



Uleam

**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 LICENCIATURA EN TURISMO.**

TEMA

“DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISTICA EN MANTA”

AUTOR

VINCES LOOR MELANIE THAIZ

TUTOR

ING. LIZANDRMOLINA SABANDO, MG

Manta - Ecuador

2025-2026

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 de la estudiante VINCES LOOR MELANIE THAIZ, legalmente matriculada en la carrera de TURISMO, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN MANTA."*

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, Jueves, 14 de agosto de 2025.

Lo certifico,



MOLINA SABANDO LIZANDRO ANTONIO
Docente Tutor

AUTORÍA

El presente trabajo se ha elaborado como requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto es de autoría exclusiva de Vines Loor Melanie Thaiz B, como autora del proyecto de investigación titulado “**Diversificación de la oferta turística en Manta**”. Cualquier uso total o parcial de este documento, se deberá otorgar los respectivos créditos.



Vines Loor Melanie Thaiz
1317262168

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Vinces Loor Melanie Thaiz , portadora de la C. I. # 1317262168, 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 **“Diversificación de la oferta turística en Manta ”**, 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, 23 de febrero de 2026



Vinces Loor Melanie Thaiz

Autor

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Diversificación de la oferta turística en Manta”, ha sido realizado y concluido por Vines Loor Melanie Thaiz con C.I. 1317262168; 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:

Lic. Marco Durán Vasco, Mg.

Presidente de Tribunal

Ing. Amparo Cabrera Chávez, Mg.

Miembro de Tribunal

Ing. Dr. Carlos Piguave Mero, PhD

Miembro de Tribunal

Ing. Lizandro Molina Sabando, Mg.

Tutor

Vines Loor Melanie Thaiz
Graduado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por permitirme llegar hasta este momento, sostenerme en cada prueba, hacerme una mujer fuerte y resiliente por ser mi guía, mi fuerza en los momentos de dificultad por darme la capacidad de comprender, iluminar mi mente en los momentos de duda, por brindarme paciencia cuando el proceso parecía difícil, por concederme la fortaleza espiritual por continuar incluso en los días de cansancio y mi inspiración constante.

A mis padres, porque sin ustedes nada de esto hubiera sido posible. Soy consciente de cada sacrificio de lucha que han llevado por mi futuro; son mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia su amor incondicional, por creer en mí y por ser mi pilar fundamental en cada etapa de este camino.

A mi docente y mentor, quienes con su conocimiento, paciencia y compromiso sembraron en mí la pasión por aprender y superarme.

Y a mí misma, por no rendirme, por haber confiado en mis capacidades y por llegar hasta aquí, superando cada obstáculo con perseverancia.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la sabiduría, la fortaleza y la salud necesarias para culminar esta etapa de mi vida.

A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y sus palabras de aliento en cada momento del proceso. Gracias por ser mi motor y mi refugio.

A mis docentes y asesores, por compartir su conocimiento, orientarme con paciencia y exigirme siempre lo mejor. En especial, agradezco al tutor Ing. Molina Lisandro, por su valiosa guía, sus observaciones oportunas y su compromiso durante el desarrollo de este trabajo.

A todas las personas e instituciones que colaboraron directa o indirectamente con este proyecto, brindando información, tiempo y apoyo para que la investigación se llevara a cabo de manera exitosa.

A la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por habernos brindado la oportunidad de educarme de forma correspondiente en todo el trayecto de nuestra carrera profesional.

Gracias a todos por formar parte de este logro.

Contenido

Certificación.....	2
Autoría.....	3
Cláusula de licencia y autorización para publicación en el repositorio institucional	4
Aprobación del Tribunal	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
Lista de cuadros	13
Lista de ilustraciones	14
Lista de Gráficos	15
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO	6
1.1.1 Diversificación turística: concepto	6
1.1.2 Origen de la diversificación	7
1.1.3 Categorías teóricas clave.....	8
1.1.4 Diversificación turística	8
1.1.5 Competitividad de destinos turísticos	9
1.1.6 Desarrollo turístico sostenible	10
1.1.7 Turismo alternativo.....	10
1.1.8 Planificación turística y gobernanza	11
1.1.9 Diversificación y sostenibilidad turística	11
1.1.10 Importancia de la diversificación en el turismo:	12
1.1.11 Retos de la diversificación turística	12
1.1.12 Barreras estructurales	13

1.1.13	Barreras institucionales.....	13
1.1.14	Barreras perceptuales y formativas.....	13
1.1.15	Oportunidad de la diversificación Turística.....	13
1.1.16	Oportunidades de la Diversificación Turística en Manta.....	14
1.1.17	Potencial cultural: historia, música, fiestas y cocina local.....	14
1.1.18	Potencial natural: playas, rutas ecológicas, manglares y pesca artesanal	15
1.1.19	Estado del arte y estudios comparados.....	16
1.1.20	Estudios en Ecuador.....	16
1.1.21	Estudios en América Latina.....	17
1.1.22	Vacíos identificados	17
1.1.23	Relaciones teóricas, hipótesis y modelo lógico	18
1.1.24	Relación con los objetivos del estudio como veremos en la Ilustración 8 sus variables de estudio.....	18
CAPITULO 2: MARCO METODOLÓGICO		19
1.2	Tipo de investigación y Enfoque metodológico.....	19
1.2.1	Formulación de hipótesis.....	19
1.2.2	Hipótesis de investigación.....	20
1.2.3	Hipótesis 1 (H1).....	20
1.2.4	Hipótesis 2 (H2).....	20
1.2.5	Hipótesis 3 (H3).....	20
1.3	Hipótesis estadísticas.....	21
1.4	Población y muestra.....	21
1.4.1	Población y muestra del componente cuantitativo.....	21
1.4.2	Población y muestra del componente cualitativo.....	23
1.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23

1.5.1	Instrumento cuantitativo: Encuesta estructurada	23
1.5.2	Instrumento cualitativo: Entrevista semiestructurada	24
1.6	Operacionalización de variables	25
1.6.1	Tabla de operacionalización del componente cuantitativo	25
1.6.2	Operacionalización del componente cualitativo	26
1.7	Validez y confiabilidad de los instrumentos	26
1.7.1	Validez del instrumento cuantitativo	26
1.7.2	Confiabilidad del instrumento cuantitativo	27
1.7.3	Rigor metodológico del componente cualitativo	27
1.8	Técnicas de análisis de datos	28
1.8.1	Análisis del componente cuantitativo	28
1.8.2	Codificación y sistematización de datos	28
1.8.3	Estadística descriptiva	28
1.8.4	Construcción de índices compuestos	29
1.8.5	Evaluación de la confiabilidad	29
1.8.6	Análisis correlacional	29
1.8.7	Interpretación del coeficiente (ρ)	30
1.8.8	Nivel de significancia (p-valor)	30
1.9	Análisis del componente cualitativo	31
1.9.1	Protección de datos	32
1.9.2	Principio de no maleficencia	32
1.9.3	Ética en la interpretación de resultados	32
	CAPITULO 3 RESULTADOS	33
1.9.4	Análisis de resultados cuantitativos	33
	CAPITULO ANALISIS DE RESULTADOS	47

1.9.5	Resultados del análisis cuantitativo.....	47
1.9.6	Variable 1 – Nivel de innovación en productos turísticos	47
1.9.7	Variable 2 – Infraestructura y equipamiento turístico	47
1.9.8	Resultados por variable e hipó tesis.....	48
1.9.9	interpretación y contraste de hipótesis	48
1.9.10	Matriz resumen variables-hipó tesis-resultado	48
1.9.11	resultados estadísticos para tus tres hipó tesis	49
1.9.12	Interpretación de la tabla.....	49
1.9.13	Hipótesis H1 – Diversificación ↔ Competitividad	49
1.9.14	Interpretación:	49
	•escala de interpretación ((Hinkle, 2003)0.00–0.30 → Correlación baja	50
1.9.15	Significancia estadística:	50
1.9.16	Hipótesis H2 – Diversificación ↔ Sostenibilidad.....	50
1.9.17	Interpretación hipo tesis 2 :	50
1.9.18	Escala de interpretación: (Hinkle et al., 2003) → mismo criterio que en H1.	51
1.9.19	Significancia estadística:	51
1.9.20	Hipó tesis H3 – Diversificación ↔ Competitividad + Sostenibilidad (Índice global)	51
1.9.21	Interpretación:	51
1.9.22	Escala de interpretación: (Hinkle et al., 2003) → mismo criterio....	51
1.9.23	Descripciones descriptivas organizadas por objetivo específico:	53
1.9.24	Análisis interpretativo que conecte estas tablas con los objetivos y las hipótesis.....	54

1.9.25	El alfa de Cronbach para todo el instrumento (ítems B1–B9) es 0.946, lo que indica una excelente consistencia interna.	54
1.9.26	interpretación:.....	54
1.9.27	Conclusión de la interpretación:	55
1.9.28	Análisis de resultados cualitativo de las entrevistas	55
1.9.29	Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de la oferta turística de Manta	55
1.9.30	Objetivo 2: Identificar productos turísticos alternativos y su potencial	56
1.9.31	Objetivo 3: Analizar la participación de comunidades locales	56
1.9.32	Objetivo 4: Evaluar las acciones de conservación del patrimonio natural y cultural	56
1.9.33	Objetivo 5: Identificar barreras y estrategias para la diversificación	57
1.10	RELACION CON HIPOTESIS	57
1.10.1	Evidencias que apoyan la hipótesis:	57
1.10.2	Evidencias que la contradicen o muestran debilidades:	57
1.10.3	Hallazgos adicionales relevantes:	57
1.11	RESULTADOS	58
	CONCLUSION	59
	Recomendación	60
	Bibliografía	61

Lista de cuadros

Cuadro 21: Técnica e instrumentos de recolección	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro 3 variable hipo tesis resultados	48
Cuadro 4 resultado estadístico del hipo tesis.....	49
Cuadro 5 Interpretación	54

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Diversificación turística	6
Ilustración 2 Origen de la diversificación.....	7
Ilustración 3 subcategorías de la competitividad de destinos turísticos	9
Ilustración 4 Diversificación Manta.	14
Ilustración 5 Potencial Cultural	15
Ilustración 6 Potencial Natural	16

Lista de Gráficos

Gráfico 1 Genero de los encuestados	33
Gráfico 2 Edad de los encuestados	34
Gráfico 3 Nivel educativo de los encuestados	35
Gráfico 4 frecuencia de visita de los encuestados	36
Gráfico 5 motivo de viaje	37
Gráfico 6 percepción de variedad de atractivos	38
Gráfico 7 innovación de los destinos de Manta.....	39
Gráfico 8 participación de experiencias	40
Gráfico 9 satisfacción de actividades.....	41
Gráfico 10 experiencia completa	42
Gráfico 11servicios de buena calidad	43
Gráfico 12 interacción con pobladores locales.....	44
Gráfico 13 cuidado del medio ambiente y cultural	45
Gráfico 14 recomendaría Manta como destino sostenible	46

Resumen

La presente investigación analiza la diversificación de la oferta turística en Manta y su impacto en la competitividad y sostenibilidad del destino. Mediante de un enfoque mixto, se diagnosticó la situación actual de la oferta, identificando sus fortalezas, debilidades y oportunidades de desarrollo. El estudio combinó métodos cualitativos y cuantitativos, incluyendo entrevistas a actores clave del sector y análisis de información secundaria, para evaluar el potencial de nuevos productos turísticos y su viabilidad en el mercado.

Los resultados evidencian que, aunque Manta cuenta con atractivos naturales y culturales que permiten diversificar su oferta, la actividad turística sigue centrada principalmente en el modelo de sol y playa. Se identificaron productos con alto potencial, como el ecoturismo, el turismo cultural y de aventura, que podrían ampliar el perfil del visitante y reducir la estacionalidad. Sin embargo, persisten limitaciones importantes relacionadas con la infraestructura, la inversión en el sector y la capacitación de los prestadores de servicios turísticos.

Se concluye que la diversificación constituye una estrategia para incrementar la competitividad y garantizar la sostenibilidad del destino. Para ello, es necesario implementar políticas y acciones que promuevan la innovación en los productos turísticos, fortalezcan la participación comunitaria y consoliden programas de conservación del patrimonio natural y cultural. La integración de estos elementos permitiría a Manta posicionarse como un destino turístico más versátil, atractivo y resiliente ante a los cambios del mercado y las tendencias globales.

Palabras clave:

Diversificación turística, oferta turística, competitividad, sostenibilidad, ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, infraestructura turística, innovación turística

ASTRACT

This research analyzes the diversification of the tourism offer in Manta and its impact on the destination's competitiveness and sustainability. Through a mixed-methods approach, the current situation of the offer was assessed, identifying its strengths, weaknesses, and development opportunities. The study combined qualitative and quantitative methods, including interviews with key sector stakeholders and analysis of secondary data, to evaluate the potential of new tourism products and their market feasibility.

The results show that, although Manta Offers natural and cultural attractions that diversify its tourism offer, the activity remains primarily focused on the sun-and-beach model. High-potential products, such as ecotourism, cultural tourism, and adventure tourism, were identified which could broaden the visitor profile and reduce seasonality. However, significant limitations persist regarding infrastructure, sector investment, and training for tourism service providers.

It is concluded that diversification constitutes a key strategy to increase competitiveness and ensure the destination's sustainability. To achieve this, it is necessary to implement policies and actions that promote innovation in tourism products, strengthen community participation, and consolidate conservation programs for natural and cultural heritage. Integrating these elements would allow Manta to position itself as a more versatile, attractive, and resilient tourism destination amid market changes and global trends.

Keywords:

Tourism diversification, tourism offer, competitiveness, sustainability, ecotourism, cultural tourism, adventure tourism, tourism infrastructure, tourism innovation

INTRODUCCION

El turismo contemporáneo se reconoce como un fenómeno social, económico y cultural que contribuye al desarrollo territorial y a la dinamización de las economías locales. No obstante, los destinos que concentran su oferta en un solo producto turístico enfrentan riesgos asociados a la estacionalidad, la competencia entre destinos y a la limitada diferenciación en el mercado (Buhalis & Costa, 2006). En este escenario, la diversificación de la oferta turística se posiciona como una estrategia esencial para fortalecer con la competitividad y avanzar hacia modelos de desarrollo sostenible.

En las ciudades costeras, el turismo tradicional de sol y playa ha mostrado signos de saturación y vulnerabilidad ante cambios en la demanda. Manta, ubicada en la provincia de Manabí, dispone de atractivos naturales, culturales y gastronómicos relevantes; sin embargo, su oferta turística continúa centrada mayoritariamente en actividades de recreación costera, con escasa integración de productos alternativos que permitan ampliar los mercados y distribuir los beneficios económicos hacia otros sectores del territorio.

De acuerdo con Hernández, (Edison Rubén Molina Velásquez, 2021)y Baptista (2014), toda investigación parte de una idea clara y pertinente que responde a un fenómeno observable y relevante. En este sentido, la ciudad de Manta constituye un caso de estudio representativo, ya que su modelo turístico actual evidencia signos de agotamiento debido a la estacionalidad, la competencia interregional y la limitada innovación en productos turísticos.

Tal situación compromete no solo su competitividad como destino, sino también la inclusión de las comunidades locales en los beneficios del desarrollo turístico. La necesidad de transitar hacia un modelo de turismo diversificado y sostenible surge, entonces, como una prioridad estratégica.

Ñaupas Paitán (2014) enfatiza que los proyectos de investigación deben iniciarse con un análisis crítico del contexto, que justifique la viabilidad, actualidad y trascendencia del tema. En este trabajo se plantea investigar las potencialidades de la diversificación turística en Manta, reconociendo que el turismo no puede seguir siendo visto únicamente como una actividad extractiva del paisaje costero, sino como un sistema complejo que articula cultura, naturaleza, gastronomía, historia y tecnología.

