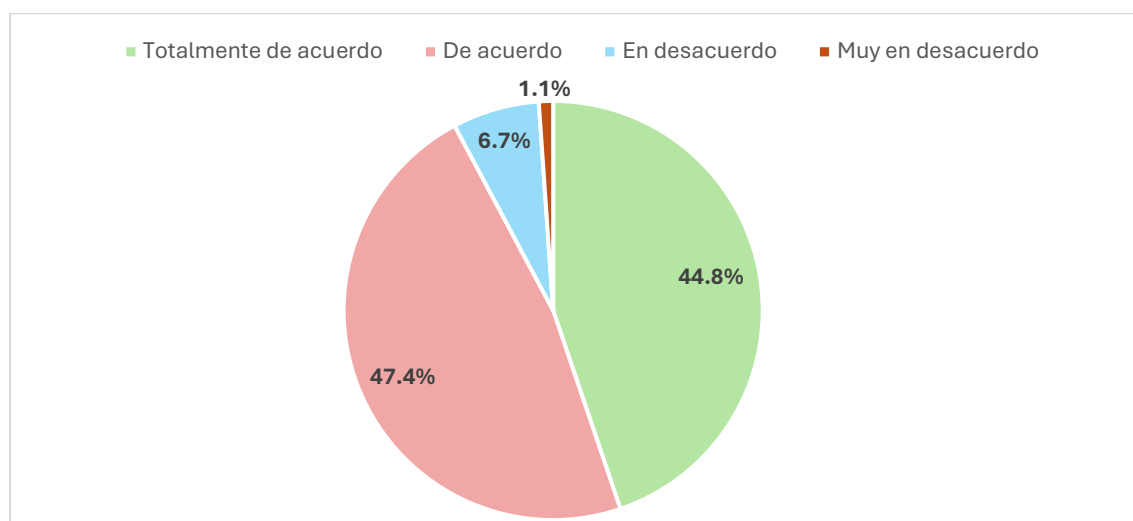
En el Gráfico 11 se ve la influencia de la oferta gastronómica en la decisión de elegir a Manta como destino turístico, en primer lugar, encontramos el 56,7% de los participantes indicó que la gastronomía es importante, lo que demuestra que la oferta culinaria constituye un elemento significativo en el proceso de toma de decisiones de los turistas para seleccionar Manta como destino

En segundo lugar, el 37,0% manifestó que la gastronomía es muy importante, así vemos que la cocina local representa un factor determinante en la atracción de visitantes. Este resultado sugiere que la gastronomía logra no solo complementar la experiencia turística, sino que también actúa como motivación de viaje principal para la ciudad, contribuyendo al posicionamiento del destino en el mercado turístico frente a su competencia.

Por otro lado, el 5,7% indicó que es poco importante y el otro 0,5% de los encuestados indicó que la gastronomía no tiene ninguna importancia en la elección del destino, lo que representa una proporción mínima de la muestra comparado a los porcentajes anteriores.

Pregunta 10:

Gráfico 12: *Actividades culturales y recreativas como atracción para turistas.*



Nota: resultado de la pregunta *en qué medida las actividades culturales y recreativas de Manta atraen a más turistas*. **Fuente:** elaboración propia.

En relación con la influencia de las actividades culturales y recreativas de Manta en la atracción de turistas, se evidenció una percepción sumamente positiva por parte de los encuestados. En primer lugar, el 47,4% (Gráfico 12) manifestó estar de acuerdo en que estas actividades atraen a más turistas, lo que indica que los eventos culturales, festividades, actividades recreativas y manifestaciones culturales constituyen factores relevantes en la decisión de visita al destino.

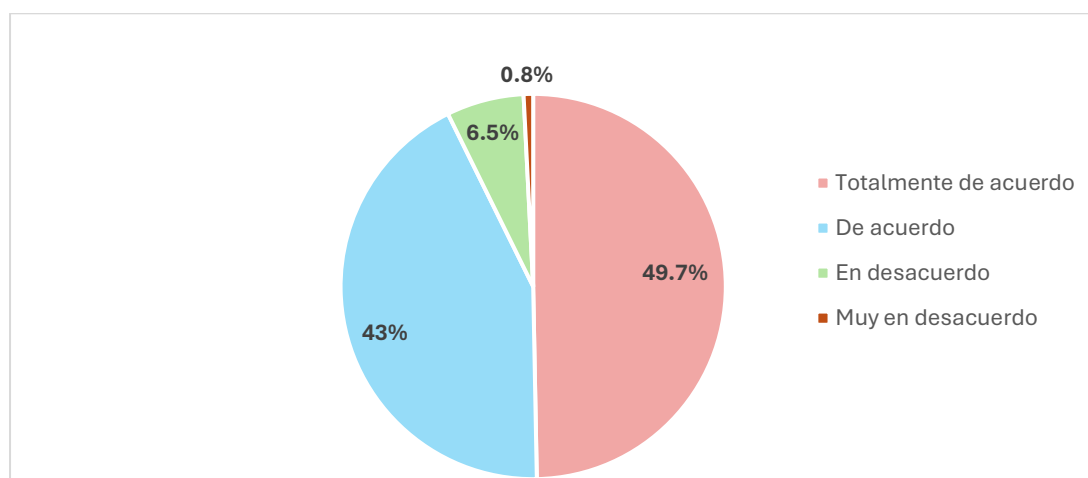
En segundo lugar, el 44,8% indicó estar totalmente de acuerdo, lo que refuerza la percepción de que las actividades culturales y recreativas desempeñan un papel determinante en el incremento del flujo turístico hacia Manta.

De tercer lugar, un 6,7% de los participantes están en desacuerdo, lo que nos evidencia la existencia de un segmento minoritario que no percibe una influencia significativa de estas actividades en la atracción de turistas.

Por último, el 1,1% de los encuestados indicó estar muy en desacuerdo, siendo una representación mínima que confirma que la percepción negativa sobre la influencia de las actividades culturales y recreativas es poco significativa entre los encuestados.

Pregunta 11:

Gráfico 13: *Imagen y promoción turística influyente en los turistas.*



Nota: resultado de la pregunta *si la imagen y promoción turística de Manta influyen en su decisión de visitar la ciudad*. **Fuente:** elaboración propia.

En el Gráfico 13 se muestra que el 49,7% de los participantes está totalmente de acuerdo en que la imagen y la promoción turística influyen en su decisión de visita.

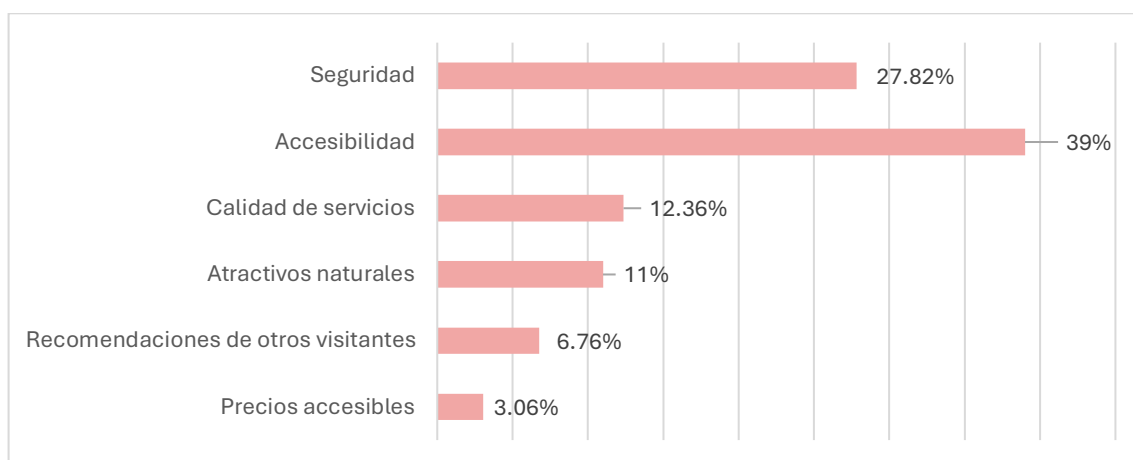
En segundo lugar, el 43,0% de los encuestados indicó estar de acuerdo, este resultado sugiere que la imagen proyectada por Manta constituye un factor determinante en la elección del destino por parte de los visitantes.

Por otro lado, un 6,5% de los participantes manifestó estar en desacuerdo, lo que evidencia la existencia de un segmento minoritario que no considera la promoción turística como un factor decisivo en su elección, posiblemente porque su decisión se base en recomendaciones personales, sucesos personales o factores económicos y sociales.

Por lo antes mencionado, apenas el 0,8% de los encuestados indicó estar muy en desacuerdo, representando una proporción mínima de la muestra, lo que confirma que la percepción negativa de la ciudad de Manta sobre la influencia de la imagen y la promoción turística es muy poco significativa entre los turistas.

Pregunta 12:

Gráfico 14: Factores que aportan a la elección de Manta como destino.



Fuente: elaboración propia.

Se identificó que la accesibilidad es el factor que más aporta a la elección de Manta como destino turístico tomando el valor de 60,1% de las respuestas, dándonos la evidencia sobre la importancia de la conectividad, vías de acceso y facilidades de transporte que aportan para la elección del destino.