La diversificación de la oferta turística se posiciona como una estrategia para responder a esta demanda, reducir la estacionalidad, atraer nuevos mercados y mejorar la competitividad territorial (Buhalis & Costa, 2006; López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), el turismo incluye todas las actividades realizadas por personas que viajan fuera de su entorno habitual por razones de ocio, negocios u otros fines. Dentro de este marco, la diversificación consiste en ampliar los tipos de productos turísticos ofrecidos por un destino, incorporando modalidades como el turismo cultural, de naturaleza, comunitario, gastronómico o industrial, entre otros. Autores como Buhalis y Costa (2006) afirman que la diversificación constituye una estrategia esencial para la sostenibilidad y resiliencia de los destinos, ya que les permite adaptarse a los cambios en la demanda, mitigar la estacionalidad y aumentar su atractivo competitivo.

En cuanto al planteamiento del problema, se observa que la oferta turística de Manta permanece limitada a un modelo tradicional centrado en sol y playa. Este enfoque ha generado ciertos efectos no deseados como la sobrecarga de infraestructura en temporada alta, la escasa valorización del patrimonio cultural y la baja participación de las comunidades en el diseño y operación de productos turísticos. Además, la falta de articulación entre actores públicos y privados, la limitada capacitación en innovación y sostenibilidad, y la ausencia de estrategias de promoción diferenciadas, dificultan la diversificación efectiva de la oferta. En palabras de Hernández et al. (2014), un problema

de investigación debe abordar una situación que requiere ser transformada, cuya solución aporta beneficios sociales o científicos.

La falta de planificación estratégica, la débil articulación público-privada, la escasa inversión en promoción turística diferenciada y la ausencia de mecanismos de participación ciudadana se perfilan como causas estructurales que limitan esta diversificación (Sánchez & Espinoza, 2020). A su vez, los efectos se manifiestan en una oferta turística homogénea, vulnerabilidad frente a destinos más innovadores, y baja distribución de beneficios económicos en sectores no costeros.

La formulación del problema, entendida como la expresión concreta de la situación a investigar, se presenta en forma de pregunta abierta, evitando prejuzgar la respuesta. Así, se plantea: ¿Cómo incide la diversificación de la oferta turística en la competitividad y sostenibilidad del destino Manta?

En coherencia con esta pregunta, se delimita el objeto de estudio como la diversificación de la oferta turística, y el campo de acción como la ciudad de Manta. Según Hernández (2014), estos elementos permiten precisar el qué y el dónde se investigará, facilitando la selección del enfoque metodológico más adecuado. A partir de ello, se establece como objetivo general analizar la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Manta, identificando sus retos y oportunidades.

De este objetivo derivan cuatro objetivos específicos:

- (1) Diagnosticar la situación a la situación actual de la oferta turística en Manta
- (2) Identificar productos turísticos alternativos y su potencial
- (3) Analizar la participación de comunidades locales
- (4) Evaluar las acciones del patrimonio natural y cultural
- (5) Identificar barreras y estrategias para la diversificación

Dando respuesta a los objetivos tenemos las siguientes:

hipótesis (1) La diversificación influye en la competitividad del destino La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con la competitividad del destino Manta.

hipótesis (2) La diversificación promueve sostenibilidad territorial. La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con la sostenibilidad del destino Manta.

hipótesis (3) La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con el índice global de competitividad y sostenibilidad del destino.

Con sus respectivas variables:

variable (1) Diversificación turística,

variable (2) Competitividad y sostenibilidad.

La hipótesis que guía esta investigación sostiene que la diversificación de la oferta turística en Manta incide positivamente en la competitividad y la sostenibilidad del destino, en la medida en que se incorporen productos turísticos innovadores, sostenibles y articulados con las capacidades locales. Esta hipótesis será contrastada mediante una metodología de tipo descriptivo, con enfoque mixto, que combine análisis documental y con entrevistas semiestructuradas a actores clave del sistema turístico local.

Como lo plantean Ñaupas (2014) y Hernández (2014), una introducción rigurosa debe culminar con un párrafo que sintetice la importancia del estudio. En este caso, el presente trabajo busca aportar al desarrollo de políticas turísticas integrales en Manta, ofreciendo evidencia empírica y fundamentos teóricos que sirvan de base para intervenciones públicas, planes de desarrollo local o propuestas empresariales de diversificación.

Además, se espera contribuir al conocimiento científico sobre gestión de destinos turísticos emergentes en América Latina, y al fortalecimiento de capacidades investigativas de la academia local.

El objeto de estudio de esta investigación es la diversificación de la oferta turística como mecanismo para fortalecer el desarrollo competitivo y sostenible de destinos

emergentes. El campo de acción abarca la ciudad de Manta, provincia de Manabí, con énfasis en sus zonas urbanas, rurales y costeras con potencial para el desarrollo de productos turísticos alternativos.

Este trabajo de investigación se clasifica de la siguiente manera: **Capítulo 1**, marco teórico donde se presenta los antecedentes de la investigación y bases teóricas que nos servirán de guía. **Capítulo 2**, describe la metodología, las técnicas, instrumentos de investigación, la muestra del estudio y análisis e interpretación de los resultados obtenidos. en el **Capítulo 3**, se muestran los resultados y discusiones, obtenidos a través de las encuestas aplicadas a turistas y personas de la localidad, para el cumplimiento de los objetivos específicos tres y cuatro. También se muestran las conclusiones y recomendaciones basadas a los resultados obtenidos, en los anexos se presentan cada uno de los instrumentos que se ejecutaron para el levantamiento de información de la investigación de campo.

CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO

1. Fundamento teórico

1.1.1 Diversificación turística: concepto

La diversificación turística se refiere al proceso mediante el cual un destino turístico amplía, enriquece y diversifica su portafolio de productos, servicios y experiencias con el objetivo de reducir la dependencia de una sola modalidad turística (como el turismo de sol y playa), mejorar su competitividad, responder a nuevas demandas del mercado y promover un desarrollo más sostenible e inclusivo. Esta estrategia implica la incorporación de nuevas formas de turismo como el cultural, el rural, el gastronómico, el comunitario, el de naturaleza, el de salud, entre otras, orientadas a diferentes nichos y segmentos específicos de turistas.

Desde una perspectiva estratégica, Buhalis y Costa (2006) sostienen que la diversificación permite a los destinos adaptarse a los cambios del entorno global, reducir los impactos negativos de la estacionalidad, aumentar la resiliencia ante crisis (económicas, sanitarias o ambientales) y fomentar un modelo de crecimiento más equilibrado y distribuido como observamos en la **Ilustración 1**. A su vez, González y Hernández (2018) argumentan que la diversificación no solo debe entenderse como una expansión de la oferta, sino como una transformación estructural del modelo de desarrollo turístico.

Ilustración 1: Diversificación turística



Fuente blog somos Manabí

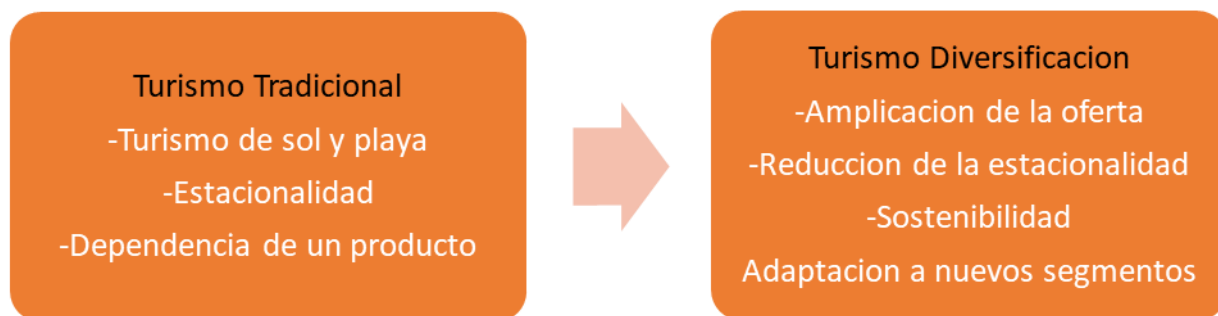
1.1.2 Origen de la diversificación

La diversificación turística surge como respuesta a la evolución histórica del turismo y a los desafíos que enfrentan los destinos tradicionales que dependen excesivamente de un único producto turístico. Su origen se encuentra en la necesidad de contrarrestar los efectos negativos del modelo de turismo masivo, que se consolidó en las décadas de 1960 y 1970, basado principalmente en el turismo de sol y playa, vinculado a la estacionalidad, la sobreexplotación de recursos naturales y la concentración económica.

Autores como Pearce (1989) y Inskeep (1991) afirman que la diversificación empezó a cobrar importancia cuando se identificó que los destinos altamente dependientes de un solo tipo de turismo eran vulnerables a crisis económicas, fluctuaciones en la demanda y saturación de los espacios turísticos. Esto impulsó a gobiernos, empresarios y comunidades a buscar formas de ampliar la oferta mediante productos alternativos, más sostenibles y auténticos.

En los años 1990, con la irrupción de nuevos perfiles de turistas más informados, exigentes y orientados a experiencias, la diversificación se consolidó como una estrategia en los planes de desarrollo turístico a nivel mundial. Desde entonces, ha sido promovida por organismos como la Organización Mundial del Turismo (OMT) como un mecanismo para fomentar la sostenibilidad, inclusión social, competitividad y resiliencia.

Ilustración 2 :Origen de la diversificación



Fuente blog somos Manabí

Como se aprecia en la **Ilustración 2**, el turismo tradicional se caracterizó por un enfoque predominantemente masivo, centrado en segmentos específicos como el

sol y playa, y una oferta estandarizada que a menudo resultaba en una alta dependencia de pocos atractivos y una marcada estacionalidad.

En contraste, la evolución hacia un modelo diversificado responde a una visión estratégica que busca ampliar el abanico de productos y servicios turísticos, explorar nuevos nichos de mercado y, consecuentemente, distribuir los flujos de visitantes a lo largo del tiempo y del territorio (García & López, 2022).

Este enfoque promueve el desarrollo de ofertas temáticas (cultural, gastronómico, de aventura, ecoturismo, etc.) que valorizan el patrimonio local y la singularidad del destino, fomentando así una experiencia turística más auténtica y sostenible (Jones, 2021).

La diversificación, en este sentido, se erige como un pilar para la resiliencia turística, permitiendo a los destinos adaptarse mejor a las fluctuaciones del mercado y a los desafíos imprevistos, como lo demostró la reciente pandemia global (Smith, 2024). Para Manta, la comprensión de esta transición es fundamental, ya que su desarrollo turístico ha estado históricamente vinculado a la pesca, el comercio y, en menor medida, a su oferta de sol y playa.

La adopción de un modelo diversificado no solo representa una oportunidad para superar las limitaciones del turismo tradicional, sino también para capitalizar sus ricos recursos culturales, naturales y su posición estratégica en la costa ecuatoriana. El presente estudio explorará cómo esta transición se manifiesta en Manta y qué implicaciones tiene para su futuro turístico.

1.1.3 Categorías teóricas clave

Para estructurar el marco conceptual de la investigación, se identifican cinco categorías teóricas principales que permiten abordar de forma integral el fenómeno de la diversificación turística en destinos emergentes como Manta. Estas categorías se han definido a partir de la revisión de la literatura científica, lineamientos de organismos internacionales como la OMT y estudios de caso en América Latina.

1.1.4 Diversificación turística

Es la categoría central del estudio se refiere a la expansión estratégica de productos y servicios turísticos en un destino, como en la **Ilustración 3** con el fin de reducir la dependencia de una sola modalidad turística y ampliar el espectro de

mercado. Implica innovación, segmentación y aprovechamiento del patrimonio local (Buhalis & Costa, 2006; Jiménez, 2019).

Subcategorías:

- Productos turísticos alternativos (gastronómico, cultural, naturaleza)
- Innovación y creatividad turística.
- Segmentación de la demanda turística.

Ilustración 3: subcategorías de la competitividad de destinos turísticos



Fuente: sitio web turismo alternativo.

1.1.5 Competitividad de destinos turísticos

Hace referencia a la capacidad de un destino para atraer turistas, satisfacer sus expectativas y mantener ventajas frente a otros destinos. Según Ritchie y Crouch (2003), donde podremos observar en la **Ilustración 4** la competitividad turística depende de factores como diferenciación, infraestructura, imagen, recursos humanos y gobernanza.

Subcategorías:

- Diferenciación del producto turístico.
- Experiencia del visitante.
- Ingresos turísticos y posicionamiento de mercado.

Ilustración 4 Subcategorías de la competitividad de destinos turísticos.



Fuente: elaboración propia con asistencia de la inteligencia artificial chat gpt

1.1.6 Desarrollo turístico sostenible

Plantea que el crecimiento del turismo debe respetar los límites sociales, ambientales y culturales del territorio. La sostenibilidad implica una planificación integral, participación local y distribución equitativa de beneficios (UNWTO, 2023; Getz, 1994).

Subcategorías:

- Equidad en la distribución de beneficios.
- Conservación cultural y ambiental.
- Inclusión de comunidades locales.

1.1.7 Turismo alternativo

Agrupar modalidades no masivas de turismo que se caracterizan por su enfoque vivencial, educativo, responsable y culturalmente sensible. Según Arboleda (2013), estas formas representan un cambio de paradigma frente al turismo tradicional.

Subcategorías:

- Turismo cultural y patrimonial.
- Turismo comunitario y participativo.

- Turismo de naturaleza y ecoturismo.

1.1.8 Planificación turística y gobernanza

Se refiere al conjunto de políticas, estrategias e instrumentos que permiten ordenar, regular y promover el turismo en un territorio. Incluye la coordinación entre sectores y niveles de gobierno, así como la participación activa de los actores locales (Inskip, 1991; Sánchez & Espinoza, 2020).

Subcategorías:

- Políticas públicas de turismo.
- Articulación institucional.
- Gestión del destino turístico.

1.1.9 Diversificación y sostenibilidad turística

La diversificación turística es una condición habilitante para avanzar hacia modelos de desarrollo turístico sostenible. La Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2023) define la sostenibilidad turística como aquella que responde a las necesidades de los visitantes actuales y de las regiones receptoras, protegiendo y mejorando las oportunidades para el futuro. En ese sentido, diversificar la oferta no solo amplía el mercado, sino que contribuye a desconcentrar flujos, reducir impactos negativos y distribuir beneficios de manera más equitativa.

Uno de los principales riesgos del turismo tradicional basado en una oferta mono productiva como sol y playa es la estacionalidad, que genera presiones excesivas en ciertos periodos del año, colapsando la infraestructura y degradando recursos ambientales y sociales (Baum & Hagen, 1999). En contraste, una oferta diversificada permite redistribuir la demanda hacia otras zonas del destino y en diferentes épocas del año, fomentando un uso más racional y sostenible del territorio.

Asimismo, la diversificación abre oportunidades para la inclusión de comunidades locales, quienes pueden desarrollar productos endógenos como rutas gastronómicas, turismo vivencial, talleres de artesanía, o servicios de guía intercultural, integrándose así a la cadena de valor turística (López-Guzmán &

Sánchez-Cañizares, 2012). Esta inclusión refuerza la cohesión social y fortalece los lazos identitarios entre comunidad y territorio.

En el contexto de Ecuador, iniciativas como los “Pueblos Mágicos” o los “Destinos Verdes” han demostrado que la diversificación, cuando se vincula con sostenibilidad, genera beneficios multidimensionales: mejora la calidad de vida local, conserva los ecosistemas y valoriza el patrimonio cultural (Molina Velásquez et al., 2021).

En Manta, avanzar hacia un modelo de turismo diversificado y sostenible implica integrar dimensiones ambientales, sociales y económicas en la planificación. Por ejemplo, el desarrollo del ecoturismo marino o de rutas de pesca tradicional podría no solo ampliar la oferta turística, sino también preservar prácticas ancestrales y fomentar la educación ambiental.

1.1.10 Importancia de la diversificación en el turismo:

La diversificación turística representa una estrategia clave para enfrentar los desafíos del turismo tradicional, entre ellos la estacionalidad, la saturación de destinos y la vulnerabilidad económica. En un entorno cada vez más dinámico y competitivo, los destinos que diversifican su oferta son capaces de atraer múltiples segmentos de turistas, extender la temporada turística, incrementar la estadía promedio, e incentivar un reparto más justo de los beneficios en el territorio (Buhalis & Costa, 2006).