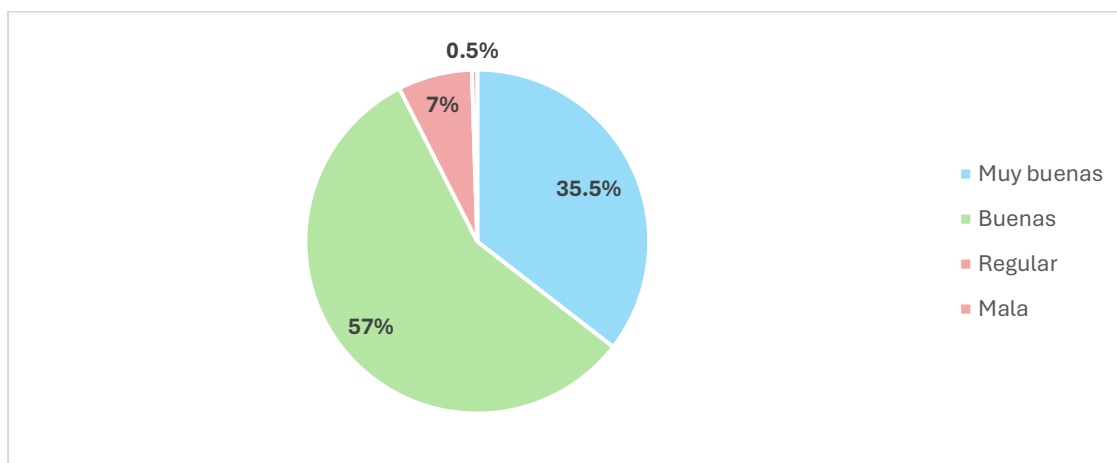
Siguiendo encontramos la calidad de los servicios que alcanzó un 52,6%, reflejando que la atención, la infraestructura y experiencia que se ofrece influyen de manera significativa en la decisión para viajar a la ciudad de Manta. La seguridad también se posicionó como un aspecto sumamente relevante, con una tasa del 49,5%, lo que indica que los turistas consideran fundamental sentirse protegidos durante su estancia. Por última parte, los atractivos naturales obtuvieron un 47,7%, destacando el valor del entorno costero y los recursos naturales que hay en la ciudad.

Las recomendaciones de otros visitantes representaron el 29,5%, lo que sugiere que el boca a boca y las experiencias compartidas tienen una influencia moderada en la elección del destino. Finalmente, los precios accesibles registraron el 17,6%, siendo el factor menos determinante, lo que indica que, si bien el costo es considerado, no resulta decisivo frente a otros aspectos vinculados a la calidad, seguridad y accesibilidad del destino.

3.3 Percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos.

Pregunta 13:

Gráfico 15: *Calidad de los establecimientos turísticos.*



Nota: Respuesta sobre calidad de la atención en los establecimientos turísticos de Manta. **Fuente:** elaboración propia.

Del análisis de los resultados (Gráfico 15) se muestra que la calidad de la atención en los establecimientos turísticos de Manta es valorada de forma ampliamente favorable por los encuestados. La categoría “Buena” completa el 57,0% de las respuestas, lo que demuestra que el servicio recibido cumple con sus expectativas y contribuye positivamente a la experiencia turística en el destino.

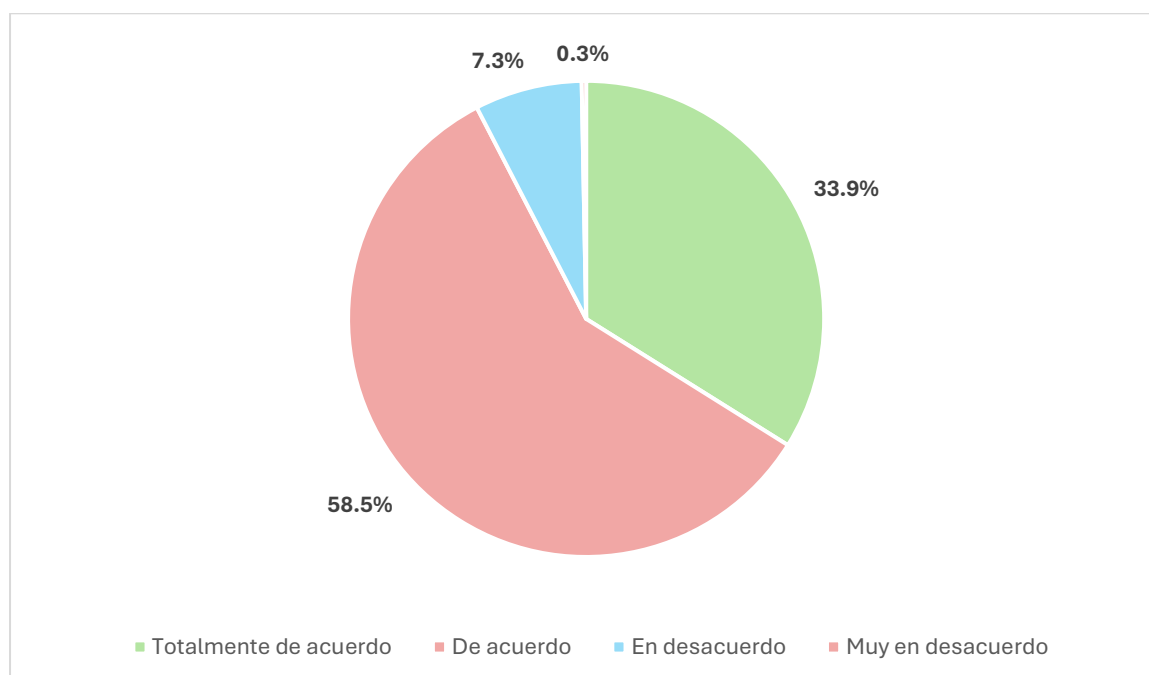
Asimismo, la opción “Muy buena” marco un 35,5%, evidenciando que un porcentaje significativo de turistas percibe un nivel elevado de profesionalismo y eficiencia por parte del personal de los establecimientos turísticos. Este resultado refleja esfuerzos en la mejora de la atención al cliente y fortalece la imagen de Manta como un destino competitivo y confiable.