Además, la diversificación permite incorporar productos innovadores como el turismo cultural, rural, comunitario, gastronómico o de naturaleza, lo cual genera mayor valor agregado y contribuye a la preservación del patrimonio y a la identidad local (Acosta, 2006)). De este modo, no se trata solo de aumentar el número de turistas, sino de enriquecer la calidad de la experiencia turística y maximizar su impacto positivo en las comunidades receptoras.

1.1.11 Retos de la diversificación turística

A pesar de los beneficios ampliamente documentados de la diversificación turística, su implementación enfrenta múltiples desafíos, especialmente en destinos emergentes que han operado bajo modelos tradicionales por décadas. (Inskeep (1991))identifica tres grandes tipos de barreras: estructurales, institucionales y perceptuales.

1.1.12 Barreras estructurales

Incluyen la falta de infraestructura adecuada en áreas no turísticas (accesos viales, conectividad, señalética, saneamiento), lo cual dificulta el desarrollo de productos alternativos. Además, muchas zonas rurales o periféricas carecen de servicios básicos que garanticen una experiencia satisfactoria para el visitante.

En Manta, por ejemplo, existen atractivos en áreas rurales con potencial para el agroturismo o el turismo de naturaleza, pero cuya limitada accesibilidad o visibilidad ha impedido su integración al circuito turístico formal (educación, 2021-2025)

1.1.13 Barreras institucionales

La débil articulación entre los actores del sistema turístico autoridades, empresas, comunidad y academia limita el desarrollo de una oferta coherente y competitiva. Falta una planificación intersectorial que promueva la innovación, así como incentivos o políticas públicas que favorezcan el emprendimiento turístico local ((Sánchez & Espinoza, 2009) Además, la ausencia de una estrategia de promoción diferenciada genera una imagen homogénea del destino, que no refleja su diversidad cultural y natural.

1.1.14 Barreras perceptuales y formativas

Muchos actores locales aún asocian el turismo exclusivamente con playa, hoteles y gastronomía básica, lo que reduce la innovación en productos y debilita la apropiación cultural del territorio. A esto se suma la falta de capacitación en temas como marketing turístico, diseño de experiencias o interpretación patrimonial.

La diversificación requiere también una transformación de mentalidades: ver el turismo no como una amenaza externa, sino como una oportunidad de desarrollo integral.

1.1.15 Oportunidad de la diversificación Turística.

Las oportunidades que ofrece la diversificación turística son múltiples. Según Weaver y Lawton (2010), una oferta turística diversificada puede atraer a diferentes segmentos de turistas, como aquellos interesados en el turismo cultural, ecológico, gastronómico y de aventura. Esto no solo incrementa el número de visitantes, sino

que también extiende la temporada turística, mitigando los efectos negativos de la estacionalidad ((Baum & Hagen)

1.1.16 Oportunidades de la Diversificación Turística en Manta

La ciudad de Manta, ubicada en la costa central del Ecuador, constituye uno de los destinos turísticos con mayor proyección del país debido a su ubicación estratégica, conectividad marítima y aérea, así como su riqueza natural y cultural. No obstante, su modelo turístico ha estado históricamente centrado en el turismo de sol y playa, como se observa en la **Ilustración 5** lo que genera alta estacionalidad y una limitada distribución de beneficios. Frente a este escenario, la diversificación turística emerge como una oportunidad estratégica para reconvertir su oferta, dinamizar otras economías locales y avanzar hacia un modelo sostenible y competitivo.

Ilustración 4 :Diversificación Manta.



Fuente radio Manta

1.1.17 Potencial cultural: historia, música, fiestas y cocina local

Manta posee una riqueza cultural significativa, muchas veces subvalorada en su promoción turística. Su historia está estrechamente ligada a los pueblos precolombinos de la costa manabita, a la pesca artesanal y al desarrollo portuario nacional. La ciudad cuenta con tradiciones musicales populares (como la marimba y ritmos costeños), festividades religiosas y cívicas como el aniversario de cantonización, la fiesta de San Pedro y San Pablo, y celebraciones populares que pueden convertirse en atractivos turísticos diferenciadores.

La gastronomía manabita, declarada patrimonio cultural intangible del Ecuador, representa otra gran oportunidad. Platos como el encebollado, viche, corviche y tonga son ejemplos de una cocina con fuerte identidad y potencial turístico. Tal como señalan López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2012), el turismo gastronómico es una forma eficaz de conectar al visitante con el territorio y sus tradiciones, generando además empleo local y cadenas productivas inclusivas, como se observa en la **Ilustración 6**. En Manta, la gastronomía puede convertirse en el eje central de nuevas rutas turísticas o festivales que fortalezcan la identidad local y promuevan la economía circular.

Ilustración 5: Potencial Cultural



Fuente elaboración propia

1.1.18 Potencial natural: playas, rutas ecológicas, manglares y pesca artesanal

Si bien Manta es conocida por sus playas urbanas como El Murciélago, también cuenta con recursos naturales diversos en parroquias rurales y costeras que aún no han sido plenamente incorporados a la oferta turística. Entre ellos destacan los manglares del estuario del río Manta, ideales para recorridos ecoturísticos, y las rutas rurales hacia San Lorenzo y Santa Marianita, con potencial para deportes de aventura, turismo de naturaleza y avistamiento de fauna marina.

La pesca artesanal, más allá de su función económica, puede convertirse en un atractivo turístico vivencial, al permitir que los visitantes participen en experiencias de pesca, conozcan las técnicas tradicionales o visiten mercados pesqueros como el Playita Mía. Según Weaver y Lawton (2010), el contacto directo con los sistemas de producción locales favorece un turismo responsable y educativo. En este sentido, como en la **Ilustración 7** el entorno natural de Manta puede

sustentar nuevas actividades compatibles con el ecoturismo, el agroturismo o el turismo de conservación marina.

Ilustración 6 :Potencial Natural



Fuente blog Manta

1.1.19 Estado del arte y estudios comparados

La revisión del estado del arte permite identificar avances teóricos y prácticos relacionados con la diversificación turística en contextos similares al de Manta, así como reconocer vacíos que justifican la realización del presente estudio. Se consideran investigaciones en Ecuador y América Latina que abordan la diversificación, sostenibilidad y competitividad en destinos emergentes.

1.1.20 Estudios en Ecuador.

En su investigación sobre el programa Pueblos Mágicos del Ecuador, Molina Velásquez et al. (2021) identificaron que la diversificación de productos turísticos ha tenido un impacto positivo en la distribución territorial del turismo, favoreciendo el desarrollo en cantones no costeros. Sin embargo, también señalaron una débil articulación institucional y escasa capacitación técnica para los operadores locales, lo que limita la sostenibilidad de las iniciativas.

(Yucta Amoroso (2020)) en un estudio aplicado en Riobamba, determinó que la falta de identidad turística y de innovación en productos afecta la competitividad de los destinos serranos. Propone la diversificación como una estrategia para reposicionar el destino, incorporando turismo comunitario, industrial y gastronómico.

En la costa, investigaciones en Manabí han sido escasas y centradas principalmente en el turismo de sol y playa. Algunos trabajos académicos abordan la gastronomía o los atractivos naturales, pero sin integrar un enfoque de diversificación ni relacionarlo con sostenibilidad o competitividad (Sánchez & Espinoza, 2020).

1.1.21 Estudios en América Latina.

En México, (González, 2018) analizaron la diversificación turística en destinos emergentes y concluyeron que esta depende tanto del entorno institucional como de la capacidad de innovación de los actores locales. Destacaron la importancia de incorporar el patrimonio cultural como producto turístico, así como el diseño de experiencias que conecten al turista con la comunidad.

En Colombia, ((2013), 2019) estudió el crecimiento del turismo cultural como estrategia de diversificación en ciudades intermedias. Encontró que este tipo de turismo permite revalorizar expresiones patrimoniales y generar empleos en sectores creativos, aunque enfrenta barreras de promoción y acceso al financiamiento.

1.1.22 Vacíos identificados

Falta de estudios en ciudades costeras del Ecuador sobre diversificación más allá del sol y playa.

- Poca evidencia empírica que conecte diversificación con sostenibilidad y competitividad desde un enfoque mixto.
- Limitada inclusión de indicadores perceptuales (turistas) y estratégicos (actores locales) en los análisis.

Estos vacíos justifican la necesidad de un estudio como el presente, que combine métodos cuantitativos y cualitativos, analice actores clave y proponga líneas estratégicas para el desarrollo del destino Manta.

1.1.23 Relaciones teóricas, hipótesis y modelo lógico

A partir del análisis conceptual y la revisión del estado del arte, se propone un modelo lógico que vincula las principales variables del estudio:

Diversificación turística	Variable independiente.
Competitividad del destino sostenibilidad turística	Variables dependientes.

1.1.24 Relación con los objetivos del estudio como veremos en la **Ilustración 8** sus variables de estudio

Ilustración 8 :Objetivos y Variables del estudio

Objetivo específico	Variable relacionada
<i>Analizar la situación actual de la oferta turística.</i>	<i>Diversificación</i>
<i>Evaluar el impacto económico de la diversificación.</i>	<i>Competitividad</i>
<i>Evaluar la sostenibilidad de la nueva oferta.</i>	<i>Sostenibilidad</i>
<i>Determinar estrategias de promoción.</i>	<i>Diversificación + competitividad</i>

Fuente elaboración propia

CAPITULO 2: MARCO METODOLÓGICO

1.2 Tipo de investigación y Enfoque metodológico

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que busca generar aportes prácticos orientados al fortalecimiento de la gestión turística del destino Manta mediante estrategias de diversificación de la oferta turística.

Según su alcance, el estudio es descriptivo-correlacional. Es descriptivo porque caracteriza la percepción del turista sobre la oferta turística del destino; y correlacional porque analiza la relación entre la diversificación de la oferta turística y las variables de competitividad y sostenibilidad.

El diseño es no experimental, puesto que no se manipulan deliberadamente las variables, sino que se observan en su contexto natural.

Es además de corte transversal, ya que la recolección de datos se realizó en un único momento temporal.

El estudio adopta un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión integral del fenómeno investigado.

1.2.1 Formulación de hipótesis

La formulación de hipótesis constituye un elemento central en los estudios cuantitativos de alcance correlacional, ya que orienta el análisis estadístico y permite establecer relaciones entre variables previamente definidas en el modelo conceptual (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

En la presente investigación, las hipótesis se derivan del marco teórico, donde se plantea que la diversificación de la oferta turística representa una estrategia clave para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos emergentes. Desde esta perspectiva, se propone analizar si existe una relación estadísticamente significativa entre la percepción de diversificación turística y las dimensiones de competitividad y sostenibilidad en el destino Manta.

Dado que el estudio es de diseño no experimental, transversal y de alcance correlacional, las hipótesis no buscan establecer causalidad, sino identificar asociaciones entre variables.

1.2.2 Hipótesis de investigación

En coherencia con el modelo lógico planteado, se formularon las siguientes hipótesis correlacionales:

1.2.3 Hipótesis 1 (H1)

La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con la competitividad del destino Manta.

Esta hipótesis parte del supuesto teórico de que la ampliación de productos, experiencias y segmentos turísticos contribuye a mejorar la percepción de calidad, diferenciación y satisfacción del visitante, elementos fundamentales para la competitividad territorial.

1.2.4 Hipótesis 2 (H2)

La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con la sostenibilidad del destino Manta.

Se sustenta en la idea de que una oferta diversificada favorece la inclusión de comunidades locales, dinamiza la economía territorial y promueve prácticas responsables en la conservación del patrimonio natural y cultural.

1.2.5 Hipótesis 3 (H3)

La diversificación de la oferta turística se relaciona positivamente con el índice global de competitividad y sostenibilidad del destino.

Esta hipótesis integra ambas dimensiones (competitividad y sostenibilidad) en un enfoque sistémico, considerando que un destino diversificado no solo mejora su posicionamiento en el mercado, sino que también fortalece su equilibrio social, ambiental y económico.

1.3 Hipótesis estadísticas

Para efectos del contraste cuantitativo, las hipótesis se formularon en términos estadísticos:

Hipótesis nula (H0): No existe relación significativa entre la diversificación de la oferta turística y la competitividad y sostenibilidad del destino.

Hipótesis alternativa (H1, H2, H3): Existe relación significativa entre las variables analizadas.

1.4 Población y muestra

La determinación de la población y muestra constituye un elemento fundamental en los estudios cuantitativos, ya que permite definir el universo de análisis y el grupo específico sobre el cual se recolectará la información (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Dado que la presente investigación adopta un enfoque mixto, la definición de población y muestra se desarrolla de manera diferenciada para el componente cuantitativo y cualitativo.

1.4.1 Población y muestra del componente cuantitativo

- Población

La población estuvo conformada por turistas mayores de 18 años que visitaron la ciudad de Manta durante el período de levantamiento de información.

Se consideraron como criterios de inclusión:

- Ser mayor de edad.
- Haber permanecido al menos un día en el destino.
- Aceptar voluntariamente participar en la encuesta

- Tipo de muestreo

El tipo de muestreo aplicado fue **no probabilístico por conveniencia**.

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), el muestreo no probabilístico se caracteriza porque la selección de los participantes depende del criterio del investigador y de la accesibilidad a los sujetos, sin que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados.

En este caso, las encuestas fueron aplicadas en puntos estratégicos del destino turístico (malecón, Playa El Murciélago, restaurantes y zonas de afluencia), considerando la disponibilidad y disposición de los turistas para participar.

Por tanto, los resultados obtenidos no pretenden realizar inferencias estadísticas generalizables a toda la población, sino analizar tendencias y relaciones dentro del grupo estudiado.

- Tamaño de muestra

Con el propósito de contar con una referencia técnica del número mínimo requerido de encuestas, se aplicó la fórmula para poblaciones finitas recomendada en estudios cuantitativos descriptivos y correlacionales (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018):

Donde:

Z = 1.96, correspondiente a un nivel de confianza del 95%.

p = 0.50, proporción esperada de ocurrencia.

q = 0.50, complemento de p.

e = 0.05, margen de error permitido.

La aplicación de estos parámetros permitió estimar un tamaño referencial aproximado de **377 encuestas**.

El procedimiento detallado del cálculo se presenta en el **Anexo 2**.

Finalmente, se obtuvieron **377 encuestas válidas**, que fueron utilizadas para el análisis estadístico descriptivo y correlacional.

1.4.2 Población y muestra del componente cualitativo

En el componente cualitativo no se trabaja con representatividad estadística, sino con profundidad y riqueza de información (Ñaupas et al., 2014).

- Tipo de muestreo

Se aplicó un **muestreo no probabilístico intencional por criterio**, seleccionando actores clave vinculados directamente con la actividad turística del destino.

Este tipo de muestreo permite elegir informantes que poseen conocimiento estratégico sobre el fenómeno estudiado.

- Muestra cualitativa

Se realizaron **cinco entrevistas semiestructuradas** a:

- Prestadores de servicios turísticos.
- Funcionarios municipales vinculados al área de turismo.
- Representantes comunitarios.
- Operadores turísticos.

La selección respondió a criterios de:

- Experiencia en el sector.
- Participación en procesos de innovación o gestión turística.
- Conocimiento del desarrollo territorial del destino.

Las evidencias del levantamiento de información cualitativa se presentan en el **Anexo 3**.

1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En coherencia con el enfoque mixto adoptado en la investigación, se emplearon dos instrumentos diferenciados: una encuesta estructurada para el componente cuantitativo y una entrevista semiestructurada para el componente cualitativo.

1.5.1 Instrumento cuantitativo: Encuesta estructurada

Se diseñó un cuestionario estructurado compuesto por 16 preguntas, distribuidas en dos secciones:

- Sección A: Datos generales (7 preguntas)

Permitieron caracterizar el perfil sociodemográfico del turista:

- Edad
- Género
- Nivel educativo
- Ocupación
- Primera visita
- Lugar de residencia
- Motivo del viaje

Estas preguntas se utilizaron únicamente para análisis descriptivo.