En contraste al porcentaje anterior, la calificación “Regular” fue seleccionada por el 7,0% de los encuestados, lo que sugiere la presencia de ciertas debilidades puntuales en el servicio, tales como tiempos de atención.

Finalmente, la opción “Mala” representó únicamente el 0,5% de las respuestas, lo que indica que los niveles de insatisfacción son mínimos. En conjunto, estos resultados permiten concluir que la calidad de la atención constituye una fortaleza del sector turístico de Manta.

Pregunta 14:

Gráfico 16: *Calidad de los establecimientos turísticos.*



Nota: Respuesta a la pregunta sobre calidad de la atención en los establecimientos turísticos de Manta.

Fuente: elaboración propia.

De los datos obtenidos en la encuesta se observa una percepción mayoritariamente favorable respecto a la adecuación de los servicios turísticos de Manta para satisfacer las necesidades del visitante. La opción “De acuerdo” concentra el 58,5% de las respuestas, lo que evidencia que la mayoría de los encuestados considera que los servicios ofrecidos (restaurantes, hoteles y transporte) cumplen con sus expectativas durante la estadía en la ciudad de Manta.

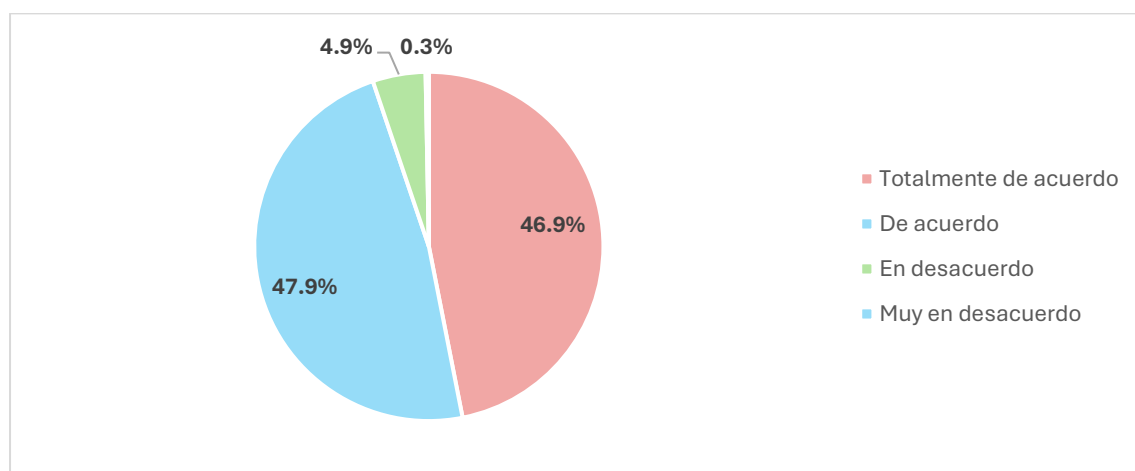
De manera complementaria, la categoría “Totalmente de acuerdo” alcanzó el 33,9%, reflejando un alto nivel de conformidad y satisfacción plena con la oferta de servicios turísticos del destino. Sugiere que los visitantes perciben eficiencia, variedad y calidad en los servicios ofrecidos, factores fundamentales para una experiencia y un boca a boca positivo.

Por otro lado, la opción “En desacuerdo” representó el 7,3% de las respuestas, lo que indica que un grupo reducido de turistas identifica limitaciones posiblemente relacionadas con infraestructura, tiempos de atención o disponibilidad en temporadas de alta demanda.