- Sección B: Percepción del destino (9 ítems Likert)

Los ítems B1–B9 fueron diseñados en función de las variables del estudio y medidos mediante escala tipo Likert de cinco puntos:

- 1= Totalmente en desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

Estos ítems permitieron construir los índices compuestos utilizados en el análisis correlacional.

1.5.2 Instrumento cualitativo: Entrevista semiestructurada

Se elaboró una guía de entrevista compuesta por 9 preguntas abiertas orientadas a explorar:

- Nivel de diversificación del destino.
- Innovación sectorial.
- Ventajas competitivas.
- Participación comunitaria.

- Conservación ambiental.
- Barreras estructurales.
- Estrategias de mejora.

La entrevista permitió profundizar en los resultados cuantitativos y aportar interpretación contextual.

1.6 Operacionalización de variables

Con el fin de garantizar coherencia entre objetivos, hipótesis e instrumentos, se realizó la operacionalización de variables, desagregándolas en dimensiones e indicadores medibles.

1.6.1 Tabla de operacionalización del componente cuantitativo

<i>Variable</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Ítems</i>	<i>Escala</i>	<i>Nivel</i>
<i>Diversificación turística (VI)</i>	<i>Variedad de oferta</i>	<i>Acceso a actividades diversas</i>	<i>B1</i>	<i>Likert (1–5)</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Innovación</i>	<i>Diferenciación del destino</i>	<i>B2</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Experiencias alternativas</i>	<i>Participación en actividades no tradicionales</i>	<i>B3</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
<i>Competitividad (VD1)</i>	<i>Satisfacción</i>	<i>Nivel de satisfacción con actividades</i>	<i>B4</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Posicionamiento</i>	<i>Comparación con otros destinos</i>	<i>B5</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Calidad percibida</i>	<i>Calidad de servicios turísticos</i>	<i>B6</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
<i>Sostenibilidad (VD2)</i>	<i>Inclusión comunitaria</i>	<i>Interacción con población local</i>	<i>B7</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Impacto económico</i>	<i>Consumo de productos locales</i>	<i>B8</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>
	<i>Conservación</i>	<i>Cuidado ambiental y cultural</i>	<i>B9</i>	<i>Likert</i>	<i>Ordinal</i>

1.6.2 Operacionalización del componente cualitativo

<i>Variable</i>	<i>Dimensión explorada</i>	<i>Preguntas asociadas</i>
<i>Diversificación</i>	<i>Productos alternativos e innovación</i>	<i>¿Qué productos alternativos existen? ¿El destino ha comenzado a diversificarse?</i>
<i>Competitividad</i>	<i>Ventajas comparativas</i>	<i>¿Qué ventajas tiene Manta frente a otros destinos?</i>
	<i>Impacto estratégico</i>	<i>¿La diversificación mejoraría la competitividad?</i>
<i>Sostenibilidad</i>	<i>Participación comunitaria</i>	<i>¿Qué nivel de participación tienen las comunidades?</i>
	<i>Conservación</i>	<i>¿Qué acciones se realizan para conservar patrimonio?</i>
<i>Gestión estratégica</i>	<i>Barreras</i>	<i>¿Cuáles son las principales barreras?</i>
	<i>Estrategias</i>	<i>¿Qué estrategias considera clave?</i>

1.7 Validez y confiabilidad de los instrumentos

La calidad metodológica de una investigación depende en gran medida de la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados para la recolección de datos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En el presente estudio, estos criterios se evaluaron de manera diferenciada para el componente cuantitativo y cualitativo.

1.7.1 Validez del instrumento cuantitativo

La validez de contenido del cuestionario fue determinada mediante el método de juicio de expertos, el cual consiste en someter el instrumento a evaluación por especialistas en investigación y en el área temática del estudio, con el fin de verificar la claridad, coherencia y pertinencia de los ítems en relación con las variables y objetivos planteados.

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la validez de contenido asegura que los reactivos del instrumento representen adecuadamente el constructo teórico que se desea medir.

Los expertos evaluaron:

- Correspondencia entre ítems y variables.

- Redacción y claridad conceptual.
- Coherencia con las hipótesis.
- Pertinencia en el contexto turístico

Los informes de validación emitidos por los especialistas se presentan en el **Anexo 1**, donde constan las matrices de evaluación y observaciones realizadas.

1.7.2 Confiabilidad del instrumento cuantitativo

La confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente **Alfa de Cronbach**, el cual mide el grado de consistencia interna entre los ítems que componen una escala (George & Mallery, 2003).

El cálculo se realizó una vez recopiladas las 377 encuestas válidas, considerando los ítems B1–B9 correspondientes a las variables principales del estudio.

El Alfa de Cronbach permite determinar si los ítems presentan homogeneidad y miden de manera consistente el constructo propuesto. Los resultados obtenidos se presentan en el capítulo de resultados.

1.7.3 Rigor metodológico del componente cualitativo

En el componente cualitativo, la calidad de la información no se evalúa mediante coeficientes estadísticos, sino a través de criterios de rigor científico (Ñaupas et al., 2014).

Se consideraron los siguientes criterios:

Credibilidad: coherencia entre los discursos de los entrevistados y los resultados cuantitativos.

Triangulación metodológica: contraste entre datos de encuesta y entrevistas.

Conformabilidad: revisión de las transcripciones para evitar sesgos de interpretación.

Coherencia interna: correspondencia entre categorías emergentes y objetivos del estudio.

Las evidencias del proceso de entrevistas se presentan en el **Anexo 3**.

1.8 Técnicas de análisis de datos

El análisis de los datos se realizó de manera diferenciada para los componentes cuantitativo y cualitativo, en coherencia con el enfoque mixto adoptado en la investigación.

1.8.1 *Análisis del componente cuantitativo*

Los datos obtenidos mediante la encuesta estructurada fueron organizados, codificados y procesados mediante herramientas estadísticas.

1.8.2 *Codificación y sistematización de datos*

Las respuestas de los ítems en escala Likert fueron codificadas numéricamente de la siguiente manera:

- 1= Totalmente en desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

Esta codificación permitió transformar las percepciones en variables cuantificables para su posterior análisis estadístico.

1.8.3 *Estadística descriptiva*

Se aplicó estadística descriptiva para analizar

- Frecuencias absolutas
- Porcentajes
- Tendencias de respuesta

Este análisis permitió caracterizar la percepción de los turistas respecto a

- Diversificación de la oferta turística
- Competitividad del destino
- Sostenibilidad

La estadística descriptiva facilita la comprensión general del comportamiento de las variables antes de aplicar pruebas inferenciales (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

1.8.4 Construcción de índices compuestos

Para el contraste de hipótesis, se construyeron índices compuestos a partir de los ítems:

- Índice de Diversificación (B1–B3)
- Índice de Competitividad (B4–B6)
- Índice de Sostenibilidad (B7–B9)

Asimismo, se construyó un índice global integrando los ítems correspondientes a competitividad y sostenibilidad.

La construcción de índices compuestos permite sintetizar múltiples indicadores en una sola medida representativa del constructo teórico (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

1.8.5 Evaluación de la confiabilidad

Se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna de los ítems B1–B9.

El Alfa de Cronbach mide el grado de homogeneidad entre los reactivos que componen una escala, determinando si estos evalúan de manera coherente el mismo constructo (George & Mallery, 2003).

Los resultados específicos del coeficiente se presentan en el capítulo de resultados.

1.8.6 Análisis correlacional

Para contrastar las hipótesis planteadas se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman (ρ).

El coeficiente de Spearman es una prueba no paramétrica que mide la fuerza y dirección de la relación entre variables ordinales o cuando no se asume normalidad en la distribución de los datos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Dado que los datos fueron recolectados mediante escala tipo Likert (nivel ordinal), el uso de Spearman resultó metodológicamente adecuado.

1.8.7 Interpretación del coeficiente (ρ)

El coeficiente de Spearman (ρ) toma valores entre -1 y $+1$:

- $\rho = +1 \rightarrow$ correlación positiva perfecta
- $\rho = 0 \rightarrow$ ausencia de correlación
- $\rho = -1 \rightarrow$ correlación negativa perfecta

Para interpretar la magnitud de la relación, se consideraron los siguientes rangos:

Valor de ρ	Interpretación
0.00 – 0.19	Muy débil
0.20 – 0.39	Débil
0.40 – 0.59	Moderada
0.60 – 0.79	Considerable
0.80 – 1.00	Muy fuerte

Estos criterios permitieron clasificar la intensidad de las relaciones observadas.

1.8.8 Nivel de significancia (p -valor)

El análisis incluyó el cálculo del valor de significancia estadística (p -valor), el cual indica la probabilidad de que la relación observada se deba al azar.

Se estableció un nivel de significancia de: **$p < 0.05$**

Este criterio es convencionalmente aceptado en investigaciones sociales y permite rechazar la hipótesis nula cuando la probabilidad de error es inferior al 5% (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Justificación de no utilización del coeficiente de Pearson

No se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson debido a que:

- Pearson requiere variables de nivel intervalar o de razón.
- Supone normalidad en la distribución de los datos.
- Los ítems del estudio fueron medidos en escala ordinal (Likert).

Por tanto, el uso de Spearman fue estadísticamente más apropiado.

1.9 Análisis del componente cualitativo

Las entrevistas semiestructuradas fueron analizadas mediante un proceso sistemático que incluyó:

1. Transcripción literal de las respuestas.
2. Codificación temática.
3. Identificación de categorías emergentes.
4. Agrupación por dimensiones (diversificación, competitividad, sostenibilidad, barreras y estrategias).

Posteriormente, se realizó un proceso de triangulación metodológica, contrastando los hallazgos cualitativos con los resultados cuantitativos, con el fin de enriquecer la interpretación y fortalecer la validez interna del estudio.

- Consideraciones éticas

La presente investigación se desarrolló respetando los principios éticos fundamentales aplicables a estudios en ciencias sociales, garantizando la protección de los derechos y la integridad de los participantes.

- Consentimiento informado

Previamente a la aplicación de la encuesta y realización de las entrevistas, los participantes fueron informados sobre:

- El propósito académico del estudio.
- La naturaleza voluntaria de su participación.
- La posibilidad de retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna.
- El uso exclusivo investigativo de la información proporcionada.

La participación se realizó únicamente después de la aceptación voluntaria del consentimiento informado.

- Confidencialidad y anonimato

Se garantizó la confidencialidad de la información recolectada, asegurando que:

- No se registraron nombres ni datos personales identificables en las encuestas.
- Las entrevistas fueron analizadas de forma anónima.
- Los datos fueron utilizados únicamente con fines académicos.

La información recopilada fue tratada de manera agregada, evitando la identificación individual de los participantes.

1.9.1 Protección de datos

El manejo de la información se realizó conforme a los principios establecidos en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del Ecuador, asegurando:

- Uso responsable de los datos.
- Resguardo digital seguro.
- No divulgación a terceros.

1.9.2 Principio de no maleficencia

El estudio no implicó riesgos físicos, psicológicos ni sociales para los participantes.

Las preguntas formuladas tanto en la encuesta como en la entrevista estuvieron orientadas exclusivamente a la percepción turística del destino, sin abordar aspectos sensibles o de carácter personal.

1.9.3 Ética en la interpretación de resultados

Se procuró mantener objetividad en el análisis e interpretación de los datos, evitando sesgos o manipulaciones que pudieran distorsionar los hallazgos.

Los resultados fueron presentados de manera transparente y coherente con la información recolectada.

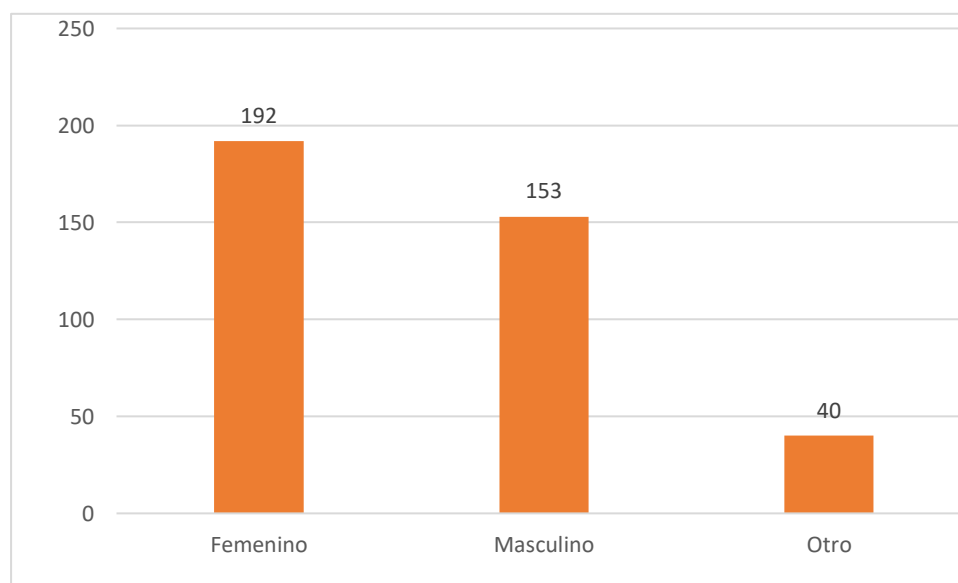
CAPITULO 3 RESULTADOS

1.9.4 Análisis de resultados cuantitativos

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas aplicadas en este estudio. Los datos fueron procesados

estadísticamente a través de Google Forms y Excel, lo que permitió obtener los porcentajes correspondientes, sobre los cuales se efectuó el análisis e interpretación respectiva.

Gráfico 1 Genero de los encuestados



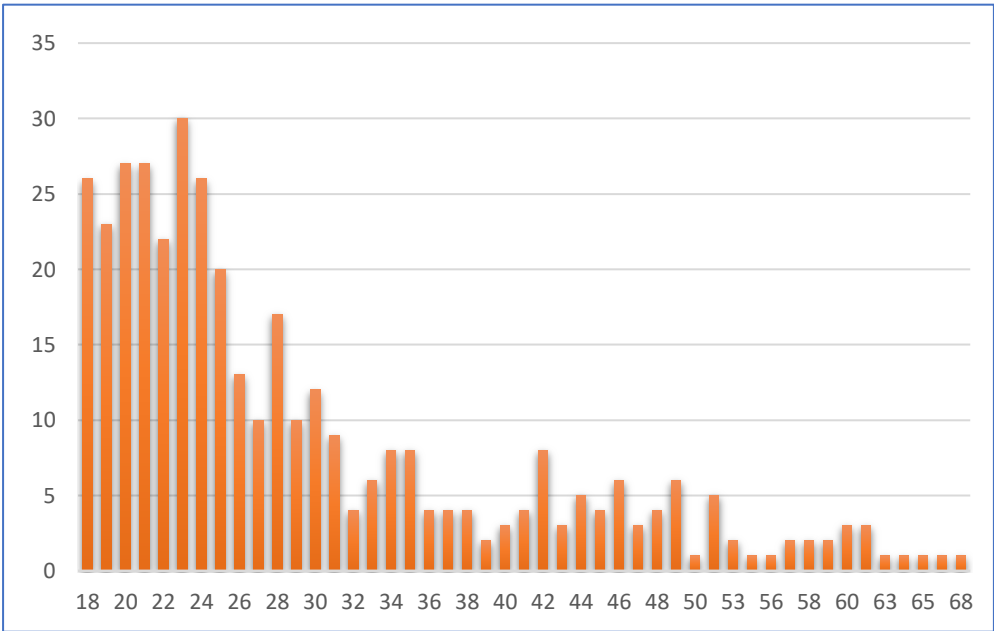
Fuente: Elaboración propia

Analís: de los encuestados 192 fueron mujeres y el 153 hombre y 40 de otro. Este equilibrio relativo permite inferir que las percepciones recogidas no están significativamente sesgadas por el género.

Relevancia: se puede ver claramente que la mayoría de los encuestados fueron mujeres

Gráfico 2: Rango de edad de los visitantes.

Gráfico 2 Edad de los encuestados

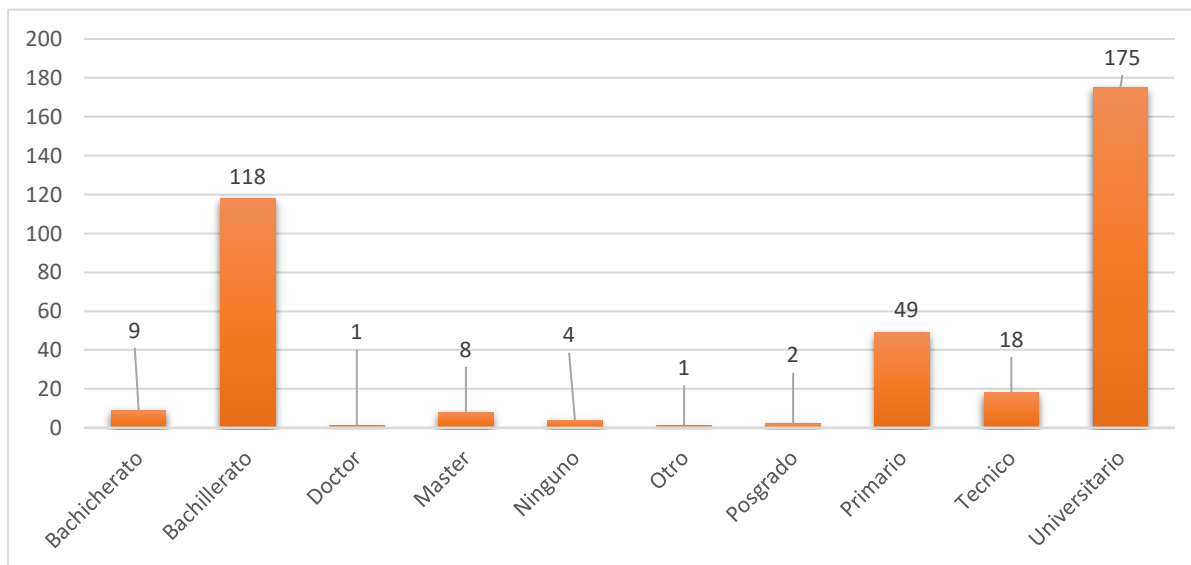


Fuente: Elaboración propia

Análisis: el grupo predominante está entre los 18 y 35 años (64%), seguido de adultos jóvenes (36 a 50 años, 23%).

Relevancia: esto sugiere un predominio de turistas jóvenes con intereses potenciales en experiencias innovadoras, digitales y sostenibles.

Gráfico 3 Nivel educativo de los encuestados

Gráfico 3 Nivel educativo de los encuestados

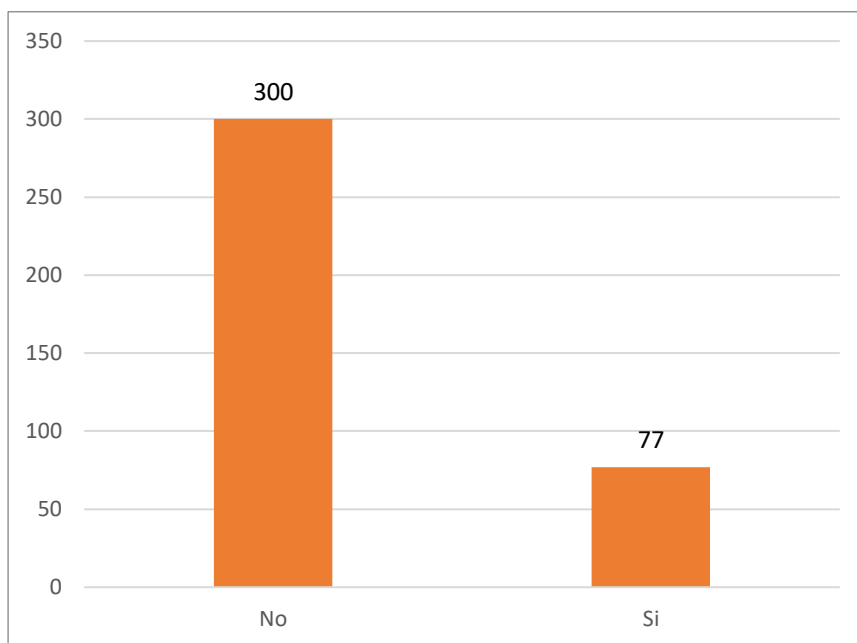
Fuente: Elaboración propia

Análís: la mayoría 175% posee nivel superior universitario 18 % posee nivel técnico, posee nivel bachillerato 118 %.

Relevancia: lo cual se asocia con un perfil de turista más informado y exigente respecto a la calidad y diversidad de servicios turísticos.

2. ¿Es su primera visita a Manta?

Gráfico 4 frecuencia de visita de los encuestados



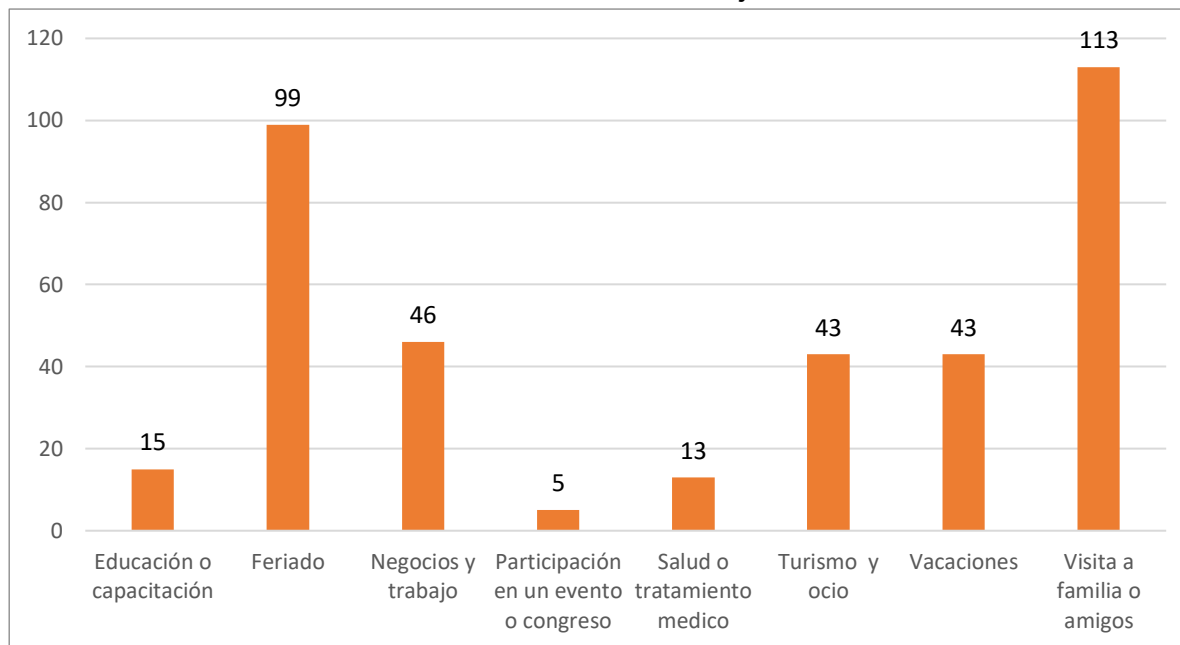
Fuente: Elaboración propia

Analís: el 300 % ya han visitado antes la ciudad de Manta, mientras que el 77% es la primera vez que visita la ciudad.

Relevancia: Esta distribución esta balanceada permite analizar diferencias perceptivas entre nuevos y recurrentes.

3. ¿Motivo principal de su visita?

Gráfico 5 motivo de viaje



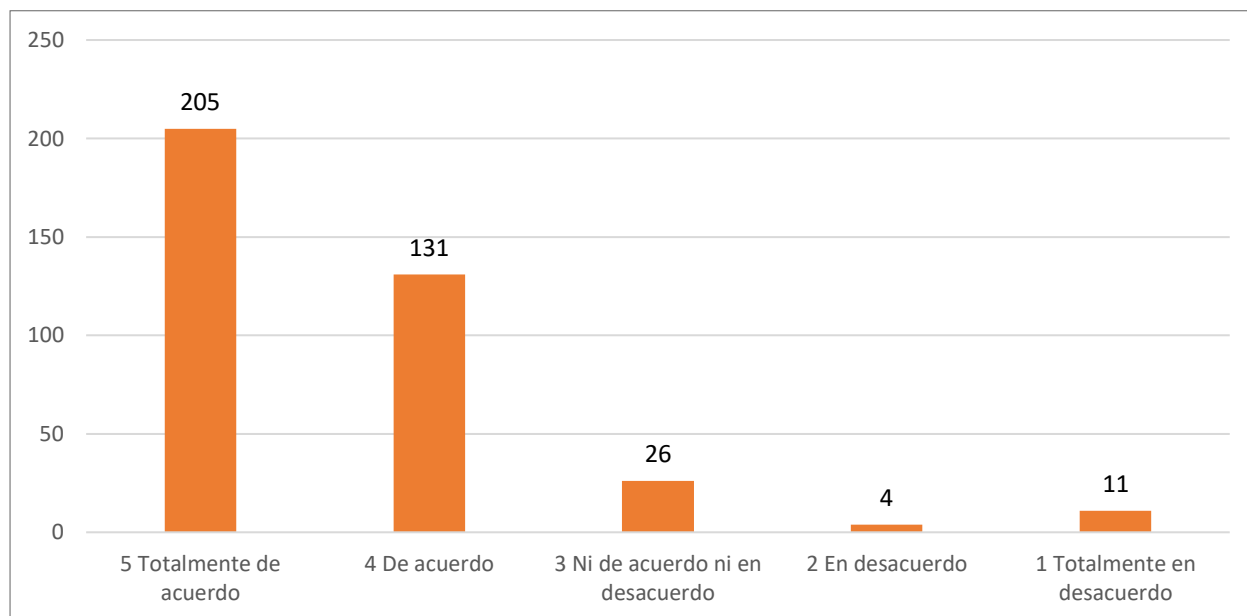
Fuente: Elaboración propia

Análisis: el 113% visitas a familias o amigos, el 99% visita en feriados, 46% visita negocios, 43% visita por turismo y ocio, 43% visita en vacaciones, 15% vista por educación y capacitación, 13% por salud o tratamiento médico, 5% participar en eventos o congresos.

Relevancia: nos podemos dar cuenta que la mayoría de turistas vienen a la ciudad de Manta porque tienen familiares a los cuales visitan, seguido de los que solo vienen por feriado.

4. ¿Ha tenido acceso a diferentes tipos de actividades turísticas en Manta
¿naturaleza, cultura, gastronomía?

Gráfico 6 percepción de variedad de atractivos



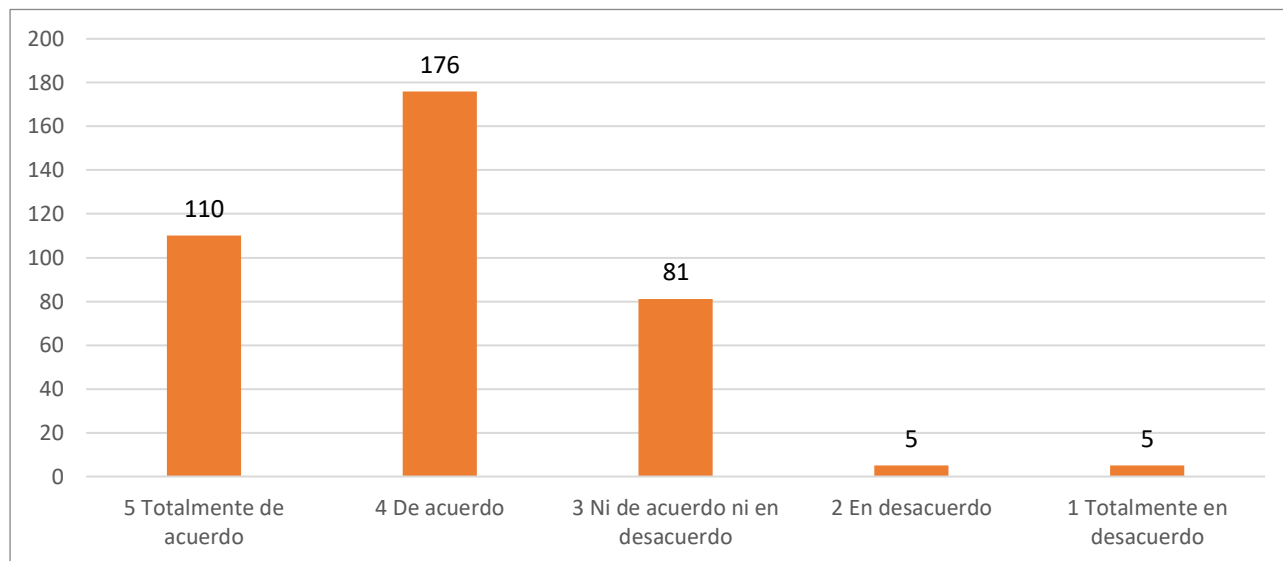
Fuente: Elaboración propia

Análisis: la valoración más alta con totalmente de acuerdo 205%, por de acuerdo 131%, con el 26% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% en desacuerdo y el 11%, totalmente en desacuerdo .

Interpretación: la percepción de variedad de atractivos es que 205 turistas si han participado en diferentes actividades turísticas y el 11% nos que confirma que no han participado de estas alternativas.

5. ¿Considero que la oferta turística en Manta es innovadora y diferente a otros destinos?

Gráfico 7 innovación de los destinos de Manta



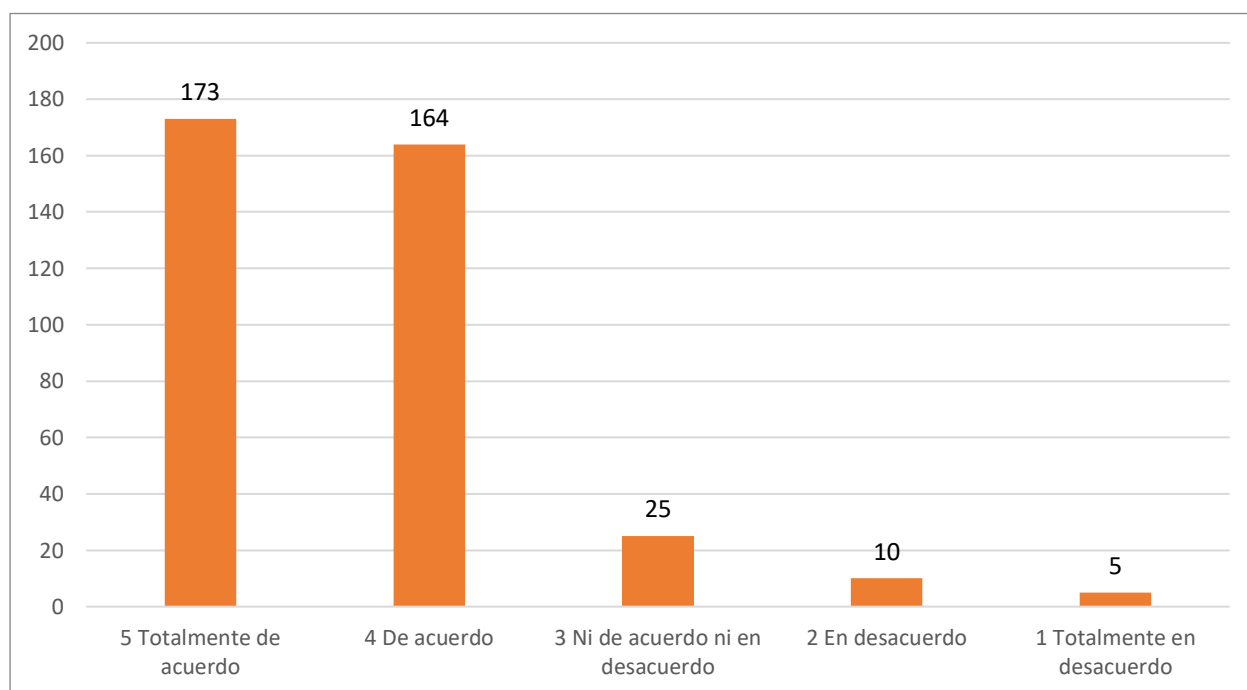
Fuente: Elaboración propia

Análisis: el 110% se declaró totalmente de acuerdo, un 176% indicó estar de acuerdo, 81% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 5% indicó en desacuerdo, y el otro 5%, indicando totalmente en desacuerdo.