Finalmente, la alternativa “Muy en desacuerdo” obtuvo apenas el 0,3%, lo que demuestra que los niveles de insatisfacción extrema son prácticamente inexistentes. Todos, estos resultados permiten concluir que los servicios turísticos de la ciudad de Manta son percibidos como adecuados si hablamos en términos generales, consolidándose como un elemento fundamental para la satisfacción del visitante y la competitividad del destino.

Pregunta 15:

Gráfico 17: *Infraestructura turística de Manta.*



Nota: Respuesta a la pregunta sobre si la infraestructura turística de Manta contribuye positivamente a su experiencia. calidad de la atención en los establecimientos turísticos de Manta. **Fuente:** elaboración propia.

En primer puesto los resultados nos muestran una percepción ampliamente favorable respecto a la contribución de la infraestructura turística de Manta (playas, malecones, señalética y accesos) en la experiencia del visitante. Los encuestaron están de acuerdo concentra el 47,9% de las respuestas, lo que indica que la mayoría de los encuestados considera que estos elementos influyen positivamente y facilitan el disfrute del destino.

En segundo término, los encuestados indican que están totalmente de acuerdo alcanzando el 46,9%, reflejando un alto nivel de satisfacción con las condiciones de la infraestructura turística.

Por otra parte, están en desacuerdo un 4.9% representando un porcentaje reducido del total de respuestas, lo que señala que solo una minoría identifica limitaciones en aspectos específicos de la infraestructura, tales como mantenimiento, señalización o accesos en determinadas zonas.

Finalmente, se registró apenas el 0,3% de los encuestados están muy en desacuerdo, lo que evidencia que los niveles de insatisfacción extrema son prácticamente nulos. En conjunto, estos resultados permiten afirmar que la infraestructura turística de Manta constituye un factor clave que contribuye de manera positiva a la experiencia del visitante y al fortalecimiento del destino.

De forma general, los turistas perciben que la ciudad de Manta cumple con los estándares turísticos en lo que destaca, aunque teniendo margen de mejora.

Para complementar el análisis individual de las preguntas presentadas, se presenta a continuación la tabla de promedios obtenidos a partir de las respuestas de los 375 turistas encuestados, sin embargo solo se realizara la media de la pregunta 8 a la pregunta 15 dado que son las que cuentan con la posibilidad de realizar la media, esto nos permite observar de manera comparativa cuáles puntos de la demanda turística y factores en la elección del destino son mejor valorados y cuáles presentan mayores debilidades desde la percepción del mismo.

La interpretación de las medias se realiza con una escala de 1 a 5, donde puntajes más altos, en este caso 5 significan una mayor satisfacción o percepción positiva del servicio y 1 la calificación más baja. De esta manera, este análisis permite identificar puntuaciones globales, áreas críticas y elementos que influyen directamente en los factores de elección de la ciudad Manta como destino.

Tabla 7: Media global de ítems 8 a 15 de la encuesta (quitando la pregunta 12).

Ítem	Válido	Media
Considera que en los últimos 5 años el turismo en Manta ha aumentado	375	4,5
La oferta gastronómica influye en la elección de Manta como destino	375	4,6
Las actividades culturales y recreativas atraen más turistas	375	4,4
La imagen y promoción turística influyen en su decisión de visita	375	4,5
Calidad de la atención en los establecimientos turísticos	375	4,4
Los servicios turísticos son adecuados para satisfacer al visitante	375	4,5
La infraestructura turística contribuye positivamente a su experiencia	375	4,4

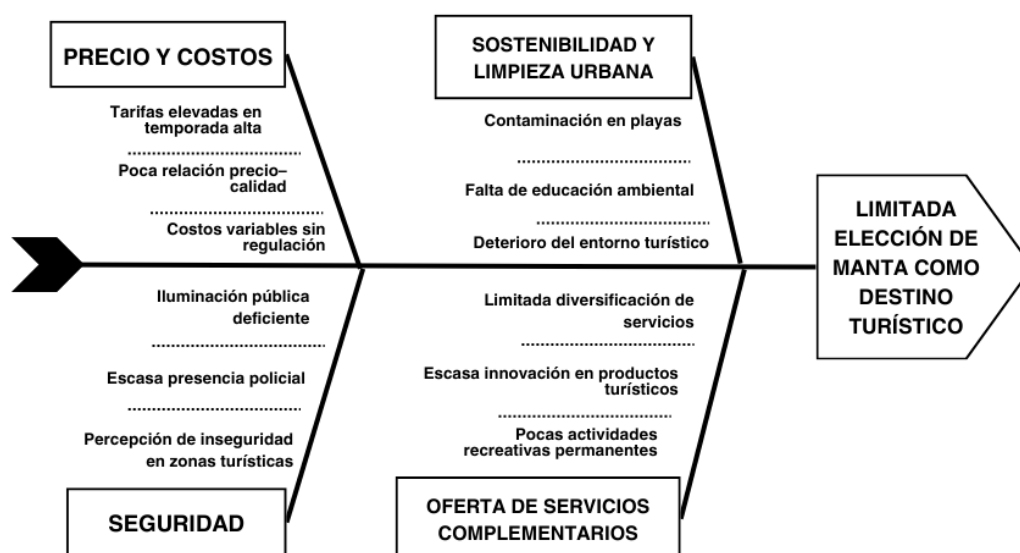
Nota: media aritmética para las preguntas 8, 9, 10, 11, 13, 14 y 15, con el objetivo de hallar el índice de satisfacción con la ciudad de Manta. **Fuente:** elaboración propia.

El análisis de las medias obtenidas muestra que la percepción general sobre la ciudad de Manta es positiva, con un promedio global de 4,40, lo que refleja un servicio aceptable de la ciudad, pero con evidentes áreas de mejora. Los aspectos mejor evaluados son la gastronomía, la imagen y promoción de la ciudad, y los servicios turísticos que se ofrecen al visitante, lo que indica que los usuarios se sienten atraídos por nuestra gastronomía local, presentamos una buena imagen y promoción y pueden disfrutar plenamente de los servicios que se ofrecen en el sector turístico. En un nivel medio se ubican factores como las actividades culturales, la calidad de la atención en los establecimientos y por último la infraestructura turística si bien son valorados de forma aceptable, requieren acciones para elevar su calidad.

3.4 Propuesta Estratégica para el Fortalecimiento de los Factores de Elección Turística en Manta.

Con el fin de analizar las causas que originan los principales problemas identificados en la percepción de los turistas sobre los factores que marcan la demanda turística de la ciudad de Manta, se elaboró un Diagrama de Ishikawa o diagrama causa–efecto. Esta herramienta permitió mostrar de forma estructurada los factores que provocan la baja calidad de la limpieza urbana, la poca seguridad, los sobreprecios y sobre todo la oferta de servicios complementarios los cuales fueron los aspectos peor evaluados en la encuesta aplicada.

Gráfico 18:Diagrama Causa Efecto (Ishikawa)



Nota: diagrama Ishikawa para relacionar causas, efectos y problemática. **Fuente:** elaboración propia.

El diagrama de causa-efecto permitió comprender que estas deficiencias no surgen de manera aislada, sino que responden conjuntas que están relacionadas en factores como el d inseguridad, limitada diversificación de servicios, métodos de trabajo y procesos de gestión. Esto hace posible construir un plan de mejora coherente y orientada a soluciones reales, dando prioridad a acciones concretas y viables que permitan elevar la calidad de los factores que influyen en la demanda turística de Manta como destino, lo cual nos permitirá mejorar de manera significativa la experiencia del usuario.

CONCLUSIONES

Tras el análisis de la demanda turística y sus factores para elegir a la ciudad de Manta como destino, se concluye que el destino posee un perfil sumamente dinámico y diversificado, donde la gastronomía y los viajes de negocios han emergido como los principales motores de atracción, incluso por encima de la motivación tradicional de sol y playa. El estudio revela que existe una alta fidelización del visitante, dado que la mayoría de los turistas acuden al menos una vez al año, motivados por una percepción positiva de su experiencia previa.

Asimismo, se determinó que factores externos como la accesibilidad vial y conectividad, junto con la calidad de los servicios y la seguridad percibida, son los elementos determinantes que inclinan la balanza al momento de elegir a Manta frente a otros destinos competitivos.

De la misma manera, la investigación confirma que la imagen y promoción turística de la ciudad juegan un papel crucial, pues la mayoría de los visitantes coinciden en que la percepción proyectada del destino influyó directamente en su decisión final de visita.

Finalmente, para favorecer los factores de elección del destino, se concluye que es necesario implementar estrategias integrales que ataquen las debilidades detectadas en el diagrama causa-efecto, específicamente la inseguridad y la limpieza urbana.

RECOMENDACIONES

Basado en los resultados obtenidos, se recomienda a las autoridades locales y gestores turísticos fortalecer la estrategia de posicionamiento gastronómico, aprovechando que es el atributo mejor valorado por los turistas, mediante la creación de rutas culinarias que integren ambos sectores, urbano y rural. Es imperativo también mejorar la infraestructura y los tiempos de atención en los establecimientos, ya que, aunque la calificación general es buena, existe un margen de mejora para alcanzar niveles de excelencia que eliminen las percepciones de servicio "regular". Se sugiere además potenciar la agenda de actividades culturales y recreativas, dado su alto impacto en la atracción de flujos turísticos adicionales.

De forma complementaria, y con el fin de asegurar la sostenibilidad de la demanda, las instituciones competentes deben mantener y reforzar de manera permanente protocolos de seguridad en zonas como playas, parques o diversas áreas públicas de recreación. Esta acción resulta importante puesto que la protección y cuidado del turista han sido expresados por la demanda actual en los análisis que hemos podido ver anteriormente en esta investigación como una de las principales prioridades para garantizar la confianza y retorno al destino.

De forma consiguiente, implementar todas estas recomendaciones, enfocadas en la calidad del servicio y la integridad del turista, lograra permitir a la ciudad de Manta consolidarse como un destino competitivo frente a las nuevas ofertas o exigencias del mercado.

REFERENCIAS

- Aldean, H. B., & González Saldarriaga, M. G. (12 de Noviembre de 2021). *Plan Estratégico Institucional 2021_2025*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/plan_estrat%C3%A9gico_institucional_2021-2025_01_12_21-signed-signed-signed01....pdf
- Bernal, C. A. (2010). *AbacoenRed*. Obtenido de https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf?utm_source=
- Bhattacharjee, A. (22 de Noviembre de 2011). *LibreTexts Español*. Obtenido de [https://espanol.libretexts.org/Bookshelves/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigacion_en_Ciencias_Sociales_-_Principios_Metodos_y_Practicas_\(Bhattacharjee\)/02%3A_Pensar_como_investigador/2.01%3A_Unidad_de_An%C3%A1lisis?utm_source=c](https://espanol.libretexts.org/Bookshelves/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigacion_en_Ciencias_Sociales_-_Principios_Metodos_y_Practicas_(Bhattacharjee)/02%3A_Pensar_como_investigador/2.01%3A_Unidad_de_An%C3%A1lisis?utm_source=c)
- Buhalis, D., & Law, R. (4 de Marzo de 2008). *ScienceDirect*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517708000162?via%3Dihub>
- Charry, J. D., & Navarro Parra, S. (junio de 2018). Obtenido de https://arbapublishing.com/wp-content/uploads/2025/01/metodologia_de-investigacion.pdf?utm_source=
- Charry, J. D., & Navarro Parra, S. (Junio de 2018). *Arba Publishing*. Obtenido de https://arbapublishing.com/wp-content/uploads/2025/01/metodologia_de-investigacion.pdf?utm_source=
- Cisneros Aldean, H. B., & González Saldarriaga, M. G. (12 de Noviembre de 2021). *Secretaría Nacional de Planificación*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/plan_estrat%C3%A9gico_institucional_2021-2025_01_12_21-signed-signed-signed01....pdf
- Cobeña, M. V. (Abril de 2018). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/332135667_Importancia_del_turismo_para_el_desarrollo_local_de_la_provincia_Manabi
- Coronel Pérez , V., Bermúdez-Gallegos, C., & Toledo López, N. A. (20 de Junio de 2020). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/367806575_Perfil_del_turista_de_la_generacion_Z_en_Ecuador
- García, M. O., Maass, S. F., Ramírez de la O, I. L., Berna, G. N., Espinosa de los Monteros, G. N., & Regil, H. H. (3 de Mayo de 2011). *Investigaciones Geográficas*. Obtenido de <https://www.investigacionesgeograficas.unam.mx/index.php/rig/article/view/29874/27774>
- Hernández Lara, A., Carvache Franco, M., Carvache Franco, W., Carvache Franco, O., & Villagómez Buele, C. (01 de Abril de 2019). *Taylor & Francis Online*. Obtenido de

- https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2019.1600476?utm_source=chatgpt.com
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Dialnet*. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf?utm_source=
- Hernandez, S., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ibáñez Pérez, R. M., Olmos Martínez, E., & Almendarez Hernández, M. A. (07 de Diciembre de 2022). *Research Gate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/366088224_Factores_que_influyen_en_la_disposicion_para_recomendar_pueblos_magicos_del_noroeste_mexicano
- Isabel, Á. M. (07 de Mayo de 2018). *Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10795/1/T-UCSG-POS-MFEE-123.pdf>
- Kotler, P., Bowen, J., & Baloglu, S. (31 de Diciembre de 2020). *Pearson*. Obtenido de <https://www.pearson.com/en-us/schools/subject-catalog/p/marketing-for-hospitality-and-tourism-hs-edition/P200000013954?k12=true&tab=instructor-resources>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Mintur. (2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- Molina Azorín, J. F., Tarí, J. J., López Gamero, M. D., Pereira Moliner, J., & Antón López, A. I. (2022). Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. *Estudios Empresariales*, 51-72. doi:<https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.7041>
- OMT. (2020). *UN Tourism*. Obtenido de https://www.blogdeviajes.com.ar/wp-content/uploads/2021/05/9789284422746.pdf?utm_source=
- Orozco, C. A., & Álava, F. (16 de Agosto de 2022). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf?utm_source=
- Proaño Chipantaxi, P. L., Pazmiño Valle, P. M., & Tapia Novillo, F. (16 de Julio de 2018). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/335800469_Perfil_del_turista_en_funcion_de_las_motivaciones_para_productos_turisticos_patrimoniales_-_caso_Ruta_del_Hielo_II
- Rengifo, M. I. (Febrero de 2020). Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2049/1/ULEAM-HT-0043.pdf>

- Sampieri, R. H. (28 de Noviembre de 2008). Metodología De La Investigación. Obtenido de https://uniclanet.unicla.edu.mx/assets/contenidos/254857_DOC_2023-03-01_18%3A46%3A18.pdf?utm_source=
- Santana, G. C. (2023). *COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL AÑO 2022 EN EL CANTÓN MANTA*. Manta. Obtenido de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4402/1/Ulead-HT-0102.pdf#:~:text=Manta%20es%20una%20ciudad%20tur%C3%ADsticamente,Tambi%C3%A9n%20se%20puede>
- Turisee. (4 de Noviembre de 2024). *Turisee*. Obtenido de <https://www.turisee.com/manta-joya-para-el-turismo-2/>
- Turismo, O. (2019). *ONU Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Turismo, O. M. (2020). Obtenido de https://www.blogdeviajes.com.ar/wp-content/uploads/2021/05/9789284422746.pdf?utm_source=
- U, M. L. (abril de 2003). *Aula Virtual WordPress*. Obtenido de https://aulasvirtuales.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Vidal Rischmoller, J., & Criollo Delgado, R. (21 de Junio de 2023). *Ciencia Latina*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6455/9861>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de evaluación por Google Form

Estudio de la Demanda Turística de Manta: Factores que influyen en la elección del Destino.

Estimado(a) turista:

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información sobre los **factores que influyen en la elección de Manta como destino turístico**. Sus respuestas serán **confidenciales** y se utilizarán únicamente con **fines académicos y de investigación**. Le solicitamos responder con sinceridad y marcar la opción que mejor refleje su opinión.

Se agradece su aporte a esta investigación.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso. [Más información](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Indique si es la primera vez que visita Manta. *

Marque una sola opción

☐ Sí

☐ No

2. Indique con que género se identifica. *

Marque una sola opción

☐ Masculino

☐ Femenino

☐ Otros

Anexo 2: Validación del instrumento de encuesta.



Datos Personales del Experto:

Apellidos: _____ Bruzza Moncayo _____ Nombre: _____ Mariuxi _____
Organización donde Trabaja: _____ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí _____
Título de Pre-grado: _____ Ingeniera en sistemas _____
Título de Post-Grado: _____ Dra. en Ingeniería _____
C. I. : _____ 1309157673 _____

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		La pregunta 8 está relacionada con la dinámica de la demanda (percepción de crecimiento); es útil como contexto y puede asociarse al objetivo general, aunque no mide directamente un factor de elección, sino la percepción de evolución del turismo. Se puede considerar "complementaria" pero no incoherente.
9	X		
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		

Anexo 3: Segunda validación del instrumento de encuesta.

Datos Personales del Experto:

Apellidos: Molina Sabando **Nombre:** Lizandro Antonio

Organización donde Trabaja: ULEAM

Título de Pre-grado: Ingeniero de Sistemas

Título de Post-Grado: MBA con mención en telecomunicaciones

C. I. : 1309684841

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de



éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		
9	X		
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		
14	X		
15	X		
16		X	No está asociado a ningún objetivo y el instrumento está diseñado para un análisis cuantitativo.



TESIS_FINAL_LUCIANO_FREDDY_CANTO S_GUALE_2025



Nombre del documento: TESIS_FINAL_LUCIANO_FREDDY_CANTOS_GUALE_2025.pdf	Depositante: CARLOS PIGUAVE MERO	Número de palabras: 10.305
ID del documento: 2a3d5337bd40525294505a72b11539a2c66afa0a	Fecha de depósito: 2/2/2026	Número de caracteres: 72.132
Tamaño del documento original: 1,02 MB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 2/2/2026	



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Proyecto de investigación - Percepción del turista del destino Manta(...) #674a88 Viene de de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
2	doi.org Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.7041	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	www.redalyc.org Segmentación por motivaciones y valoración del turismo inter... https://www.redalyc.org/journal/818/81868160005/html/1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.esпам.edu.ec Plan de marketing para el desarrollo turístico de la p... http://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1118/4/TTT25.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
2	dx.doi.org Interacción turista-chatbot en destinos turísticos: una revisión exhau... http://dx.doi.org/10.33554/riv.18.2.2154	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	www.redalyc.org El covid-19 y su impacto económico en las empresas hotelera... https://www.redalyc.org/journal/5885/588566096011/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
4	repository.unipiloto.edu.co Análisis del perfil turístico de los visitantes del mu... http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/14474	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
5	Documento de otro usuario #7cb269 Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://www.planificacion.gob.ec/wp
2	https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/EI
3	https://español.libretexts.org/Bookshelves/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Huma
4	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517708000162?via=ihub
5	https://arbapublishing.com/wp