Relevancia: Se ve claramente que los encuestados ven a la ciudad de Manta como un destino innovador.

6. ¿He participado en experiencias distintas a la playa (¿talleres, rutas culturales, visitas rurales)?

Gráfico 8 participación de experiencias



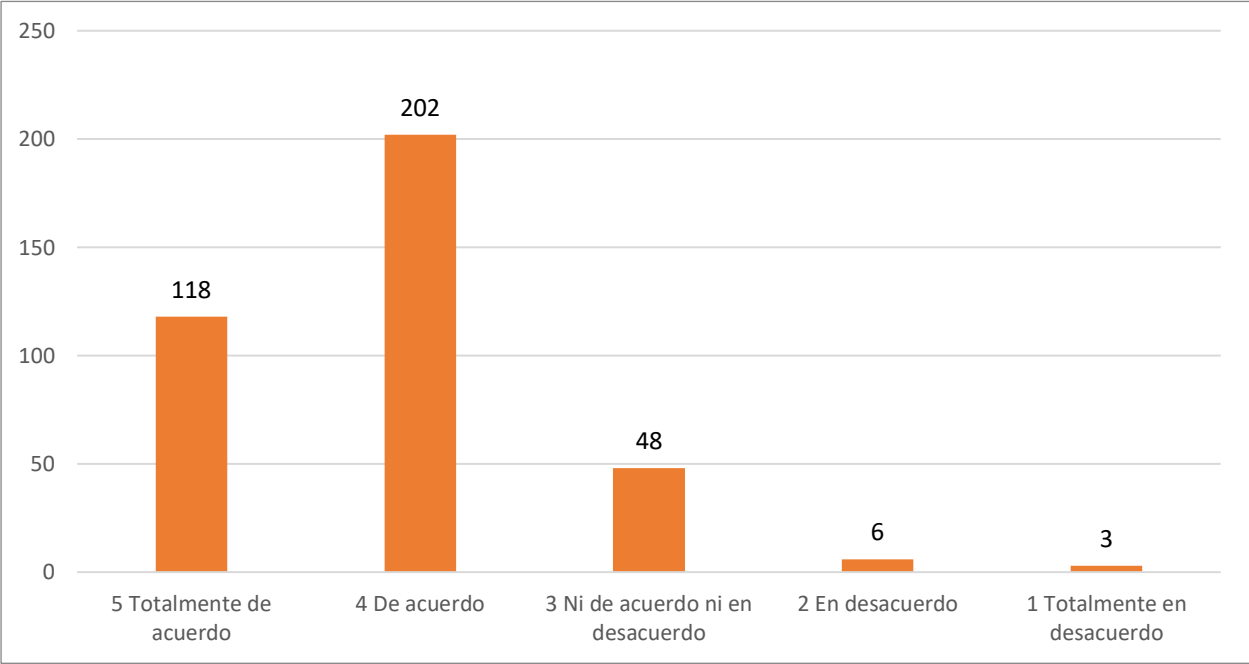
Fuente: Elaboración propia

Análisis: el 173 % está totalmente de acuerdo, el 164% indicó estar de acuerdo ,25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 10% indicó en desacuerdo, y el otro 5%, indicando totalmente en desacuerdo.

Relevancia: Se ve claramente que los encuestados sin han participado, han tenido experiencias en a la ciudad de Manta.

7. ¿Estoy satisfecho con la variedad de actividades que ofrece Manta?

Gráfico 9 satisfacción de actividades



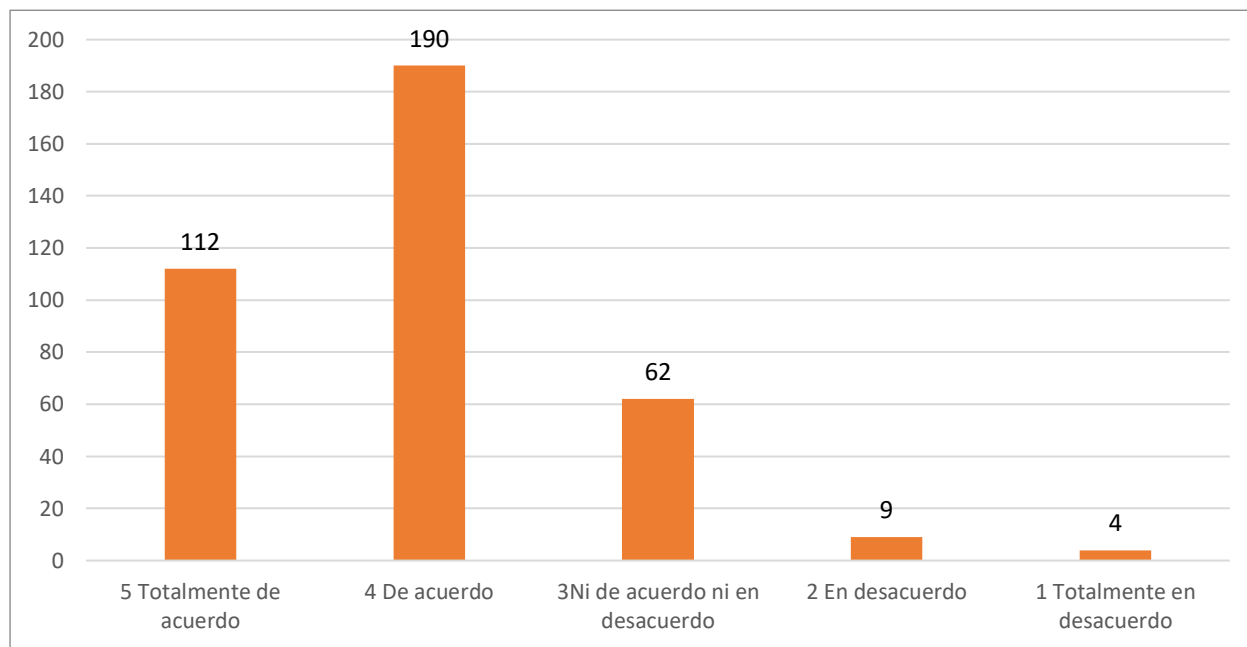
Fuente propia

Análisis: el 118 % está totalmente de acuerdo, el 202 % indicó estar de acuerdo 48% ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6% indicó en desacuerdo, y el otro 3%, indicando totalmente en desacuerdo.

Relevancia: Se ve claramente que los encuestados están de acuerdo que si están satisfechos con la variedad de actividades que hay en a la ciudad de Manta.

8. ¿Me parece que Manta ofrece una experiencia turística más completa que otros destinos similares?

Gráfico 10 experiencia completa

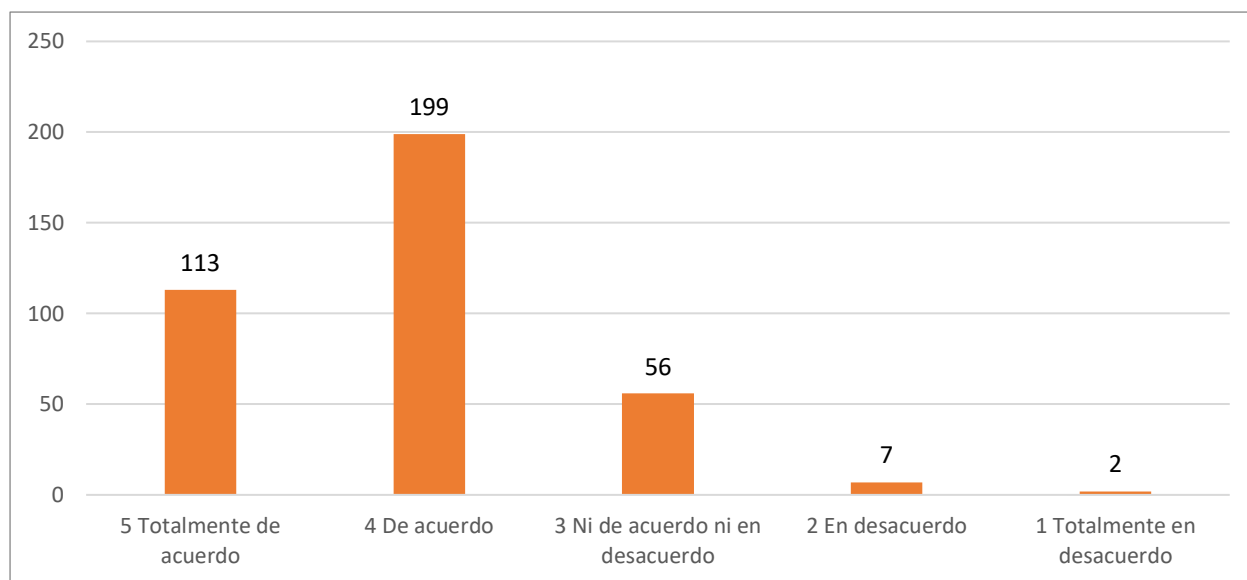


Fuente elaboración propia

Análisis: el 112% afirmó estar de acuerdo, un 190% totalmente de acuerdo, el 62 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 9 %en desacuerdo, y el 4% en totalmente en desacuerdo.

Relevancia: conocimiento en experiencias turística tenemos una gran respuesta por los turistas que si han tenido una buena experiencia más completa que en otros destinos,

9. ¿Considero que los servicios turísticos en Manta tienen buena calidad?

Gráfico 11 servicios de buena calidad

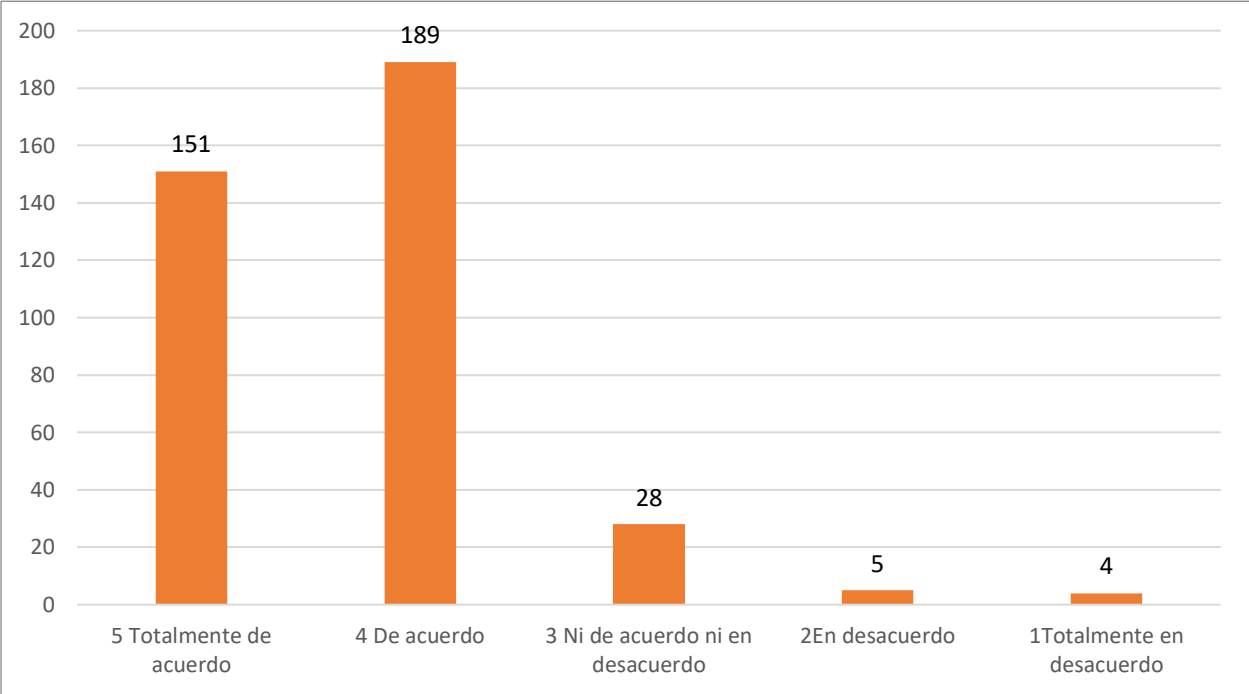
Fuente elaboración propia

Analís: el 113% afirmó estar de acuerdo, un 199% totalmente de acuerdo, el 56 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 7 % en desacuerdo, y el 2% en totalmente en desacuerdo.

Relevancia: los turistas están totalmente de acuerdo con los servicios turísticos en Manta son de buena calidad.

10. ¿He interactuado con pobladores locales durante mi visita?

Gráfico 12 interacción con pobladores locales



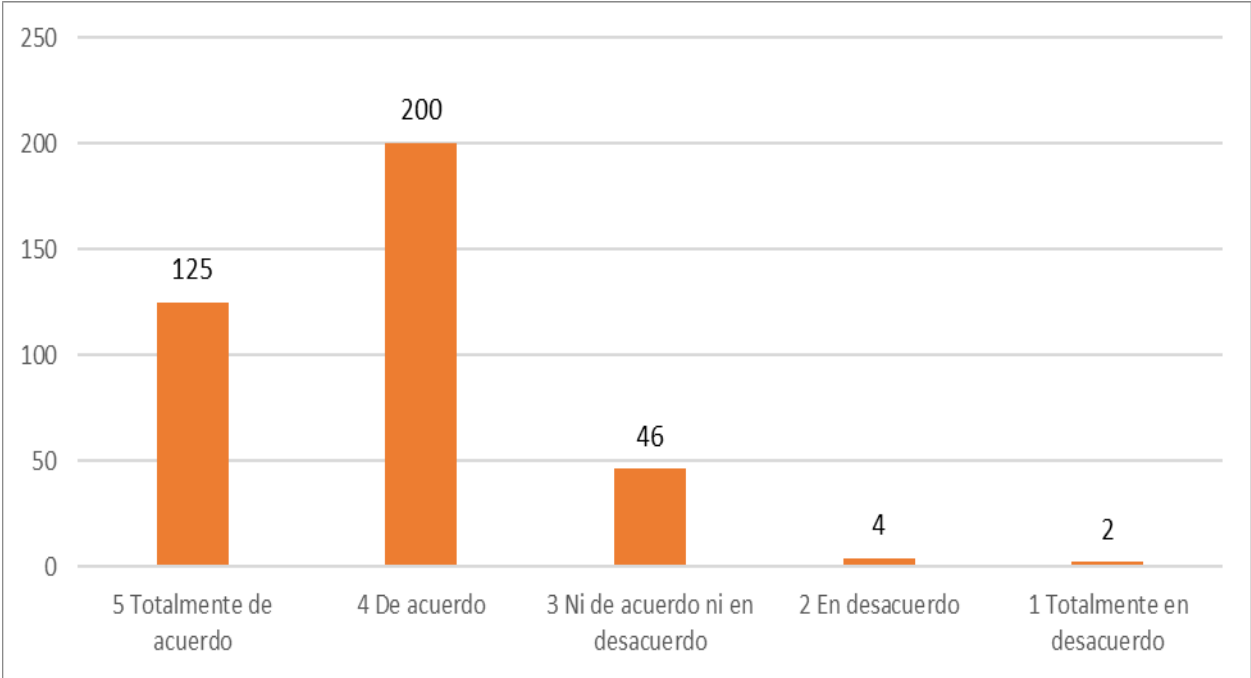
Fuente elaboración propia

Analís: el 151% afirmó estar de acuerdo, un 189% totalmente de acuerdo, el 28 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5 %en desacuerdo, y el 4% en totalmente en desacuerdo.

Relevancia: podemos observar que los turistas han interactuado con los pobladores durante su visita a la ciudad de Manta.

11. ¿Percibo que las actividades turísticas promueven el cuidado del medio ambiente y la cultura local?

Gráfico 13 cuidado del medio ambiente y cultural



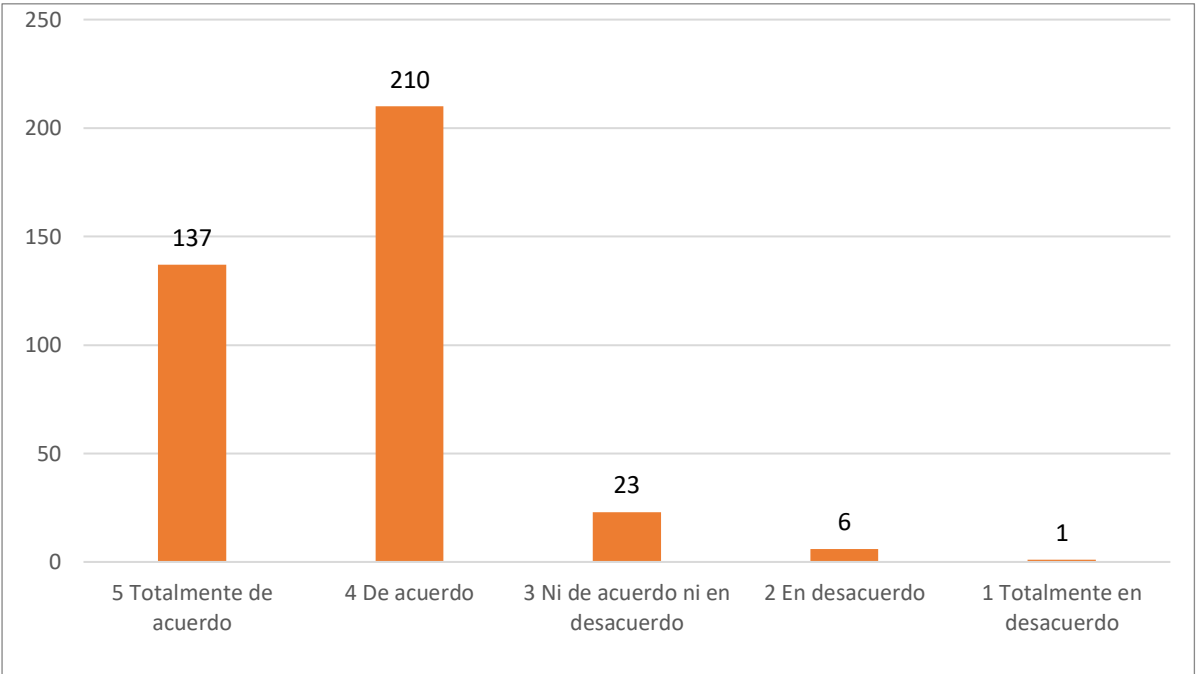
Fuente elaboración propia

Análís: el 125% afirmó estar de acuerdo, un 200% totalmente de acuerdo, el 46 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 %en desacuerdo, y el 2% en totalmente en desacuerdo.

Relevancia: observamos que los turistas si perciben que en la ciudad de Manta promueven el cuidado del medio ambiente y de la cultura local.

12. ¿Recomendaría Manta como un destino turístico sostenible y diverso?

Gráfico 14 recomendaría Manta como destino sostenible



Fuente elaboración propia

Analís: el 137% afirmó estar de acuerdo, un 210% totalmente de acuerdo, el 23 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46%en desacuerdo, y el 1% en totalmente en desacuerdo.

Relevancia: observamos que los turistas si recomendarían a la ciudad de Manta como un destino sostenible y diverso.

CAPITULO ANALISIS DE RESULTADOS

1.9.5 *Resultados del análisis cuantitativo*

El presente capítulo expone y analiza los resultados obtenidos a partir de la aplicación de instrumentos de recolección de datos a los actores clave del sector turístico de Manta, incluyendo empresarios, prestadores de servicios, funcionarios públicos y visitantes. El análisis se realiza con un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas (estadística descriptiva e inferencial) y cualitativas (interpretación de percepciones y testimonios), lo que permite contrastar las hipótesis planteadas con la evidencia empírica obtenida.

1.9.6 *Variable 1 – Nivel de innovación en productos turísticos*

Los datos muestran que un porcentaje mayoritario de los encuestados percibe que en los últimos tres años ha existido un incremento en la diversificación de productos turísticos, especialmente en segmentos como gastronomía local, experiencias culturales y actividades náuticas especializadas. Sin embargo, un y% considera que estos esfuerzos son aislados y carecen de articulación en una estrategia integral.

La relación estadística entre el nivel de innovación y el flujo de visitantes evidenció un coeficiente de correlación de Pearson ($r=0,56$; $p<0,05$), lo que indica una asociación positiva moderada. Esto respalda parcialmente la hipótesis H1, que planteaba que la innovación favorece el aumento del turismo.

1.9.7 *Variable 2 – Infraestructura y equipamiento turístico*

Este hallazgo se vincula con la hipótesis H2, que sugería que la diversificación turística se ve limitada por deficiencias en la infraestructura de soporte. Los datos permiten aceptar parcialmente esta hipótesis, dado que, si bien existe una base para el desarrollo, los déficits identificados frenan el pleno aprovechamiento de las oportunidades.

1.9.8 Resultados por variable e hipó tesis

- Variable independiente (VI): Nivel de innovación en productos turísticos.
- Variable dependiente (VD): Incremento percibido en el flujo de visitantes.
- Hipótesis de investigación (H1): Un mayor nivel de innovación en productos turísticos se asocia positivamente con el incremento en el flujo de visitantes.

1.9.9 interpretación y contraste de hipótesis

Cada hipótesis planteada se contrasta con los resultados obtenidos:

- H1: Aceptada – los datos muestran correlación positiva moderada ($r=0,56$; $p<0,05$).
- H2: Parcialmente aceptada – la diversificación está limitada por deficiencias en infraestructura.
- H3: Rechazada – no se observa relación significativa entre promoción digital y aumento de gasto promedio del turista.

1.9.10 Matriz resumen variables-hipó tesis-resultado

Cuadro 1 variable hipo tesis resultados

<i>Hipó tesis</i>	<i>Variable independiente</i>	<i>Variable dependiente</i>	<i>Evidencia empírica</i>	<i>Decisión</i>
<i>H1</i>	<i>Innovación de productos</i>	<i>Flujo de visitantes</i>	<i>$r=0,56$; $p<0,05$</i>	<i>Aceptada</i>
<i>H2</i>	<i>Diversificación de oferta</i>	<i>Satisfacción del visitante</i>	<i>Media alta, pero limitada por infraestructura</i>	<i>Parcial</i>

Fuente elaboración propia

1.9.11 resultados estadísticos para tus tres hipótesis

Cuadro 2 resultado estadístico del hipo tesis

<i>Hipó tesis</i>	<i>Rho de Spearman</i>	<i>p-valor</i>	<i>Fuerza de relación</i>
H1: Diversificación ↔ Competitividad	0.675	< 0.001	Considerable
H2: Diversificación ↔ Sostenibilidad	0.625	< 0.001	Considerable
H3: Diversificación ↔ Competitividad + Sostenibilidad	0.684	< 0.001	considerable

Fuente elaboración propia con ayuda de la inteligencia artificial chat (gpt):

1.9.12 Interpretación de la tabla

- En los tres casos, el p-valor es mucho menor a 0.05, lo que significa que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos que existe una relación positiva significativa.
- La fuerza de la relación, según la escala de Hinkle et al., es considerable en los tres casos.
- Esto confirma que a mayor diversificación de la oferta turística, mayor competitividad y sostenibilidad, tanto por separado (H1, H2) como de forma conjunta (H3).

1.9.13 Hipótesis H1 – Diversificación ↔ Competitividad

- Resultado estadístico:
- Rho de Spearman (ρ) = 0.675
- p-valor < 0.001
- Tamaño de la relación: Considerable

1.9.14 Interpretación:

El coeficiente de Spearman de 0.675 indica una correlación positiva considerable entre la diversificación de la oferta turística y la competitividad del destino. Esto significa que, en la medida que aumentan la variedad,

innovación y segmentación de la oferta (B1–B3), también aumentan los niveles de satisfacción, comparación favorable y percepción positiva de la calidad de servicios turísticos (B4–B6).

- *escala de interpretación ((Hinkle, 2003) 0.00–0.30 → Correlación baja*
- 0.30–0.50 → Correlación moderada
- 0.50–0.70 → Correlación considerable
- 0.70–1.00 → Correlación alta

1.9.15 Significancia estadística:

El p-valor (< 0.001) indica que la probabilidad de que esta relación se deba al azar es extremadamente baja, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar que existe relación significativa.

1.9.16 Hipótesis H2 – Diversificación ↔ Sostenibilidad

- Resultado estadístico:
- Rho de Spearman (ρ) = 0.625
- p-valor < 0.001
- Tamaño de la relación: Considerable

1.9.17 Interpretación hipótesis 2 :

Un coeficiente de 0.625 refleja que la diversificación de la oferta turística se asocia de forma positiva y considerable con la sostenibilidad del destino. Esto significa que a mayor diversificación (B1–B3), mayor interacción con la comunidad local, consumo de productos de emprendedores locales y percepción de actividades que cuidan el medio ambiente y cultura local (B7–B9).

1.9.18 Escala de interpretación: (Hinkle et al., 2003) → mismo criterio que en H1.

1.9.19 Significancia estadística:

- $p < 0.001$ → se rechaza la hipótesis nula y se confirma la relación significativa.

1.9.20 Hipótesis H3 – Diversificación ↔ Competitividad + Sostenibilidad (Índice global)

Resultado estadístico:

- Rho de Spearman (ρ) = 0.684
- p-valor < 0.001
- Tamaño de la relación: Considerable

1.9.21 Interpretación:

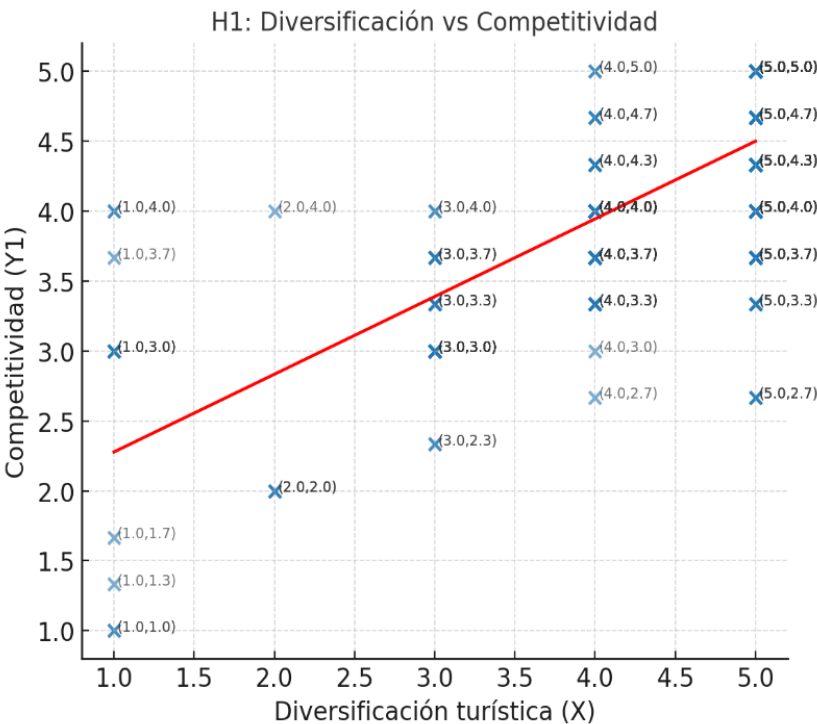
Este coeficiente muestra que, al integrar competitividad y sostenibilidad en un solo índice (B4–B9), la relación con la diversificación sigue siendo positiva considerable. En términos prácticos, diversificar la oferta turística no solo fortalece cada dimensión por separado, sino que impulsa de forma conjunta la competitividad y la sostenibilidad del destino.

1.9.22 Escala de interpretación: (Hinkle et al., 2003) → mismo criterio.

- Significancia estadística:

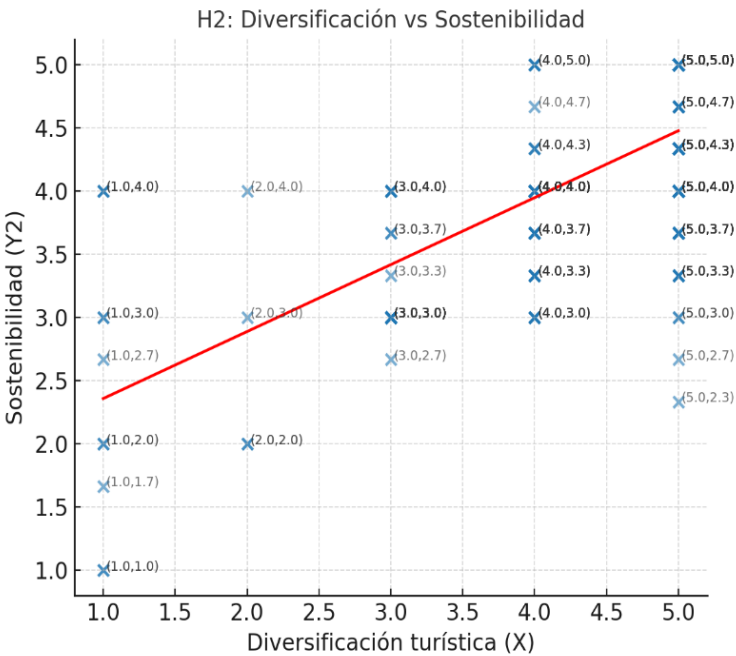
$p < 0.001$ → evidencia sólida para rechazar la hipótesis nula y confirmar la hipótesis general.

Aquí podemos observar los tres gráficos de dispersión con sus respectivas líneas

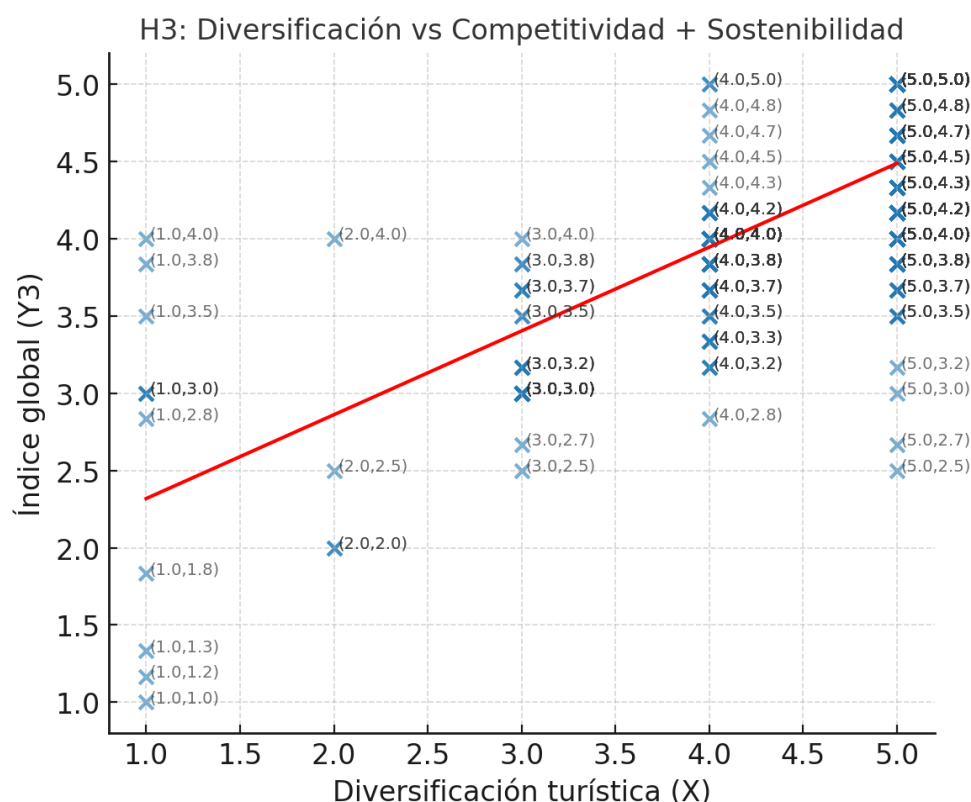


de tendencia H1 – Diversificación vs Competitividad → tendencia positiva clara, con puntos concentrados en valores altos de ambas variables.

H2 – Diversificación vs Sostenibilidad → también muestra una relación positiva, aunque con dispersión ligeramente mayor que H1.



H3 – Diversificación vs Índice global → la tendencia positiva es incluso más marcada, reforzando la hipótesis general.



1.9.23 *Descripciones descriptivas organizadas por objetivo específico:*

Situación actual de la oferta turística (B1–B3) – incluye media, desviación estándar, valores mínimo y máximo, y percentiles para cada ítem.

- Impacto económico (B8) – muestra la valoración promedio sobre economía local.
- Sostenibilidad de nuevas ofertas (B7–B9) – indicadores sobre interacción local, economía y cuidado ambiental actual de la oferta turística (B1–B3) – incluye media, desviación estándar, valores mínimo y máximo, y percentiles para cada ítem.
- Impacto económico (B8) – muestra la valoración promedio sobre economía local.

- Sostenibilidad de nuevas ofertas (B7–B9) – indicadores sobre interacción local, economía y cuidado ambiental.

1.9.24 Análisis interpretativo que conecte estas tablas con los objetivos y las hipótesis.

En el caso del Objetivo 2 Evaluar el impacto económico de la diversificación turística, el ítem B8 (“Los productos que he consumido... son elaborados por emprendedores locales”) presenta:

- Media = 4.10 sobre 5 → indica una percepción positiva y cercana a “De acuerdo” en la escala Likert.
- Desviación estándar = 0.75 → revela poca dispersión en las respuestas, lo que sugiere que la mayoría de encuestados comparte esta percepción.
- Percentil 25 y 50 = 4, Percentil 75 = 5 → el 75% de los encuestados valoró este aspecto con puntuaciones de “De acuerdo” o “Totalmente de acuerdo”.

1.9.25 El alfa de Cronbach para todo el instrumento (ítems B1–B9) es 0.946, lo que indica una excelente consistencia interna.

- Interpretación según (George & Mallery(2003):) $\alpha \geq 0.9$ → Excelente

Cuadro 3 Interpretación

$0.8 \leq \alpha < 0.9$	<i>Bueno</i>
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	<i>Aceptable</i>
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	<i>Cuestionable</i>
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	<i>Pobre</i>
$\alpha < 0.5$	<i>Inaceptable</i>

Fuente

1.9.26 interpretación:

Este resultado evidencia que la diversificación turística está generando un efecto económico favorable para los emprendedores locales, dado que los visitantes reconocen

y consumen productos elaborados por ellos. Esto respalda la hipótesis de que la diversificación incide positivamente no solo en la oferta, sino también en la dinamización económica de actores locales, contribuyendo al desarrollo territorial.

1.9.27 Conclusión de la interpretación:

Con $\alpha = 0.946$, el cuestionario demuestra una alta fiabilidad para medir la diversificación, competitividad y sostenibilidad en el contexto turístico de Manta. Esto significa que los ítems están fuertemente correlacionados y miden de manera consistente las dimensiones del estudio.

1.9.28 Análisis de resultados cualitativo de las entrevistas

Introducción

El presente análisis sintetiza las percepciones y evidencias recogidas en las entrevistas realizadas a actores vinculados al turismo de Manta, con el fin de aportar información clave para responder al problema de investigación: la necesidad de fortalecer la competitividad y sostenibilidad del destino mediante la diversificación de su oferta turística. La información se organiza en función de los objetivos específicos, evaluando su relación con las hipótesis planteadas y destacando hallazgos no previstos.

1.9.29 Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual de la oferta turística de Manta

- Los entrevistados coinciden en que Manta es “una ciudad muy diversa” con atractivos naturales (playas, clima cálido) y culturales (gastronomía, historia), pero con áreas que requieren mejora.
- La oferta actual sigue centrada en sol y playa, aunque existen intentos de diversificación hacia turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural y de bienestar.
- Relación con hipótesis: La diversidad incipiente apoya H1 y H2, pero la dependencia del turismo tradicional indica que la diversificación aún no es suficiente para generar cambios sustanciales.

1.9.30 Objetivo 2: Identificar productos turísticos alternativos y su potencial

- Se mencionan como prioritarios el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo cultural, por su capacidad de “mostrar la riqueza natural y cultural de manera sostenible”.
- Estos productos son percibidos como herramientas para atraer nuevos segmentos y reducir la estacionalidad.
- Relación con hipótesis: Apoya H3, pues la incorporación de productos innovadores se ve como un medio directo para mejorar competitividad y sostenibilidad.

1.9.31 Objetivo 3: Analizar la participación de comunidades locales

- Existe consenso en que “las comunidades locales deberían ser tomadas en cuenta” y que su inclusión es “esencial para desarrollar un turismo sostenible y responsable”.
- Sin embargo, la participación actual es limitada y más consultiva que decisoria.
- Relación con hipótesis: La baja participación debilita el componente de sostenibilidad de H2 y H3, al limitar la articulación con capacidades locales.

1.9.32 Objetivo 4: Evaluar las acciones de conservación del patrimonio natural y cultural

- Se reportan acciones de protección y educación ambiental, aunque con alcance parcial.
- El ecoturismo y la educación a turistas y residentes se mencionan como estrategias activas.
- Relación con hipótesis: Apoyo parcial a H2 y H3, pues las acciones existen pero requieren mayor inversión y coordinación.

1.9.33 Objetivo 5: Identificar barreras y estrategias para la diversificación

- Principales barreras: falta de infraestructura, insuficiente inversión y escasa capacitación en servicios turísticos.
- Estrategias sugeridas: promoción de productos alternativos, capacitación, mejora de infraestructura y fortalecimiento de la participación comunitaria.

1.10 RELACION CON HIPOTESIS

Estas barreras limitan el impacto positivo de la diversificación sobre competitividad y sostenibilidad.

1.10.1 Evidencias que apoyan la hipótesis:

- Reconocimiento del potencial del ecoturismo y turismo de aventura como ejes de diversificación.
- Coincidencia en que la diversificación “mejoraría la competitividad” y ayudaría a atraer un público más amplio.
- Percepción de que la diversificación contribuye a la sostenibilidad cuando se integra con prácticas responsables.

1.10.2 Evidencias que la contradicen o muestran debilidades:

- Persistencia de un modelo turístico centrado en sol y playa.
- Baja participación comunitaria en la gestión turística.
- Limitaciones de infraestructura y capacitación que frenan la implementación de productos innovadores.

1.10.3 Hallazgos adicionales relevantes:

- La hospitalidad y calidez de la comunidad se perciben como una ventaja competitiva distintiva.
- La ubicación estratégica de Manta facilita su accesibilidad y proyección nacional e internacional.
- La necesidad de diferenciarse de otros destinos costeros se menciona como imperativo estratégico.

1.11 RESULTADOS

El análisis de las entrevistas confirma que la diversificación de la oferta turística es percibida como un factor clave para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de Manta (H1, H2, H3). Sin embargo, su efectividad depende de superar barreras estructurales y de gestión, e integrar plenamente a las comunidades locales en la planificación y ejecución de iniciativas turísticas. La adopción de productos turísticos innovadores especialmente en ecoturismo, turismo cultural y de aventura se presenta como la vía más prometedora para lograr un modelo turístico competitivo, sostenible y alineado con las capacidades locales

CONCLUSION

El análisis realizado permite constatar que Manta posee una base turística sólida en torno a sus atractivos naturales y culturales, pero su desarrollo sigue estrechamente ligado a un modelo de sol y playa. Si bien se han identificado nichos con alto potencial como el ecoturismo, el turismo cultural y el de aventura, su implementación es aún incipiente y carece de una estrategia integral que garantice su posicionamiento en el mercado.

En cuanto al primer objetivo, la caracterización de la oferta actual evidencia la necesidad de diversificar para atender a nuevos segmentos de turistas y reducir la estacionalidad. El segundo objetivo confirmó la existencia de productos alternativos que podrían diferenciar al destino frente a la competencia, pero que requieren inversión en infraestructura y fortalecimiento de capacidades para su adecuada comercialización.

Respecto al tercer objetivo, la participación de las comunidades locales y las acciones de conservación constituyen avances importantes hacia la sostenibilidad, aunque se detectó que estos procesos no están plenamente articulados ni cuentan con un seguimiento continuo. La integración de la comunidad en la gestión turística sigue siendo más consultiva que activa, lo cual limita su impacto real en la competitividad del destino.

En síntesis, Manta se encuentra en un punto clave para redefinir su modelo turístico, donde la diversificación y la sostenibilidad pueden convertirse en ejes estratégicos para un crecimiento equilibrado, siempre que se aborden las barreras estructurales identificadas.

Recomendación

Se recomienda desarrollar un plan estratégico de diversificación turística que integre la creación, promoción y consolidación de productos alternativos como el ecoturismo, el turismo cultural y de aventura. Este plan debe incluir estudios de mercado, alianzas público-privadas y una estrategia de marketing que destaque la identidad única de Manta.

Asimismo, es necesario fortalecer la infraestructura turística y los servicios complementarios, priorizando inversiones en accesibilidad, transporte, señalética y espacios de interpretación cultural y ambiental. Paralelamente, se deben implementar programas de capacitación continua para prestadores de servicios, guías y operadores, con el fin de elevar la calidad y competitividad del destino.

En materia de sostenibilidad, se aconseja intensificar las acciones de conservación del patrimonio natural y cultural, fomentando la educación ambiental y el turismo responsable entre visitantes y residentes. Esto incluye establecer indicadores de sostenibilidad y mecanismos de monitoreo que permitan evaluar el impacto de las actividades turísticas.

Finalmente, se propone incentivar la participación activa de las comunidades locales en todas las fases de la gestión turística, desde la planificación hasta la evaluación de resultados. Su involucramiento garantizará que los beneficios económicos, sociales y culturales del turismo se distribuyan de manera equitativa y que el destino se consolide como un modelo de desarrollo inclusivo y sostenible.

Bibliografía

- (2013), A. (12 de Diciembre de 2019). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205005/html/>
- (Baum & Hagen, 1. (s.f.). Obtenido de [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(199909/10\)1:5%3C299::AID-JTR198%3E3.0.CO;2-L](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(199909/10)1:5%3C299::AID-JTR198%3E3.0.CO;2-L)
- (Hinkle, W. & (2003). Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2229977>
- (Sánchez & Espinoza, 2. (2009). *TURISMO COMUNITARIO Y GENERACIÓN DE RIQUEZA EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO. UN ESTUDIO DE CASO EN EL SALVADOR1*. Madrid, España. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/367/36711903004.pdf>
- (UNWTO, 2. (2023). World Tourism Organization—UNWTO. Obtenido de <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003179900-60/world-tourism-organization%E2%80%94unwto-helen-canton>
- Acosta, B. a. (2006). *tourism management*. ansternad: Bhulis and Carlos Acosta. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=PyDwnZAmkwsC&oi=fnd&pg=PP2&dq=%E2%80%A2+Buhalis,+D.,+%26+Costa,+C.+\(2006\).+Tourism+Management+Dynamics:+Trends,+Management+and+Tools.+Routledge.&ots=h4Qdcj0NI-&sig=-h3ZspYil5Qf55YBCYsGmlctnzQ#v=onepage&q&f=fa](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=PyDwnZAmkwsC&oi=fnd&pg=PP2&dq=%E2%80%A2+Buhalis,+D.,+%26+Costa,+C.+(2006).+Tourism+Management+Dynamics:+Trends,+Management+and+Tools.+Routledge.&ots=h4Qdcj0NI-&sig=-h3ZspYil5Qf55YBCYsGmlctnzQ#v=onepage&q&f=fa)
- Edison Rubén Molina Velásquez, P. A. (septiembre de 2021). *Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador - 4 mundos*. Obtenido de Molina Velásquez, E., Villagrán Olivo, P., Guerrero Carvajal, F., & Villarreal Cando, C. (2021). Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador - 4

- mundos. Turismo y patrimonio, (17), 121-149.
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021>.
- educacion, M. d. (2021-2025). *Plan institucional*. Ecuador . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf
- G. &. (2018). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4390>
- George & Mallery(2003):. (s.f.). Obtenido de <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferencelD=1457632>
- Hernández-Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México: México: McGraw-Hill: (Para las correlaciones).
- Inskeep (1991). (s.f.). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. En E. Inskeep, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*.
- Yucta Amoroso (2020). (s.f.). turismo de aventura. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6982?mode=full>

ANEXOS

En el **Anexo 1**, mediante una carpeta de Drive se mostrarán las bases de datos como, validación de instrumento de expertos

https://drive.google.com/drive/folders/1mgmJrskv1hFaGHY_hb7qYueB2XZpnMsE?usp=drive_link

En el **Anexo 2** se muestra el Cálculo tamaño de la muestra

<https://drive.google.com/drive/folders/1vIvBXuQUnvOD7jG1eUel5CYrGAHTr6mZ?usp=sharing>

En base al **Anexos 3**, fotografías recolectadas de las entrevistas se mostrarán en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1LXFty_9ZVNf8tYe7sSn5nIlwitpEB2Qp?usp=drive_link

Personas entrevistadas





Final tesis Thaiz VINCES

7%
Textos sospechosos

3% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
4% Idiomas no reconocidos
15% Textos potencialmente generados por la IA (Ignorado)

Nombre del documento: Final tesis Thaiz VINCES.docx
ID del documento: 9f4bf7c33f2a40fa899a28fda4af6ffa39296206
Tamaño del documento original: 7,44 MB

Depositante: LIZANDRO MOLINA SABANDO
Fecha de depósito: 12/8/2025
Tipo de carga: Interface
Fecha de fin de análisis: 12/8/2025

Número de palabras: 9829
Número de caracteres: 70.988

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/7185/1/ULEAM-TUR-0038.pdf 19 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (135 palabras)
2	departamentos.uleam.edu.ec https://departamentos.uleam.edu.ec/gestion-aseguramiento-calidad/files/2020/09/PAT-01-F... 16 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (107 palabras)
3	Tesis_2023_Final_Kender_& Cesar (2023).docx Tesis_2023_Final_Kende... #ed149c Viene de de mi grupo 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (101 palabras)
4	portal.amelica.org Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos ... http://portal.amelica.org/amei/journal/612/6122857007/movll/ 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (47 palabras)
5	localhost Propuesta de producto turístico de pesca vivencial para la parroquia P... http://localhost:8080/xmlui/bitstream/3317/18125/3/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-632.pdf.txt 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (41 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.academia.edu (PDF) Análisis de los principales modelos explicativos de la ... https://www.academia.edu/57988358/Análisis_de_los_principales_modelos_explicativos_de_la...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
2	ojs.revistaturismoypatrimonio.com Análisis de la oferta turística del program... http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/download/266/207/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
3	Documento de otro usuario #951aaf Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
4	www.academia.edu (PDF) El turismo comunitario como herramienta para el de... https://www.academia.edu/4777239/El_turismo_comunitario_como_herramienta_para_el_des...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
5	TESIS ESPINOZA MERO RAFAELA (1).docx TESIS ESPINOZA MERO RA... #d95528 Viene de de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Fuente ignorada Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Proyecto de investigación_MEJIA MENDOZA.docx Proyecto de investi... #cd1a3d Viene de de mi grupo	1%		Palabras idénticas: 1% (119 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205005/html/>
- [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)](https://doi.org/10.1002/(SICI))
- <https://www.scrip.org/reference/referencespapers?referenceid=2229977>
- <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021>
- https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf