



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y TURISMO

CARRERA DE TURISMO

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

TEMA

Identificación de señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025.

AUTORA

Ariana Yuleika Poveda toala

TUTOR

Dr. Carlos Rolando Piguave Mero, PhD

Manta, abril 2026

CERTIFICO

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

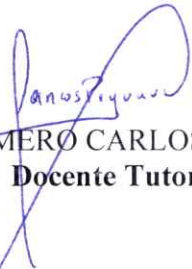
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **POVEDA TOALA ARIANA YULEIKA**, legalmente matriculada en la carrera de **TURISMO**, periodo académico 2025 – 2026 (2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"IDENTIFICACION DE SEÑALES EMERGENTES DEL TURISMO EN MANTA DURANTE EL AÑO 2025."*

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, Miércoles, 22 de julio de 2026.

Lo certifico,



PIGUAVERO CARLOS ROLANDO
Docente Tutor

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

ARIANA YULEIKA POVEDA TOALA, portadora de la C. I. # 1350107700, 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 **“Identificación de señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025”**, 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.

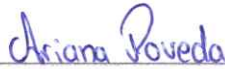
Manta, 27 de agosto de 2026



Ariana Yuleika Poveda Toala
Autor/a

AUTORÍA

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciada Turísticas en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a Ariana Yuleika Poveda Toala en calidad de autora de la tesis **“Identificación de señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025.”**, en caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.



Ariana Yuleika Poveda Toala
135010770-0

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "Identificación de señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025", ha sido realizado y concluido por Poveda Toala Ariana Yuleika; 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:



Dr. Pedro Quijije Anchundia

PRESIDENTE DE TRIBUNAL



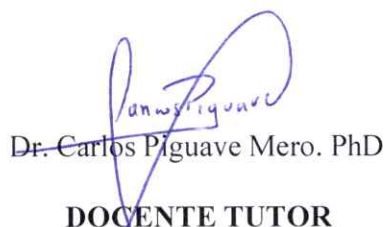
Ing. Leydy Cevallos Barberán

MIEMBRO DE TRIBUNAL



Ing. Diego Guzmán Vera

MIEMBRO DE TRIBUNAL



Dr. Carlos Piguave Mero, PhD

DOCENTE TUTOR



Poveda Toala Ariana Yuleika
ESTUDIANTE

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido mi guía y fortaleza y me ha llenado de sabiduría, fé y la perseverancia necesaria, por acompañarme en cada paso incluso en los momentos de mayor dificultad.

A mis queridos padres por ser mi mayor apoyo durante este proceso por brindarme la oportunidad de seguir con mis estudios a pesar de los obstáculos. Esta tesis es un testimonio de su sacrificio y amor y me llena de orgullo hónralos de esta manera.

A mi papá Richard Poveda, por ser el ejemplo de dedicación y trabajo. Gracias por cada sacrificio que has hecho por nuestra familia, hoy puedo cumplir esta meta gracias a todo el esfuerzo que has realizado para que nunca me faltaran oportunidades de estudiar.

A mi mamá Gloria Toala que, con todo mi amor y admiración, por ser mi mayor apoyo durante todo este proceso. Gracias por nunca dejarme sola cuando más te necesité, incluso cuando sentía que no tenía a nadie más. Este logro también es tuyo, porque sin tu compañía, confianza y apoyo constante, alcanzar esta meta no habría sido posible.

A mis hermanos Kendra y Randy, que son mis compañeros de vida gracias por acompañarme en cada paso de este camino por convertirse en mi refugio y mi alegría.

A mi mejor amiga Ninozka Solorzano por brindarme su apoyo incondicional por tu amistad sincera por escucharme en los momentos difíciles por darme palabras de alientos y por celebrar conmigo cada logro alcanzado.

Con todo cariño y gratitud.

Ariana Poveda.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por iluminar mi camino y darme las fuerzas necesarias por guiar mis pasos y permitirme alcanzar este sueño.

A mis padres Gloria y Richard, por ser el pilar fundamental en mi vida por sus sacrificios silenciosos gracias por su apoyo constante y por todo el cariño que me brindan y por motivarme a seguir adelante.

A mi querida amiga Yarhet Barcia, el regalo que me dio la Universidad por estar conmigo desde el día uno que iniciamos esta carrera por permanecer a mi lado gracias por cada risa y por cada conversación. Hoy, al culminar este importante logro, agradezco profundamente haber compartido este camino contigo. Más que una compañera de universidad, encontré en ti una amiga que llevaré siempre en mi corazón.

Expreso mis más sinceros agradecimientos a mi tutor el Dr. Carlos Rolando Piguave Mero por su paciencia dedicación gracias por guiarme con sus conocimientos. Su dedicación, experiencia y enseñanzas dejaron una huella invaluable en mi crecimiento personal y profesional.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
AUTORÍA	IV
CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL.....	V
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
Resumen	XII
ABSTRACT	XIII
Introducción.....	1
Justificación	2
Determinación del problema	3
Objeto de estudio	5
Campo.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
Hipótesis	5
Variables:	5
Tareas Científicas:.....	5
CAPITULO I MARCO TEÓRICO	6
1.1 Destino Turístico	6
1.2 Oferta y Demanda	7
1.2.1 Oferta Turística	7
1.2.2 Demanda Turística	8
1.3 Señales, Tendencias y Macrotendencias.....	8
1.4 Turismo en Manta: Oferta y Demanda	9
1.5 Estrategias de desarrollo turístico	11
CAPITULO II DISEÑO METODOLOGICO	13
2.1 Enfoque metodológico	13
2.2 Método de investigación	13
2.3 Técnicas de investigación.....	13
2.4 Población.....	14
2.5 Muestra	14
2.6 Instrumentos.....	17
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18

Conclusiones.....	41
Recomendaciones	42
Referencias Bibliografia	43

Índice de Figuras

Figura 1 Árbol de Problema	4
Figura 2 Esquema Grafico.....	6

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Encuestas realizadas en los feriados	15
Tabla 2	Criterios de inclusión y de exclusión	15
Tabla 3		16
Tabla 4	Visita por género en los feriados de Manta.....	18
Tabla 5	Visita de procedencia en los feriados de Manta.....	19
Tabla 6	Visita de primera vez en Manta	19
Tabla 7	Con quien visita Manta.....	20
Tabla 8	Origen del conocimiento del Destino	21
Tabla 9	Grupo de edades	22
Tabla 10	Transporte	23
Tabla 11	Hospedaje.....	24
Tabla 12	Principal motivo de visita a Manta	25
Tabla 13	Valoración del Destino Alojamiento	26
Tabla 14	Valoración del Destino Sol y Playa	27
Tabla 15	Valoración del Destino por seguridad.....	27
Tabla 16	Valoración del Destino Actividades Culturales	28
Tabla 17	Valoración del Destino zonas Comerciales.....	29
Tabla 18	Valoración del Destino lugares de recreación.....	29
Tabla 19	Valoración del Destino hospitalidad de los residentes	30
Tabla 20	Valoración del Destino información y señalización.....	31
Tabla 21	Valoración del Destino precios de los servicios.....	31
Tabla 22	Valoración del Destino servicios de restaurantes.....	32
Tabla 23	Valoración del Destino Manta como destino	33
Tabla 24		34
Tabla 25	Señales identificadas	36
Tabla 26	Estrategias	39

Resumen

Esta investigación titulada Identificación de señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025, tuvo como objetivo general analizar los cambios recientes en la actividad turística para obtener información confiable que permita reconocer señales emergentes y fortalecer la toma de decisiones en el destino. Se empleó una metodología con enfoque cuantitativo, utilizando los métodos analítico sintético y descriptivo. Como técnica principal se aplicó el análisis secundario de datos provenientes de las encuestas realizadas durante cinco feriados de 2025 por el proyecto Sistema Inteligente de Turismo (SIT).

Los resultados permitieron identificar siete señales emergentes, destacándose la predominancia de turistas nacionales, la alta participación de jóvenes de la Generación Z y Millennials, y el ocio como principal motivo de viaje. En términos generales, se concluye que el análisis de estas señales constituye una herramienta estratégica para diseñar acciones que fortalezcan la competitividad, sostenibilidad y fortalecer la planificación del desarrollo turístico de la ciudad de Manta.

Palabras claves: Turismo, Señales, Emergentes, Manta.

ABSTRACT

This research, titled “Identification of Emerging Trends in Tourism in Manta in 2025,” had the overall objective of analyzing recent changes in tourism activity to obtain reliable information that would enable the identification of emerging trends and strengthen decision-making at the destination. A quantitative methodology was employed, utilizing synthetic-analytic and descriptive methods. The primary technique employed was the secondary analysis of data from surveys conducted during five holidays in 2025 by the Intelligent Tourism System (SIT) project.

The results identified seven emerging trends, notably the predominance of domestic tourists, the high participation of young people from Generation Z and Millennials, and leisure as the primary reason for travel. In general terms, it is concluded that the analysis of these signals constitutes a strategic tool for designing actions that enhance competitiveness and sustainability and strengthen tourism development planning in the city of Manta.

Keywords: Tourism, Signals, Emerging, Manta.

Introducción

La presente investigación tiene como tema Identificación de las señales emergentes del turismo en Manta durante el año 2025, y su finalidad consiste en analizar los cambios recientes en la actividad turística y generar información confiable que contribuya al diseño de estrategias de desarrollo turístico. Asimismo, este estudio busca aportar al fortalecimiento de la gestión turística local mediante el reconocimiento de tendencias, oportunidades y desafíos que permitan mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino

El interés por realizar esta investigación nace de la necesidad de comprender los cambios recientes que está experimentando la actividad turística en la ciudad de Manta durante el año 2025. En los últimos años, el destino ha mostrado un crecimiento importante impulsado por la llegada de cruceros internacionales, el desarrollo de nuevos proyectos hoteleros e inmobiliarios, el incremento de eventos turísticos y culturales, y la diversificación de su oferta turística. Estas transformaciones evidencian la aparición de nuevas dinámicas y señales emergentes que pueden influir directamente en el desarrollo económico y turístico de la ciudad.

La investigación de las señales emergentes y las tendencias en el ámbito del turismo se ha vuelto crucial debido a las continuas transformaciones que vive la industria como consecuencia de elementos tecnológicos, sociales, económicos y ambientales. En este contexto, Liu y Liu, indican que la investigación turística contemporánea se centra en el análisis predictivo y en la detección de tendencias emergentes, con la finalidad de prever variaciones en las conductas de los viajeros y mejorar la planificación estratégica de los destinos turísticos. (Liu & Liu, 2018)

Por otra parte, la digitalización se ha convertido en una de las principales señales emergentes del turismo a nivel mundial, debido a que ha transformado significativamente la manera en que los turistas planifican, reservan y experimentan sus viajes. Señala que el turismo digital se convirtió en una de las principales señales emergentes después de la pandemia. (Jiang & Wai Phoong, 2023)

Asimismo, el estudio indica que la implementación del marketing 2.0 y el uso de plataformas digitales ha revolucionado la manera de promocionar los destinos turísticos, favoreciendo una interacción más rica entre los viajeros y las comunidades locales. Estas novedosas interacciones simbolizan nuevas tendencias, ya que reflejan transformaciones en el comportamiento de los turistas, quienes en la actualidad buscan vivencias que sean

más responsables, auténticas y que estén conectadas con la sostenibilidad tanto cultural como ambiental. En consecuencia, el turismo sostenible y la innovación en el ámbito digital se convierten en componentes fundamentales para potenciar la competitividad y la adaptación de los destinos ante las corrientes turísticas actuales. (San Lucas, González, & Tigua, 2019)

Por otro lado, (Loor, Alonso, & Pérez, 2018) resaltan que Ecuador está intentando mejorar su imagen turística a través de un enfoque que prioriza la sostenibilidad y la responsabilidad social, en concordancia con las recientes demandas y tendencias del turismo global. En este marco, el turismo consciente surge como una tendencia importante ya que muestra cambios en la manera de viajar y en las razones que impulsan a los turistas, enfocándose en experiencias genuinas y sostenibles en lugar del turismo convencional. Así, el país busca ajustarse a las nuevas realidades del mercado turístico internacional y aumentar la competitividad de sus lugares turísticos.

Justificación

Manta, ubicada en la provincia de Manabí, Ecuador, ha experimentado una transformación significativa en su sector turístico durante el año 2025 una profunda renovación de su perfil turístico. Su puerto ha reforzado su papel como destino de cruceros internacionales, recibiendo decenas de barcos al año y atrayendo miles de visitantes (Mendoza , 2025) Paralelamente, Manta atraviesa un importante auge inmobiliario, con nuevos hoteles, complejos habitacionales y desarrollos frente al mar que expanden su oferta turística (Muñoz , 2025)

El estudio de las señales emergentes en el turismo permite identificar tendencias innovadoras y adaptativas que ofrecen ventajas competitivas sostenibles, algo que las investigaciones tradicionales centradas únicamente en la oferta hotelera o el flujo de turistas no logran captar (Alvia Mendoza, Mendoza Barberán, Cevallos Barberán, & Cabrera Chávez, 2025) Además, el Ministerio de Turismo de Ecuador ha identificado la necesidad de incrementar las llegadas de turistas y los ingresos por gasto turístico para contribuir a la reactivación económica del país. Esta estrategia incluye la promoción de destinos como Manta, que ha mostrado un crecimiento significativo en su oferta turística (Ministerio de turismo , 2025).

Por otro lado, (Oleas, 2025) sostiene que la llegada creciente de cruceros y turistas internacionales a Manta constituye una señal emergente del turismo que permite proyectar estrategias de desarrollo más precisas y adaptadas a las tendencias actuales del mercado

En este mismo orden de ideas, (Oleas, 2025) hacen referencia al turismo de cruceros, resaltando la llegada de 14 cruceros con 31.053 turistas hasta finales de 2025, y destacando el crecimiento del turismo de cruceros en la ciudad.

Además, (El Diario , 2025)menciona que la diversificación hacia nuevos segmentos turísticos se refleja en la organización de eventos académicos y culturales. Ejemplo de ello fue el Tercer Congreso Nacional de Turismo realizado en Manta en 2025, que abordó temas de sostenibilidad, innovación y gestión hotelera internacional.

Las investigaciones previas sobre el turismo en Manta se han centrado principalmente en aspectos tradicionales como la oferta hotelera, la demanda turística y la seguridad en las zonas turísticas. Por ejemplo, estudios han analizado el comportamiento de la demanda turística en el cantón Manta durante el año 2022, identificando las características de los turistas y sus preferencias. (Anchundia Santana , 2023)

Asimismo, (Alcívar Vera & Moreira Ferrín, 2021) se ha propuesto un sistema de información turística para mejorar la oferta de las playas rurales de Manta y se ha propuesto un sistema de información turística para mejorar la oferta de las playas rurales de Manta.

Además, este trabajo aporta al proyecto de investigación de la carrera de Turismo denominado “Sistema Inteligente de Turismo (SIT) de Manabí y Santo Domingo de Los Tsáchilas”.

Determinación del problema

Identificar nuevas señales contribuye a la innovación y diversificación de los productos turísticos, creando productos y experiencias diferentes a los tradicionales o masivos. Esta diversificación no sólo responde a necesidades cambiantes, sino que también crea nichos de oportunidades turismo rural, ecoturismo, turismo (Fernandez, 2024)

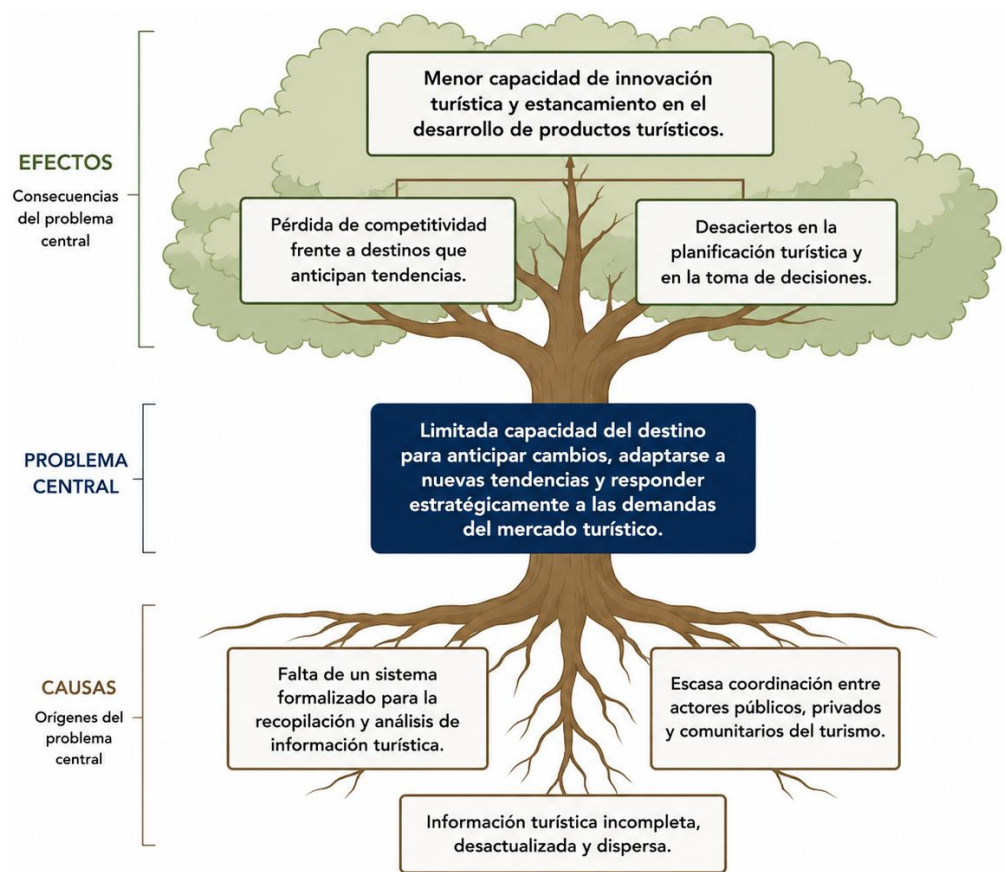
Existe la falta de información sea porque está incompleta, desactualizada o inexistente, logrando así el desinterés, decepción y pérdida de fiabilidad por parte de los visitantes. Es por esto, que se busca que la ciudad pueda desarrollar estrategias, que puedan responder a las necesidades de las nuevas tendencias, que ha desarrollado un DTI, convirtiéndose en algo indispensable en los destinos (Veloz, Félix , & Cruzzatty et al, 2022)

Según el Proyecto del Observatorio Turístico de Manabí (ULEAM, 2017) la carencia de datos fiables a nivel de destino es uno de los principales desafíos del sector, lo cual evidencia que no existe un sistema formalizado y consolidado para la gestión de información en el turística local

Complementariamente, (Font & Alvaro, 2019) proponen la creación de un Observatorio Turístico en Manabí, ya que actualmente no hay “información continua y precisa” sobre la actividad turística, lo que limita la gestión estratégica del destino.

Figura 1

Árbol de Problema



Nota: Causas y Efectos de las señales emergentes en el turismo

Fuente: Elaboración propia.

Objeto de estudio

El objeto de estudio son las señales emergentes del turismo.

Campo

El campo de estudio de esta investigación es la ciudad de Manta de la provincia de Manabí, durante el año 2025.

Objetivo general

Analizar los cambios recientes en la actividad turística con la finalidad de obtener información confiable que permita reconocer señales emergentes y fortalecer la toma de decisiones en el destino.

Objetivos específicos

- Identificar cambios y patrones en el comportamiento de los visitantes durante los cinco feriados analizados de 2025, aplicando criterios para el reconocimiento de señales emergentes.
- Analizar las señales emergentes identificadas según su comportamiento temporal y relevancia para la gestión turística del destino Manta.
- Formular estrategias de desarrollo turístico asociadas a las señales emergentes priorizadas, como insumo para la toma de decisiones en el destino.

Hipótesis

El reconocimiento de las señales emergentes del turismo en Manta permitirá la generación de estrategias de desarrollo para el fortalecimiento de la toma de decisiones en el destino.

Variables:

Variable independiente:

- Las señales emergentes

Variable dependiente:

- Estrategias de desarrollo turístico
- La toma de decisiones estratégicas en el destino

Tareas Científicas:

- Fundamentación teórica de las principales variables objeto de estudio.
- Identificación de las principales señales generadas en la actividad turística.

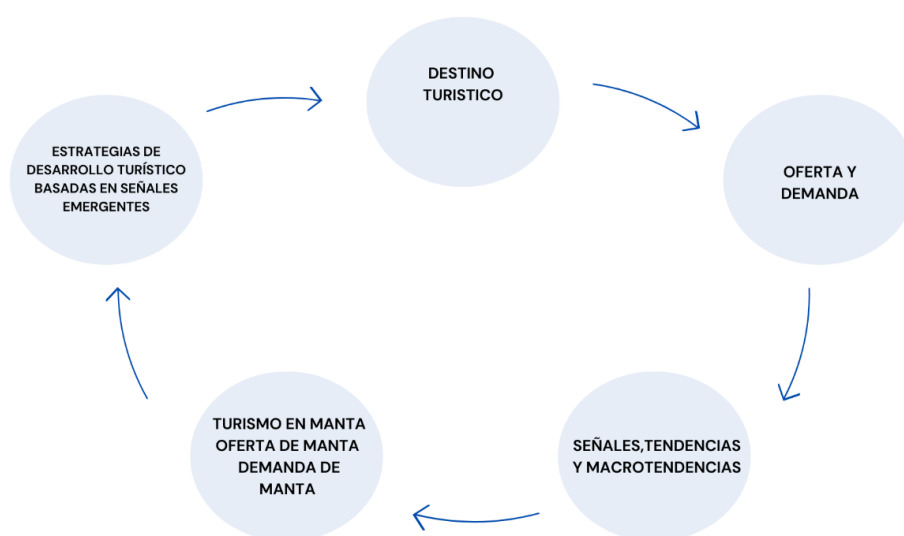
- Análisis de las señales identificadas para convertirlas en información relevante para el destino
- Generación de estrategias de desarrollo turístico basadas en las señales emergentes para el fortalecimiento de la toma decisiones.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

En este apartado se examinan y sistematizan las principales categorías que forman parte del proyecto, con el propósito de profundizar en su análisis, las cuales se consideran las variables objeto de estudio, que permita la adecuada interpretación de la información y se representan a través del siguiente esquema gráfico.

Figura 2

Esquema Grafico



Nota: Variables del estudio.

Fuente: *Elaboración propia.*

1.1 Destino Turístico

Un destino turístico puede entenderse como un espacio geográfico donde el visitante realiza su estancia y en el que se concentran recursos, servicios, actividades y agentes que, de manera integrada, conforman la experiencia turística. No se trata únicamente de un lugar físico, sino de un sistema que combina atractivos naturales y culturales, infraestructura, oferta de servicios y la participación de los sectores público y

privado, lo que permite satisfacer las motivaciones del turista y generar impactos económicos y sociales en el territorio (Manente, 2008)

Al mismo tiempo (Organización Mundial del turismo, 2019), sostiene que un destino turístico es un espacio físico donde la visitante pernocta al menos una noche y en el que se integran productos turísticos, servicios, actividades y recursos naturales y culturales. La importancia del destino turístico radica en que constituye la unidad básica de análisis, planificación y gestión del turismo, permitiendo coordinar a los actores públicos y privados para mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la calidad de la experiencia del visitante.

Asimismo (Pulido & Lopez, 2013), señalan que un destino turístico se construye a través de la coordinación planificada entre lo que se ofrece como turismo, la administración local y la demanda de los visitantes. La relevancia de un lugar turístico se refleja en su capacidad para impulsar el crecimiento local, afectando de manera directa la creación de trabajos, la variedad económica y la preservación de recursos culturales y naturales, siempre que haya una buena planificación y una gestión integral.

Por lo tanto, desde un análisis propio, un destino turístico es un área geográfica donde el viajero pasa tiempo y vive una experiencia holística, fruto de la mezcla de recursos culturales y naturales, así como de servicios, infraestructura y actores implicados. No se restringe a un sitio específico, sino que actúa como un sistema estructurado que conecta la oferta turística con la gestión pública y privada. Su relevancia se fundamenta en que facilita la planificación y administración del turismo de forma conjunta. Asimismo, ayuda al progreso local a través de la creación de puestos de trabajo, la diversificación económica y la preservación del patrimonio.

1.2 Oferta y Demanda

1.2.1 Oferta Turística

La Oferta turística consiste en el conjunto de elementos, servicios, recursos y construcciones que están disponibles en un lugar para cubrir las demandas del turista. Esto abarca puntos de interés naturales y culturales, hospedaje, transporte, comida y servicios adicionales. El escritor subraya que es crucial administrar la oferta de manera unida para

asegurar la competitividad. Su relevancia se debe a que influye en la calidad de la experiencia del viajero y la ubicación del destino en el mercado (Acerenza, 2020).

De igual manera la oferta turística se refiere al conjunto de productos y servicios asociados a un espacio geográfico y sociocultural específico que están diseñados para facilitar y organizar la experiencia del turista dentro de ese destino. Debe ser integrada y pensada desde la percepción y necesidades reales del visitante para generar experiencias significativas y atractivas. Además, juega un papel clave en el desarrollo local al dinamizar la economía, mejorar la calidad de vida de la comunidad y promover la preservación del patrimonio local (Parrales & Marcillo, 2024).

1.2.2 Demanda Turística

La demanda turística se refiere al conjunto de personas que manifiestan el deseo y la capacidad de realizar viajes y de consumir bienes y servicios turísticos en un destino distinto de su lugar de residencia habitual permite analizar el comportamiento de los visitantes, sus preferencias, motivaciones y patrones de consumo, lo cual es fundamental para la planificación y gestión del turismo en un territorio (Paredes, 2022).

De acuerdo con (Organizacion Mundial del turismo, 2019), la demanda turística engloba a los visitantes actuales y potenciales que realizan desplazamientos fuera de su entorno habitual por diferentes motivaciones. La OMT destaca que conocer la demanda permite anticipar tendencias y diseñar políticas turísticas eficaces. Su importancia radica en que determina el volumen de turistas y el impacto económico del turismo. Además, influye directamente en la competitividad del destino.

Con base en los aportes teóricos revisados, la Oferta Turística incluye los elementos, servicios y estructuras que un lugar proporciona para cumplir con las exigencias del viajero y asegurar una experiencia de alto estándar, afectando su competitividad y reputación. Del mismo modo, la demanda turística se compone de individuos que tienen la intención y la capacidad de viajar, y su estudio ayuda a entender sus impulsos y acciones, lo cual es crucial para la organización y el crecimiento turístico del destino.

1.3 Señales, Tendencias y Macrotendencias

Las señales representan indicios, advertencias o manifestaciones tempranas de cambios potenciales en un entorno o sistema, que, aunque actualmente puedan parecer

imprecisas o confusas, presagian alteraciones significativas que podrían suceder en el futuro e influir en decisiones estratégicas. En el ámbito del análisis prospectivo y la planificación estratégica, estas señales son vistas como herramientas esenciales para detectar tendencias emergentes, colaborando a disminuir incertidumbres y educando a las organizaciones para enfrentar transformaciones antes de que se torne evidente o urgente (Blackbot, 2023).

Por otro lado, las tendencias turísticas reflejan patrones evolutivos en las preferencias, comportamientos y prácticas de los viajeros influenciados por factores socioeconómicos, tecnológicos y ambientales, y ayudan a prever cómo se transformará el sector en el futuro para adaptar estrategias de gestión y planificación turística. (SiteMinder, 2024).

Asimismo, estas tendencias suministran información clave para anticipar cambios futuros, adaptar la oferta turística, innovar productos y mejorar la competitividad de los destinos, ya que ayudan a entender cómo se transforman las expectativas de los turistas y las dinámicas del mercado global (OECD, 2024).

Ahora bien, las macrotendencias, a diferencia de las tendencias temporales, denotan transformaciones profundas y duraderas que impactan el turismo en todo el mundo. Factores como la sostenibilidad, la digitalización y el envejecimiento de la población tienen un efecto directo en los estilos de viaje y obligan a los destinos a reconsiderar sus planes de desarrollo turístico (OECD, 2024).

A partir de los aportes teóricos existentes las señales funcionan como pequeñas pistas o avisos tempranos que nos alertan sobre cambios que aún no son evidentes, pero que pueden tener un gran impacto en el futuro, por lo que resultan clave para anticiparse y tomar mejores decisiones estratégicas. A partir de estas señales surgen las tendencias turísticas, que muestran cómo van cambiando poco a poco los gustos, comportamientos y expectativas de los viajeros debido a factores sociales, tecnológicos y ambientales, permitiendo adaptar la planificación y la oferta turística a esos cambios adicionalmente las macrotendencias representan transformaciones más profundas y duraderas a nivel global, como la sostenibilidad o la digitalización, que obligan a los destinos turísticos a replantear sus estrategias de desarrollo para seguir siendo competitivos en el largo plazo.

1.4 Turismo en Manta: Oferta y Demanda

El turismo en Manta se presenta como una actividad dinámica y de gran relevancia para la economía local, reflejando no solo el atractivo natural de la ciudad, sino también

patrones claros en los gustos, motivaciones y preferencias de sus visitantes (Briones, 2021).

Complementariamente (Cornejo, 2020) ,argumenta que el turismo también se ve impulsado por actividades recreativas, comerciales y eventos, consolidando al destino como un referente turístico de la provincia de Manabí.

La oferta turística de Manta se basa principalmente en los recursos naturales, especialmente las playas urbanas y rurales, que son el principal motivo de visita. Además, existe una oferta gastronómica diversa, y los restaurantes de pescado destacan como uno de los servicios más solicitados por los turistas. El destino también cuenta con infraestructura hotelera, instalaciones recreativas y servicios adicionales que facilitan la estadía del visitante. La ciudad también ofrece instalaciones recreativas y comerciales que enriquecen la experiencia turística. En conjunto, estos elementos forman una oferta que corresponde principalmente al turismo y estancias de corta duración del país (Briones, 2021).

Manta se encuentra implementando diversas acciones orientadas a superar el estigma asociado a la inseguridad y posicionarse como un destino turístico atractivo y competitivo, tanto para turistas como para inversionistas. Aunque la ciudad recibe un número significativo de visitantes, la estancia promedio continúa siendo corta, situación que se relaciona principalmente con percepciones negativas sobre la seguridad, las cuales inciden directamente en la demanda turística, especialmente en la duración y frecuencia de las visitas (Expreso , 2025).

La demanda turística en Manta se manifiesta en el creciente flujo de visitantes que llegan a la ciudad y en los esfuerzos que realizan tanto el sector público como el privado para consolidar a Manta como un destino turístico sostenible. Este impulso no solo busca aumentar el número de turistas, sino también fortalecer la industria turística local (El Mercurio, 2023).

A partir del análisis de diferentes estudios el turismo en Manta representa un factor clave en la economía, favorecido por sus costas, oferta culinaria y opciones de entretenimiento que captan la atención de viajeros locales e internacionales. La localidad integra elementos naturales y servicios de turismo, como alojamientos, comedores y áreas para compras, que mejoran la experiencia de quienes llegan. A pesar del aumento en la afluencia de viajeros, la sensación de inseguridad reduce el tiempo de las visitas, afectando la demanda turística. Por este motivo, tanto las entidades gubernamentales como las

empresas privadas llevan a cabo iniciativas para establecer a Manta como un destino atractivo y sostenible.

1.5 Estrategias de desarrollo turístico

Las estrategias de desarrollo turístico son lineamientos y acciones planificadas orientadas a potenciar los recursos y atractivos de un territorio, con el fin de fortalecer su competitividad, dinamizar la economía local y mejorar la calidad de vida de las comunidades, mediante el aprovechamiento sostenible de su oferta turística (Garcia, Gonzales, & Vargas , 2020).

Sumado a ello el marketing orientado al destino y la formación de los actores que participan en el turismo son elementos fundamentales para potenciar la oferta local, elevar la calidad de los servicios y crear nuevos puestos de trabajo. Asimismo, resaltan la administración eficiente de recursos, la expansión de infraestructuras y la divulgación del destino como tácticas complementarias que ayudan a impulsar la economía local. Estas tácticas intentan unir a la comunidad, aprovechar sus recursos culturales y naturales, y promover un desarrollo turístico que sea sostenible (Castelo, 2025).

Además, Las estrategias de desarrollo turístico son acciones planificadas que buscan fortalecer la promoción y aprovechamiento de los recursos turísticos, en este caso centradas en la gastronomía de Manta como un atractivo cultural y económico. En la investigación se analizan estas estrategias como herramientas que permiten posicionar destinos específicos, generar mayor visibilidad y competitividad, y contribuir al desarrollo local mediante la promoción de productos autóctonos y la articulación de actores públicos y privados. Estas estrategias incluyen el diseño de campañas promocionales, actividades de difusión cultural y acciones que vinculan la gastronomía como parte integral de la experiencia turística, lo que en conjunto influye en la dinamización del turismo y la economía de la región. (Lopez, 2025).

En función de los estudios revisados las estrategias del desarrollo turístico se pueden definir como un grupo de iniciativas organizadas con el fin de optimizar el uso de los recursos naturales, culturales y alimentarios de una región. Su objetivo principal es aumentar la atraktividad y la competitividad del lugar, mientras se favorece la economía local y se generan puestos de trabajo. Estas tácticas incluyen la promoción del destino, la mejora en los servicios, la formación de los actores en el sector turístico y el uso responsable de los recursos disponibles. Asimismo, pretenden involucrar a la comunidad local para que tenga un papel activo en la evolución del turismo. Todo esto contribuye a un crecimiento turístico sostenible que mejora la calidad de vida de los residentes locales.

Criterios de cambios y patrones en el comportamiento de los visitantes

Para la identificación de las señales emergentes se establecieron criterios operacionales que permitieran diferenciar los cambios observados de los comportamientos predominantes de la demanda turística. (Hiltunen, 2008) plantea que las señales vinculadas con cambios futuros pueden comprenderse a partir de la relación entre la señal observable, el fenómeno al que esta se refiere y la interpretación que se realiza de ella. Asimismo, (Kuosa, 2010) sostiene que el reconocimiento de fenómenos emergentes requiere analizar diferentes observaciones y patrones provenientes del entorno, distinguiendo las señales de procesos más consolidados, como las tendencias. A partir de estos fundamentos y considerando las características de los datos disponibles en la investigación, se adoptaron cuatro criterios para el análisis: variación o cambio observable, magnitud del cambio, recurrencia o persistencia y relevancia estratégica. Su aplicación permitió determinar cuáles de los comportamientos registrados durante los cinco feriados estudiados podían ser considerados indicios de cambios emergentes y cuáles correspondían únicamente a patrones predominantes de los visitantes.

CAPITULO II DISEÑO METODOLOGICO

En el presente apartado se exponen los enfoques, métodos, técnicas e instrumentos que se consideran pertinentes para el desarrollo de esta investigación. La selección de estos elementos responde a su vinculación con el objeto de estudio y a su utilidad para alcanzar los objetivos propuestos, garantizando así un proceso metodológico coherente y fundamentado.

2.1 Enfoque metodológico

Según (Hernández Sampieri, 2014), existen tres tipos de enfoque, enfoque cuantitativo, enfoque cualitativo, enfoque mixto. El enfoque cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población; el cualitativo, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, como lo sería un grupo de personas únicas o un proceso particular. Y por último el enfoque mixto es la combinación de ambos enfoques.

Por lo antes expuesto, se ha considerado pertinente aplicar en esta investigación el enfoque cuantitativo con la finalidad de complementar los resultados, fortalecer la validez de la investigación y generar conclusiones más precisas y contextualizadas, orientadas a la anticipación de cambios y a la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo turístico del cantón.

2.2 Método de investigación

El método a utilizar será el analítico–sintético, el cual es ampliamente empleado en los trabajos de investigación debido a que permite descomponer un conjunto de conocimientos en sus elementos esenciales, facilitando el análisis de las causas y efectos que intervienen en el fenómeno estudiado (Hernández Sampieri, 2014).

Asimismo, el método descriptivo se utiliza para identificar, analizar y presentar las características de un fenómeno de estudio, permitiendo obtener una visión detallada de su comportamiento a partir de la observación y análisis de datos, Su meta fundamental es detallar con precisión cómo son y cómo se manifiestan los fenómenos de interés. (Hernández Sampieri, 2014)

Los métodos seleccionados son mayormente utilizados en investigaciones con enfoque cuantitativo, fortaleciendo la comprensión y validez de los resultados obtenidos.

2.3 Técnicas de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se empleará la técnica de análisis secundario de datos, la cual consistirá en la revisión y utilización de información numérica

obtenida de fuentes estadísticas e informes previamente elaborados. Posteriormente, dichos datos serán analizados e interpretados para contribuir al cumplimiento de los objetivos establecidos en el estudio. (Hernández Sampieri, 2014)

2.4 Población

De acuerdo con los registros del Ministerio de Turismo, durante el año 2025 ingresaron al Ecuador más de 1,3 millones de visitantes extranjeros. Este flujo turístico se registró a través de cuatro vías de acceso: aérea, terrestre, marítima y fluvial. Entre ellas, el transporte aéreo constituyó el principal medio de ingreso al país, concentrando un total de 1.140.983 llegadas internacionales. (Quintana, 2026). No obstante, se desconoce el registro oficial de llegadas de turistas a la ciudad de Manta.

2.5 Muestra

En esta sección se elaborará un cuadro comparativo de los cinco feriados estudiados correspondientes al año 2025, con la finalidad de analizar y comparar los resultados obtenidos en cada uno de ellos, permitiendo identificar señales emergentes en cuanto a las características del perfil demográfico, motivaciones y patrones de gastos de los visitantes.

La data a analizar es producto de la recolección de datos generada por equipo del proyecto de investigación de la carrera de turismo “al proyecto de investigación de la carrera de Turismo denominado “Sistema Inteligente de Turismo (SIT) de Manabí y Santo Domingo de Los Tsáchilas”, en coordinación con docentes y estudiantes de la Carrera de Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de la cual la investigadora formó parte, y cuyo objetivo fue caracterizar el perfil del visitante al cantón Manta durante los feriados del año 2025.

Los feriados tomados como muestra son:

Tabla 1*Encuestas realizadas en los feriados*

Feriado	Nombre y Fecha de los feriados	Encuestas realizadas
Feriado N° 1	1 al 3 de mayo del 2025, el Día del trabajador	804
Feriado N° 2	23 al 25 de mayo del 2025, la Batalla de Pichincha	1333
Feriado N° 3	9 al 11 de agosto 2025, el Primer Grito de la Independencia	919
Feriado N° 4	25 y 26 de octubre	342
Feriado N° 5	2 y 3 de noviembre, día de los difuntos	762

Nota: Encuestas realizadas en los feriados**Fuente:** *Elaboración propia***Tabla 2**

Criterios de inclusión y de exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Turistas nacionales o extranjeros	Residentes permanentes de la ciudad de Manta
Personas mayores de 18 años	Personas menores de 18 años
Visitantes presentes en la ciudad de Manta durante el período de estudio	Visitantes en la ciudad por motivos no turísticos (trabajo, tránsito o residencia temporal)
Turistas que hayan realizado al menos una actividad turística en el destino	Encuestas incompletas o con información inconsistente
Participación voluntaria en la encuesta	Personas que no acepten participar voluntariamente en la investigación

Nota: Criterios de selección para realizar las encuestas**Fuente:** *Elaboración Propia*

Con el propósito de identificar y valorar las señales emergentes del turismo en Manta durante los feriados analizados, se establecieron criterios que permiten determinar

la importancia y consistencia de los cambios observados en las variables estudiadas. Estos criterios consideran la existencia de una variación en el comportamiento, la magnitud del cambio, su recurrencia o persistencia y su relevancia estratégica para la actividad turística.

Tabla 3

Criterios

Criterio	Definición operacional (para la investigación)	Forma de verificación
Variación o cambio observable	La variable presenta modificaciones en su comportamiento entre los feriados analizados.	Comparación de porcentajes o frecuencias entre los cinco feriados.
Magnitud del cambio	La variación observada posee suficiente intensidad para considerarse relevante y no únicamente una fluctuación menor.	Diferencia porcentual entre los períodos comparados.
Recurrencia o persistencia	El comportamiento identificado aparece nuevamente o mantiene una dirección semejante en más de un feriado.	Comparación del comportamiento de la variable entre los cinco feriados.
Relevancia estratégica	El cambio observado puede generar implicaciones para la gestión del destino, la oferta turística, promoción, movilidad, alojamiento u otros componentes de la actividad turística.	Interpretación de los resultados en función de sus posibles implicaciones para la planificación turística de Manta.

Nota: Criterios para considerar los cambios observados

Fuente: Hiltunen (2008)

2.6 Instrumentos

Se utilizó una encuesta estructurada, validada previamente por expertos del sector turístico. El instrumento abordó variables sociodemográficas (edad, género, procedencia), características del viaje (duración, motivación, medio de transporte, tipo de alojamiento), comportamiento económico (gasto diario) y percepción del destino (seguridad, satisfacción).

El instrumento de investigación está conformado por 25 preguntas distribuidas en cinco dimensiones: datos sociodemográficos del visitante, características del viaje, motivaciones y comportamiento turístico, valoración del destino turístico y gasto turístico. Estas preguntas permiten recopilar información relevante sobre el perfil del turista, sus hábitos de viaje, nivel de satisfacción y aporte económico al destino, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación. (ver anexo 1)

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se presentará el análisis comparativo de los resultados correspondientes a los cinco feriados del estudio, los cuales para una mejor comprensión se los ha organizado de tal manera que den respuestas a cada uno de los objetivos inicialmente planteados.

En este sentido, para dar respuesta al objetivo 1, que dice: “ Identificar cambios y patrones en el comportamiento de los visitantes durante los cinco feriados analizados de 2025, aplicando criterios para el reconocimiento de señales emergentes”, se han considerado las siguientes tablas comparativas:

Tabla 4

Visita por género en los feriados de Manta

Genero	Feriado 1, 2 y 3 de mayo	Feriado 23, 24 y 25 de mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Femenino	52,12%	49,89%	38,19%	50,58%	52,89%
Masculino	46,64%	49,36%	60,94%	49,42%	45,93%
Otro	1,24%	0,75%	0,87%		1,18%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita por género en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Los resultados reflejan una mayor afluencia de visitantes del género femenino durante los distintos feriados, aunque las variaciones con respecto género masculino no fueron muy amplias en la mayoría de los casos. Esto sugiere que ambos géneros son esenciales para la demanda turística, por lo que es fundamental tener en cuenta sus rasgos y gustos al momento de organizar actividades y servicios relacionados con el turismo.

Tabla 5*Visita de procedencia en los feriados de Manta*

Procedencia	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Ecuatoriana	87,69%	91,00%	93,04%	86,55%	88,06%
Extranjera	12,31%	9,00%	6,96%	13,45%	11,94%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita de procedencia en los feriados de Manta**Fuente:** Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La comparación de los cinco feriados evidencia que el mercado nacional constituye la principal fuente de visitantes que llegan a Manta durante estos períodos, mientras que la participación del mercado internacional es considerablemente menor. Esto demuestra que el turismo en el destino depende principalmente de la demanda interna, especialmente de visitantes provenientes de distintas provincias del país.

Tabla 6*Visita de primera vez en Manta*

Visitas	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Primera vez Manta					
Si	30,10%	20,63%	31,23%	19,88%	22,57%
No	69,90%	79,37%	68,77%	80,12%	77,43%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita por primera vez Manta en los feriados.**Fuente:** Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Los datos analizados evidencian que Manta cuenta con una base importante de visitantes recurrentes, lo que refleja un nivel de fidelización hacia el destino y una percepción positiva de su oferta turística. Al mismo tiempo, la presencia de nuevos visitantes indica que la ciudad mantiene su capacidad de atraer diferentes segmentos del mercado, ampliando su alcance turístico

Tabla 7

Con quien visita Manta

Con quien visitas Manta	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Con Familiares	44,21%	40,81%	38,74%	35,29%	44,19%
En Pareja	23,55%	24,31%	26,99%	25,00%	27,91%
Con Amigos	19,01%	15,68%	16,32%	20,59%	16,28%
Solo	9,92%	18,15%	16,00%	11,76%	11,05%
Con grupo organizado (tour o excursión)	2,07%	0,45%	0,98%	1,47%	0,58%
Con grupo organizado (por negocios)	1,24%	0,60%	0,98%	5,88%	
total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita con quien visitas Manta en los feriados de mencionados.

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La tabla comparativa sobre la forma en que los visitantes realizaron su viaje a Manta durante los cinco feriados muestra que la opción predominante fue viajar con familiares, registrando los porcentajes más altos en todos los periodos analizados otra

tendencia también es el viaje en Pareja, consolidando a Manta como un destino orientado al turismo de ocio y convivencia social.

Tabla 8

Origen del conocimiento del Destino

Origen del conocimiento del destino	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Ya conocía el destino	69,90%	79,37%	68,77%	80,12%	77,43%
Familiares o amigos	15,30%	12,60%	15,67%	9,36%	12,34%
Medios digitales y redes sociales	5,85%	3,38%	5,22%	4,39%	4,72%
Recomendación de un residente local	3,86%	2,85%	4,57%	0,88%	2,10%
Medios de comunicación tradicionales (TV, Radio, Revistas)	1,49%	0,83%	0,76%	0,58%	0,54%
Plataformas y agencias de viajes	1,49%	0,08%	0,98%	1,75%	0,26%
Eventos y ferias turísticas	1,37%	0,30%	1,96%	1,75%	1,57%
Experiencia previa	0,75%	0,60%	2,07%	1,17%	1,05%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La comparación de los cinco feriados evidencia que la principal fuente de conocimiento del destino corresponde a los visitantes que ya conocían Manta, siendo la categoría con mayor participación en todos los períodos analizados, esto refleja que el destino cuenta con un reconocimiento previo y una base de visitantes recurrentes. En segundo lugar, se encuentran los visitantes que conocieron el destino por medio de familiares o amigos, lo que demuestra la importancia de la recomendación directa y del vínculo personal como factor influyente en la decisión de visitar Manta.

Tabla 9

Grupo de edades

Grupo de edades	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Generación Z (13-28)	43,41%	40,14%	45,00%	39,47%	31,00%
Millennials (29 – 44)	38,31%	36,08%	38,00%	38,30%	43,00%
Generación X (45 – 60)	14,05%	17,48%	12,00%	15,20%	20,00%
Baby Boomers (61 – 79)	4,23%	6,30%	5,00%	7,02%	6,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La comparación de los cinco feriados permite observar que la mayor parte de los visitantes pertenece a la Generación Z (13 a 28 años) y a los Millennials (29 a 44 años), quienes registraron los porcentajes más altos en todos los periodos analizados. Esto evidencia que el destino resulta especialmente atractivo para jóvenes y adultos jóvenes,

mientras que la participación de la Generación X (45 a 60 años) fue moderada y la de los Baby Boomers (61 a 79 años) se mantuvo como la más baja.

Tabla 10

Transporte

Transporte	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Autobús	55,22%	42,24%	73,01%	50,00%	37,80%
Vehículo particular	34,45%	40,74%	22,31%	34,21%	40,81%
Avión	9,95%	15,83%	4,46%	15,79%	20,73%
Transporte marítimo (Barco/Crucero)	0,25%	0,30%	0,22%		0,66%
Moto	0,12%	0,68%			
Vehículo fletado		0,23%			
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Por otro lado, la comparación de los cinco feriados evidencia que el autobús y el vehículo particular fueron los principales medios de transporte utilizados por los visitantes para llegar al destino. El autobús destacó como la opción más empleada en la mayoría de los periodos analizados, alcanzando su mayor participación durante el feriado del 9, 10 y 11 de agosto. Por su parte, el vehículo particular mantuvo una presencia significativa en todos los feriados, lo que demuestra la preferencia de muchos turistas por desplazarse de manera independiente. En conjunto, estos datos indican que la accesibilidad terrestre constituye el principal medio de conexión con el destino, siendo fundamental para la movilización de la mayoría de los visitantes durante los feriados analizados.

Tabla 11*Hospedaje*

Hospedaje	Feriado 1, 2 y 3 de May o	Feriado 23, 24 y 25 de May o	Feriado 9, 10 y 11 de Agust o	Feriado 25 y 26 de Octub re	Feriado 2 y 3 de Novieb re
Casa de Familia propia	45,15%	44,00%	41,68%	41,68%	42,26%
Hotel	32,46%	34,53%	33,50%	33,50%	45,41%
Hostal	13,31%	8,90%	12,08%	12,08%	5,91%
Airbnb	6,97%	10,97%	10,45%	10,45%	4,46%
Hostería – hacienda Turística	1,00%	0,28%	1,09%	1,09%	0,52%
Lodge	0,37%	0,09%			0,26%
Resort	0,37%	0,76%	0,87%	0,87%	0,13%
Campamento turístico	0,25%	0,19%	0,33%	0,33%	0,79%
Refugio	0,12%	0,28%			0,26%
total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

En conjunto, estos datos permiten identificar que el alojamiento en casas de familiares constituye la modalidad predominante entre los visitantes, seguido por los servicios hoteleros tradicionales, lo que refleja las características y preferencias de hospedaje de la demanda turística durante los feriados analizados.

Tabla 12

Principal motivo de visita a Manta

Principal motivo de visita a Manta	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Ocio, recreación y vacaciones	67,66%	62,87%	51,14%	51,14%	70,47%
Visita a familiares o amigos	19,78%	14,48%	24,05%	24,05%	16,80%
Negocios o trabajo	6,22%	10,28%	7,73%	7,73%	10,10%
Participación en un evento o congreso	2,86%	0,83%	2,29%	2,29%	0,79%
Educación o Capacitación	2,36%	1,20%	0,98%	0,98%	0,79%
Salud o tratamiento médico	1,00%	0,38%	0,87%	0,87%	0,13%
Eventos deportivos	0,12%	0,23%			
Vacaciones		9,60%	12,95%	12,95%	
Recuerdos		0,15%			
Fiesta del Comercio					0,92%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Al analizar los cinco feriados, se observa que el principal motivo de visita a Manta fue el ocio, la recreación y las vacaciones. Asimismo, la visita a familiares o amigos ocupó el segundo lugar, mientras que los viajes por negocios o trabajo tuvieron una participación menor. En consecuencia, la ciudad se consolida como un destino orientado principalmente al descanso, el entretenimiento y la convivencia.

Tabla 13

Valoración del Destino Alojamiento

Valoración del Destino Alojamiento	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	36,82%	37,73%	30,25%	38,60%	40,55%
Muy satisfecho	42,04%	41,25%	46,14%	39,18%	37,66%
Neutral	17,54%	16,95%	20,89%	17,54%	17,06%
Poco satisfecho	2,74%	3,68%	2,29%	3,61%	3,28%
Nada satisfecho	0,87%	1,28%	0,44%	1,17%	1,44%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Al analizar los cinco feriados, se observa que el alojamiento recibió una valoración mayoritariamente positiva, predominando las categorías de “muy satisfecho” y “totalmente satisfecho”. En contraste, los índices de insatisfacción fueron escasos, lo que demuestra una visión positiva de los turistas sobre los servicios de alojamiento ofrecidos en el lugar.

Tabla 14*Valoración del Destino Sol y Playa*

Valoración del Destino Sol y Playa	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	42,66%	44,79%	40,48%	32,75%	40,03%
Muy satisfecho	42,54%	40,51%	39,28%	46,39%	39,24%
Neutral	11,07%	10,88%	14,15%	15,20%	15,75%
Poco satisfecho	1,99%	2,55%	5,22%	4,09%	3,94%
Nada satisfecho	1,74%	1,28%	0,87%	1,46%	1,05%
Tota	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta*Fuente:* Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La oferta de sol y playa obtuvo altos niveles de satisfacción durante todos los feriados, destacándose las respuestas de “muy satisfecho” y “totalmente satisfecho”. Esto demuestra que las playas constituyen uno de los principales atractivos turísticos de Manta y generan experiencias positivas entre los visitantes.

Tabla 15*Valoración del Destino por seguridad*

Valoración del Destino Seguridad	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	17,29%	18,60%	9,47%	11,99%	22,05%
Muy satisfecho	27,74%	32,71%	27,09%	24,56%	25,33%
Neutral	33,21%	27,38%	38,30%	37,72%	32,25%
Poco satisfecho	14,68%	12,30%	17,63%	14,91%	13,39%
Nada satisfecho	7,09%	9,00%	7,51%	10,82%	7,07%

Total	100%	100%	100%	100%	100%
--------------	------	------	------	------	------

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

En comparación con otros aspectos evaluados, la seguridad presentó una valoración más moderada. Aunque una parte importante de los visitantes manifestó estar satisfecha, también se registraron porcentajes considerables de respuestas neutrales y de insatisfacción, lo que sugiere oportunidades de mejora en este ámbito.

Tabla 16

Valoración del Destino Actividades Culturales

Valoración del Destino Actividades Culturales	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	30,35%	30,08%	39,04%	23,98%	29,66%
Muy satisfecho	36,82%	30,76%	54,25%	37,13%	29,66%
Neutral	23,13%	25,13%	6,44%	28,07%	28,35%
Poco satisfecho	4,23%	8,70%	0,27%	6,73%	7,74%
Nada satisfecho	5,47%	5,00%		4,09%	4,59%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Las actividades culturales fueron valoradas favorablemente por la mayoría de los visitantes, especialmente durante el feriado de agosto. Sin embargo, también se observaron respuestas neutrales en algunos periodos, lo que indica la necesidad de continuar fortaleciendo y diversificando la oferta cultural del destino.

Tabla 17*Valoración del Destino zonas Comerciales*

Valoración del Destino Zonas comerciales	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	29,60%	40,04%	29,16%	27,49%	33,46%
Muy satisfecho	46,02%	46,85%	49,08%	47,08%	43,70%
Neutral	19,15%	10,67%	19,37%	20,18%	16,67%
Poco satisfecho	3,61%	1,63%	2,07%	3,51%	3,94%
Nada satisfecho	1,62%	0,81%	0,33%	1,75%	2,23%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta*Fuente:* Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Las zonas comerciales recibieron una percepción positiva en los cinco feriados, predominando las categorías de satisfacción alta. Esto evidencia que los visitantes consideran adecuados los espacios comerciales y la variedad de productos y servicios disponibles.

Tabla 18*Valoración del Destino lugares de recreación*

Valoración del Destino Lugares de recreación	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	32,09%	33,23%	33,62%	30,70%	33,86%
Muy satisfecho	43,66%	40,59%	45,81%	45,03%	38,32%

Neutral	17,66%	18,98%	18,06%	18,71%	21,13%
Poco satisfecho	3,36%	4,95%	1,96%	3,80%	4,72%
Nada satisfecho	3,23%	2,25%	0,55%	1,76%	1,97%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Los lugares de recreación registraron altos niveles de satisfacción, destacándose las respuestas de “muy satisfecho” y “totalmente satisfecho”. Estos resultados demuestran que los espacios destinados al entretenimiento y esparcimiento cumplen con las expectativas de los turistas.

Tabla 19

Valoración del Destino hospitalidad de los residentes

Valoración del Destino Hospitalidad de los residentes	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	35,45%	35,45%	30,14%	37,72%	39,24%
Muy satisfecho	45,27%	45,27%	49,62%	44,44%	41,34%
Neutral	15,80%	15,80%	18,28%	13,74%	15,09%
Poco satisfecho	2,11%	2,11%	1,52%	3,22%	3,54%
Nada satisfecho	1,37%	1,37%	0,44%	0,88%	0,79%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La hospitalidad de los residentes fue uno de los aspectos mejor valorados por los visitantes. En todos los feriados predominaron las opiniones positivas, lo que refleja la amabilidad y buena atención percibida por quienes visitan la ciudad.

Tabla 20*Valoración del Destino información y señalización*

Valoración del Destino información y señalización	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	27,74%	26,78%	23,29%	18,42%	25,85%
Muy satisfecho	41,17%	38,18%	49,73%	38,01%	33,46%
Neutral	21,39%	24,91%	24,05%	32,16%	28,22%
Poco satisfecho	6,47%	8,25%	2,72%	9,36%	7,35%
Nada satisfecho	3,23%	1,88%	0,21%	2,05%	5,12%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta*Fuente:* Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La información y señalización obtuvo una valoración aceptable; sin embargo, presentó mayores porcentajes de respuestas neutrales en comparación con otros atributos. Esto sugiere que existen oportunidades para mejorar la orientación y accesibilidad de la información turística.

Tabla 21*Valoración del Destino precios de los servicios*

Valoración del Destino precios de los servicios	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	24,25%	27,08%	23,29%	21,93%	26,38%
Muy satisfecho	45,15%	41,41%	49,73%	37,13%	35,43%
Neutral	24,75%	24,83%	24,05%	32,16%	29,92%

Poco satisfecho	3,36%	5,48%	2,72%	7,60%	6,30%
Nada satisfecho	2,49%	1,20%	0,21%	1,18%	1,97%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Los precios de los servicios fueron valorados de manera mayoritariamente positiva, aunque también se registraron opiniones neutrales y algunos niveles de insatisfacción. Esto indica que, si bien los visitantes consideran adecuados los costos, ciertos segmentos pueden percibirlos como elevados

Tabla 22

Valoración del Destino servicios de restaurantes

Valoración del Destino	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Servicios de restaurante					
Totalmente satisfecho	29,60%	34,28%	27,86%	30,12%	37,01%
Muy satisfecho	47,89%	48,16%	52,88%	46,20%	41,34%
Neutral	17,29%	13,73%	17,85%	17,25%	16,54%
Poco satisfecho	3,73%	2,55%	1,20%	4,39%	4,46%
Nada satisfecho	1,49%	1,28%	0,21%	2,04%	0,65%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

Los servicios de restaurantes recibieron una de las mejores valoraciones durante los cinco feriados, predominando las categorías de alta satisfacción. Esto evidencia que la

oferta gastronómica del destino constituye un elemento importante dentro de la experiencia turística.

Tabla 23

Valoración del Destino Manta como destino

Valoración del Destino, Manta como destino	Feriado 1, 2 y 3 de Mayo	Feriado 23, 24 y 25 de Mayo	Feriado 9, 10 y 11 de Agosto	Feriado 25 y 26 de Octubre	Feriado 2 y 3 de Noviembre
Totalmente satisfecho	38,68%	44,71%	0	41,23%	0
Muy satisfecho	47,39%	42,31%	46,80%	44,77%	43,18%
Neutral	11,57%	9,60%	1,41%	10,00%	2,23%
Poco satisfecho	1,74%	3,00%	32,86%	4,00%	42,13%
Nada satisfecho	0,62%	0,38%	18,93%	0	12,46%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Nota. Tabla de comparación de visita en los feriados de Manta

Fuente: Proyecto de investigación “Sistema de Turismo Inteligente (SIT)”

La valoración general de Manta como destino turístico fue favorable, ya que la mayoría de los visitantes se mostró satisfecha con su experiencia. Esto confirma el posicionamiento de la ciudad como un destino atractivo para el turismo de ocio, recreación y vacaciones.

Ahora bien, para dar respuesta al objetivo 2 que dice “Analizar las señales emergentes identificadas según su comportamiento temporal y relevancia para la gestión turística del destino Manta” se analizaron las señales identificadas a partir de la información recopilada durante los cinco feriados, con el fin de reconocer señales emergentes, comportamientos y percepciones de los visitantes, convirtiéndolas en información relevante para la gestión y el desarrollo turístico del destino.

Tabla 24

Criterios de Cambios

# Pregunta	Criterios de cambios			
	Variación o cambio observable	Magnitud del cambio	Recurrencia o persistencia	Relevancia estratégica
1 género en los feriados de Manta	No	No	No	No
2 procedencia en los feriados de Manta	Si	Si	Si	Si
3 visita de primera vez en Manta	No	No	No	No
4 con quien visita Manta	Si	Si	Si	Si
5 origen del conocimiento del Destino				
6 grupo de edades	Si	Si	Si	Si
7 transporte	Si	Si	Si	Si
8 hospedaje	Si	Si	Si	Si
9 principal motivo de visita a Manta	Si	Si	Si	Si
10 valoración del Destino Alojamiento	No	No	No	No
11 valoración del Destino Sol y Playa	No	No	No	No
12 valoración del Destino por seguridad	No	No	No	No
13 valoración del Destino Actividades Culturales	No	No	No	No
14 valoración del Destino	No	No	No	No

zonas Comerciales				
15 valoración del Destino lugares de recreación	No	No	No	No
16 valoración del Destino hospitalidad de los residentes	No	No	No	No
17 valoración del Destino información y señalización	No	No	No	No
18 valoración del Destino precios de los servicios	No	No	No	No
19 valoración del Destino servicios de restaurantes	No	No	No	No
20 valoración del Destino Manta como destino	No	No	No	No

Fuente: *Elaboración propia*

Las preguntas seleccionadas fueron escogidas porque cumplen simultáneamente los cuatro criterios establecidos. Es decir, presentan un cambio observable, una magnitud suficiente, recurrencia o persistencia entre los feriados y, además, poseen relevancia estratégica para la gestión turística de Manta.

Tabla 25*Señales identificadas*

#	Señal	Interpretación
1	Mayor representación de visitantes pertenecientes a la Generación Z y Millennials.	Se observa en el grupo de edad de los visitantes, donde predominan la Generación Z y los Millennials, quienes representan la mayor parte de la demanda turística en Manta. Esta tendencia evidencia que el destino resulta especialmente atractivo para públicos jóvenes, caracterizados por su constante conexión con las tecnologías digitales y las redes sociales.
2	Procedencia de los Visitantes Nacionales e internacionales	Otra señal emergente identificada en la procedencia de los visitantes es el predominio del turismo nacional sobre el internacional, lo que evidencia una fuerte dependencia del mercado interno para la dinámica turística de Manta. Esta tendencia refleja el posicionamiento del destino entre los viajeros nacionales, pero también pone de manifiesto la oportunidad de ampliar su alcance mediante estrategias de promoción en mercados internacionales, fortaleciendo su visibilidad, diversificando la demanda turística y aumentando su competitividad a nivel regional e internacional
3	Predominio del ocio y la recreación como principal motivo de viaje.	Como principal razón de visita a Manta. Esta tendencia evidencia la consolidación del destino como un espacio orientado al turismo vacacional y al disfrute de experiencias recreativas, fortaleciendo su posicionamiento dentro del mercado turístico nacional.

4	Los viajes en familia dentro de los grupos de viaje.	Esta tendencia evidencia la importancia del turismo familiar en Manta y resalta la necesidad de fortalecer servicios y experiencias orientadas a este segmento para mejorar la satisfacción de los visitantes y la competitividad del destino.
5	Predominio del alojamiento en casas familiares y crecimiento del hospedaje hotelero y Airbnb.	El análisis de los datos evidencia que la principal modalidad de alojamiento utilizada por los visitantes de Manta corresponde a la casa de familiares, la cual registra la mayor participación en comparación con las demás opciones. Este comportamiento puede estar asociado a que una parte importante de los viajeros mantiene vínculos familiares o personales en la ciudad, por lo que aprovechan sus visitas para hospedarse con sus familiares. Por otra parte, el hospedaje en hoteles presenta una tendencia de crecimiento, lo que refleja un incremento en la demanda de servicios de alojamiento formal. Este comportamiento puede estar relacionado con el aumento de turistas nacionales e internacionales que visitan Manta por motivos de ocio, negocios, eventos o cruceros, quienes prefieren establecimientos que ofrezcan mayor comodidad, seguridad y servicios especializados. Asimismo, también en crecimiento el hospedaje en Airbnb que es muy utilizado y trae una gran demanda por jóvenes.

6	Mayor preferencia por el transporte terrestre en Autobús y aumento del uso del vehículo particular	Esta preferencia de medio de transporte significativa en autobús es debido el aumento de visitantes provienen de ciudades cercanas o de otras provincias del país el autobús continúa siendo una opción atractiva por su cobertura y economía. Por otra parte, el vehículo particular también tiene un incremento por la flexibilidad y autonomía durante el viaje.
---	--	---

Nota. Señales identificadas y su interpretación

Fuente: *Elaboración propia.*

Finalmente, para dar respuesta al objetivo específico 3 que declara: “Formular estrategias de desarrollo turístico asociadas a las señales emergentes priorizadas, como insumo para la toma de decisiones en el destino.”, se tomaron como base las señales emergentes priorizadas en el destino Manta y a partir de estas se formularon propuestas estratégicas orientadas a fortalecer la oferta turística, mejorar la experiencia de los visitantes y contribuir a la toma de decisiones para el desarrollo sostenible y competitivo del destino.

Tabla 26
Estrategias

Señal emergente	Estrategias para Manta
Mayor representación de visitantes pertenecientes a la Generación Z y Millennials.	Desarrollar una red de puntos fotográficos icónicos en el perfil costero, Murciélago, San Mateo y Santa Marianita con diseño artístico representativo de la identidad mantense.
	Crear una aplicación turística con retos digitales, códigos QR y recompensas por visitar atractivos de la ciudad.
	Organizar festivales de música, arte urbano y gastronomía dirigidos al público joven durante temporadas de menor afluencia turística.
Procedencia de los Visitantes Nacionales e internacionales	Diseñar paquetes turísticos de fin de semana que integren playa, gastronomía, compras y experiencias culturales para visitantes de Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato.
	Crear una agenda anual de eventos turísticos que incentive visitas recurrentes durante todo el año y no solo en feriados.
	Implementar señalización, guías digitales y puntos de información en idiomas como inglés para facilitar la experiencia del visitante internacional.
Mayor incidencia del ocio y la recreación como motivo de viaje	Implementar actividades recreativas permanentes en el malecón y playas, como cine al aire libre, festivales gastronómicos y presentaciones culturales.
	Potenciar el turismo náutico mediante paseos costeros, actividades acuáticas y experiencias vinculadas al mar.
Mayor presencia de viajes en familia	Crear parques temáticos educativos relacionados con la cultura pesquera, la biodiversidad marina y la historia de Manta.
	Implementar la "Ruta Familiar de Manta", integrando playas, museos, gastronomía y actividades recreativas para niños y adultos.
Predominio del alojamiento en casas familiares y crecimiento del hospedaje	Crear un mapa o plataforma con recomendaciones de lugares para visitar, experiencias, eventos, playas y actividades, facilitando que los turistas conozcan más del destino.
	Generar alianzas entre hoteles y atractivos turísticos para que el hospedaje sea parte del viaje y no solo una necesidad.

hotelero y Airbnb	Incentivar a los hoteles a ofrecer beneficios adicionales como experiencias de bienvenida, actividades recreativas o descuentos para extender la estadía.
	Utilizar herramientas tecnológicas para dar conocer estos tipos de hospedaje Airbnb y facilitar a los turistas haciendo sus reservaciones seguras.
Mayor preferencia por el transporte terrestre en Autobús y aumento del uso del vehículo particular	Mejorar el estado y mantenimiento de las principales vías de acceso a Manta para facilitar un desplazamiento seguro y eficiente.
	Fortalecer la señalización turística y vial en las rutas de ingreso y en los principales atractivos del destino.
	Mejorar la infraestructura y los servicios de la terminal terrestre.

Nota. Estrategias

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

A partir del análisis comparativo de los cinco feriados estudiados, se logró identificar siete señales emergentes entre las que se destacan son: Mayor representación de visitantes pertenecientes a la Generación Z y Millennials, Procedencia de los Visitantes Nacionales e internacionales, Predominio del ocio y la recreación como principal motivo de viaje, Mayor presencia de viajes en familia, Predominio del alojamiento en casas familiares y crecimiento del hospedaje hotelero y Airbnb, Mayor preferencia por el transporte terrestre en Autobús y aumento del uso del vehículo particular que reflejan los principales cambios y tendencias del comportamiento turístico en Manta durante el año 2025.

De las siete señales identificadas, se determinaron tres con mayor relevancia: Participación equilibrada entre hombres y mujeres, Mayor representación de visitantes pertenecientes a la Generación Z y Millennials, Mayor incidencia del ocio y la recreación como motivo de viaje, debido a que presentan una mayor incidencia en la actividad turística y cuentan con el potencial de transformarse en información estratégica para la toma de decisiones. Estas señales permiten reconocer oportunidades de mejora y orientar acciones enfocadas en fortalecer la gestión del destino, adaptándose a las nuevas necesidades y preferencias de los visitantes.

Se formularon estrategias orientadas a responder a las señales identificadas que son: Diseñar productos turísticos inclusivos, con actividades que respondan a los intereses de hombres, mujeres y parejas, como recorridos gastronómicos, experiencias culturales, turismo de naturaleza y actividades de aventura, Mayor representación de visitantes pertenecientes a la Generación Z y Millennials: Desarrollar una red de puntos fotográficos icónicos en el perfil costero, Murciélagos, San Mateo y Santa Marianita con diseño artístico representativo de la identidad mantense, Mayor incidencia del ocio y la recreación como motivo de viaje: Implementar actividades recreativas permanentes en el malecón y playas, como cine al aire libre, festivales gastronómicos y presentaciones culturales, Potenciar el turismo náutico mediante paseos costeros, actividades acuáticas y experiencias vinculadas al mar con el propósito de fortalecer la planificación y el desarrollo turístico de Manta.

Recomendaciones

Se recomienda mantener una actualización continua de la información turística mediante la implementación de sistemas de monitoreo que permitan identificar cambios en las tendencias del mercado y detectar nuevas oportunidades o necesidades del destino. Contar con datos actualizados permitirá que las autoridades y actores del sector turístico puedan diseñar estrategias más acertadas y adaptadas a la realidad del visitante

Además, se sugiere fortalecer la articulación entre entidades públicas, privadas y prestadores de servicios turísticos para compartir información y generar una visión integral del comportamiento turístico de la ciudad. Esto facilitará la creación de políticas, proyectos y acciones enfocadas en mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la competitividad del destino.

Finalmente, se recomienda que las señales emergentes identificadas sean consideradas como una base para la planificación turística futura, permitiendo anticiparse a los cambios en la demanda, mejorar la oferta de servicios y promover un desarrollo turístico sostenible basado en evidencia y no únicamente en percepciones.

Referencias Bibliografía

- Alcívar Vera, I., & Moreira Ferrín, G. (2021). *Propuesta de un sistema de información turística para las playas del Cantón Manta- Ecuador* . Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/348199277_Propuesta_de_un_sistema_de_informacion_turistica_para_las_playas_rurales_del_canton_Manta-Ecuador
- Alvia Mendoza, E., Mendoza Barberán, A., Cevallos Barberán, L., & Cabrera Chávez, A. (2025). *Análisis del desarrollo en hoteles 4 y 5 estrellas*. Obtenido de <https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/sapientiae/article/view/1258/2032>
- Acerenza, M. (2020). *Administración del turismo* . Obtenido de https://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/Maestria_en_Gestion_Tur_d_el_Patrim/Acerenza_Administracion_del_turismo.pdf
- Anchundia Santana , G. (2023). *Comportamiento de la Demanda Turística en el año 2022*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4402/1/ULEAM-HT-0102.pdf>
- Blackbot. (2023). *Qué son las señales*. Obtenido de <https://blackbot.rocks/que-son-las-senales/>
- Briones, B. T. (Octubre de 2021). *Perfil de turista que visita Manta 2021*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/7862/1/ULEAM-HT-0229.pdf>
- Castelo, L. M. (2025). *Estrategias de gestión turística para el desarrollo económico de la comunidad la Moya, Chimborazo*. Obtenido de <https://resistances.religacion.com/plugins/generic/hypothesis/pdf.js/viewer/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Fresistances.religacion.com%2Findex.php%2Fabout%2Farticle%2Fdownload%2F195%2F341%2F577>
- Cornejo, M. (2020). *Diagnóstico de Manta como destino Turístico inteligente*. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2049/1/ULEAM-HT-0043.pdf>
- El Diario . (2 de julio de 2025). *Tercer congreso Nacional de Turismo reúne a 25 universidades en Manta*. Obtenido de <https://www.eldiario.ec/manta/tercer-congreso-nacional-de-turismo-reune-a-25-universidades-en-manta-02072025/>
- El Mercurio. (27 de Junio de 2023). *Turismo crece en Manta*. Obtenido de <https://elmercuriomanta.ec/index.php/2023/06/27/turismo-crece-en-manta/>
- Expreso . (30 de AGOSTO de 2025). Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/manta-busca-romper-el-estigma-y-consolidarse-como-destino-turistico-255233.html>
- Fernandez, N. S. (2024). *Tendencias en el Turismo Rural Sostenible*. Obtenido de https://www.jandalitoral.org/images/proyectos/Territorios_activos_y_conectados_Turismo_innovador_y_sostenible/Ponencia_1_Tendencia_Turismo_Rural_Sostenible.pdf
- Font, M., & Alvaro, G. (2019). *Concepción para el funcionamiento de un observatorio turístico en Manabí, Ecuador* . Obtenido de redalyc.org/journal/3312/331267197010/html/
- García, M., Gonzales, S., & Vargas , L. (2020). *Estrategias de intervención para la competitividad de la actividad turística sostenible en el Valle de Cocora del municipio de Salento*

- Quindío-Colombia. *Espacios* . Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410305.html?utm_source
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-metodología%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hiltunen, E. (2008). *El signo del futuro y sus tres dimensiones*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016328707001085?via%3Dihub>
- Jiang, C., & Wai Phoong, S. (2023). *Análisis retrospectivo de diez años sobre el impacto de la digitalización en el desarrollo turístico (2012-2022)*. Obtenido de <https://www.nature.com/articles/s41599-023-02150-7>
- Kuosa, T. (2010). *Marco de interpretación de señales futuras (FSSF): Una herramienta de nueva creación para analizar y categorizar señales débiles, variables impredecibles, factores determinantes, tendencias y otros tipos de información*. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.futures.2009.08.003>
- Liu, H., & Liu, Y. (2018). Temas de actualidad y tendencias emergentes en la investigación de pronósticos turísticos. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354816618810564>
- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ecasinergia/article/view/1195>
- Lopez, M. G. (2025). *Estrategias turísticas y su Influencia en la promoción de la gastronomía de Manta*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/8056/1/García%20López%20Michell%20Yamileth.pdf>
- Manente, M. (2008). *Gestion de destino turistico*. Obtenido de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30058/manente_sp.pdf
- Mendoza , B. (23 de febrero de 2025). Turismo de cruceros, la carta estratégica para promocionar a Manta a escala internacional en 2025. Obtenido de <https://www.primicias.ec/economia/turismo-cruceros-carta-estrategica-promocion-manta-manabi-90284>
- Ministerio de turismo . (2025). Mintur- Promoción para la reactivación turística del Ecuador. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2025/04/Promocion_reactivacion_turistica_marzo_2025.pdf
- Muñoz , S. (01 de junio de 2025). Crecimiento inmobiliario en Manta . Obtenido de <https://www.eldiario.ec/manta/inversiones-inmobiliarias-en-manta-alcanzaran-170-millones-en-2025-01062025>
- OECD. (8 de julio de 2024). Obtenido de https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html
- OECD. (2024). Turismo. Obtenido de <https://www.oecd.org/en/topics/tourism.html>

- Oleas, C. (27 de Agosto de 2025). Cuantos cruceros y pasajeros llegarán hasta fines del 2025. *Ladevi Ecuador* . Obtenido de <https://ecuador.ladevi.info/actualidad/manta-cuantos-cruceros-y-pasajeros-llegaran-fines-del-2025-n88333>
- Organizacion Mundial del turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Obtenido de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/unwto-tourism-definitions.pdf>
- Paredes, M. S. (2022). *Análisis de la demanda turística del Cantón Lago Agrio*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5964/1/Silvestre%20Paredes%20Marjorie%20Alexandra.pdf>
- Parrales, N., & Marcillo, M. (2024). *Diseño de una oferta turística y su contribución al desarrollo de la parroquia Puerto Cayo – Jipijapa*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/6693/1/Parrales%20Pin%20Naomi%20Gabriela.pdf>
- Pulido, J., & Lopez, Y. (2013). *gestion estrategca de destino turisticos* . Obtenido de <https://dspace.unia.es/server/api/core/bitstreams/79f2311b-eee0-402b-a9fe-2768a13f653a/content>
- Quintana, D. (2026). 1,3 millones de turistas visitaron Ecuador en 2025. *Ecuador Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/rankings/13-millones-turistas-visitaron-ecuador-2025-n85923>
- San Lucas, S., González, B., & Tigua, J. (2019). Turismo sustentable, tendencia emergente para la economía local con el marketing 2.0 para su impulso. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1037>
- SiteMinder. (2024). Tendencias en el sector del turismo: mercado turístico nacional e internacional. Obtenido de <https://www.siteminder.com/es/r/tendencias-en-el-sector-del-turismo/>
- ULEAM. (2017). *Proyecto del observatorio turístico de Manabí*. Obtenido de <https://carreras.uleam.edu.ec/hoteleriaturismo/wp-content/uploads/sites/35/2018/05/Proyecto-Observatorio-Tur%C3%ADstico-de-Manab%C3%AD.pdf>
- Veloz, Félix , & Cruzzatty et al. (2022). *Diagnóstico turístico con proyeccion DTI (destino turístico inteligente) de la ciudad de Manta, Ecuador*. Obtenido de <https://journals.uco.es/ridetur/article/view/15329/13584>

ANEXOS

ANEXO 1

Encuestas para visitantes de la Ciudad de Manta

Datos sociodemográficos

1. Género del encuestado

☐ Femenino

☐ Masculino

☐ Otro

2. Edad del encuestado

_____ años

3. Procedencia del visitante

☐ Nacional

☐ Extranjera

4. Provincia de residencia habitual (para visitantes nacionales)

5. País de residencia habitual (para visitantes extranjeros)

6. Características del viaje

¿Es la primera vez que visita el destino turístico?

☐ Sí

☐ No

7. ¿Cómo conoció este destino turístico?

☐ Familiares o amigos

- ☐ Recomendación de residentes locales
- ☐ Medios de comunicación tradicionales
- ☐ Medios digitales y redes sociales
- ☐ Plataformas o agencias de viajes
- ☐ Experiencia previa
- ☐ Eventos o ferias turísticas
- ☐ Otro: _____

8. ¿Con quién realiza este viaje?

- ☐ Solo(a)
- ☐ En pareja
- ☐ Con familiares
- ☐ Con amigos
- ☐ En grupo organizado (tour o excursión)
- ☐ En grupo organizado por negocios
- ☐ Otro: _____

9. ¿Cuántas personas conforman su grupo de viaje?

_____ personas

10. ¿Cuántos días estima permanecer en el destino?

- ☐ Solo por el día
- ☐ 1 a 2 noches
- ☐ 2 a 3 noches
- ☐ 3 a 4 noches

☐ Más de 4 noches

Motivación y comportamiento turístico

11. ¿Cuál es el principal motivo de su visita al destino?

☐ Turismo y ocio

☐ Negocios o trabajo

☐ Visita a familiares o amigos

☐ Educación o capacitación

☐ Salud o tratamiento médico

☐ Participación en eventos o congresos

☐ Vacaciones

☐ Otro: _____

12. ¿Qué tipo de alojamiento utilizará durante su estancia?

☐ Casa propia o de familiares

☐ Hotel

☐ Hostal

☐ Hostería/Hacienda turística

☐ Lodge

☐ Resort

☐ Refugio

☐ Campamento turístico

☐ Alojamiento tipo Airbnb

☐ Otro: _____

13. ¿Cuál fue el medio de transporte principal utilizado para llegar al destino?

☐ Avión

☐ Autobús

☐ Vehículo particular

☐ Transporte marítimo

☐ Otro: _____

Valoración del destino turístico

Indique su nivel de satisfacción respecto a los siguientes aspectos del destino, utilizando la escala: 1 = Nada satisfecho, 2 = Poco satisfecho, 3 = Neutral, 4 = Muy satisfecho, 5 = Totalmente satisfecho.

14. Calidad de los atractivos de sol y playa.

15. Calidad de los servicios de restaurantes.

16. Hospitalidad de los residentes.

17. Seguridad del destino.

18. Calidad del alojamiento.

19. Relación calidad-precio de los servicios turísticos.

20. Disponibilidad de información y señalización turística.

21. Oferta de zonas comerciales.

22. Oferta de lugares de recreación.

23. Oferta de actividades culturales.

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con Manta como destino turístico?

☐ Insatisfecho

☐ Poco satisfecho

☐ Neutral

☐ Muy satisfecho

☐ Totalmente satisfecho

Gasto turístico

24. Seleccione el rango aproximado que representa su gasto total durante su estancia en el destino.

☐ Menos de \$50

☐ Entre \$50 y \$100

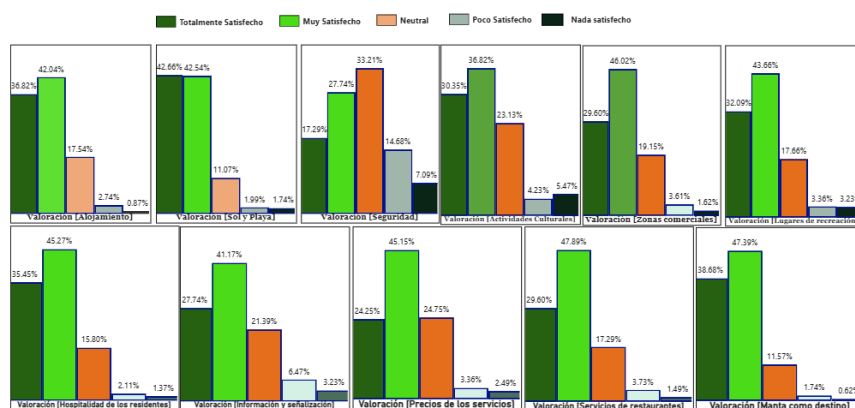
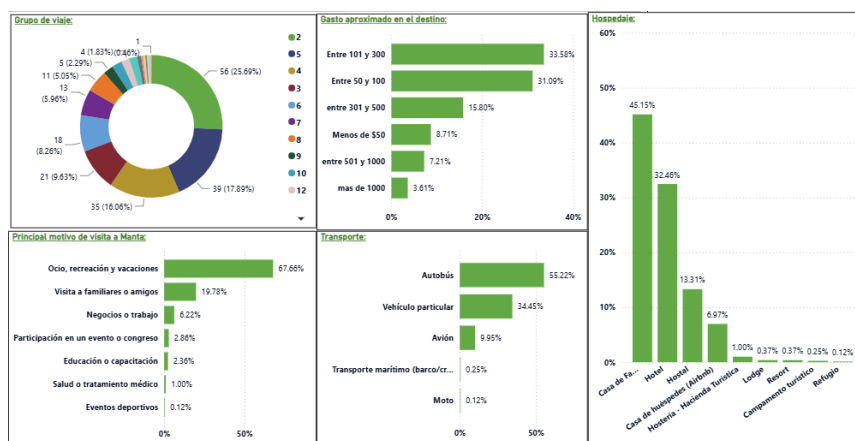
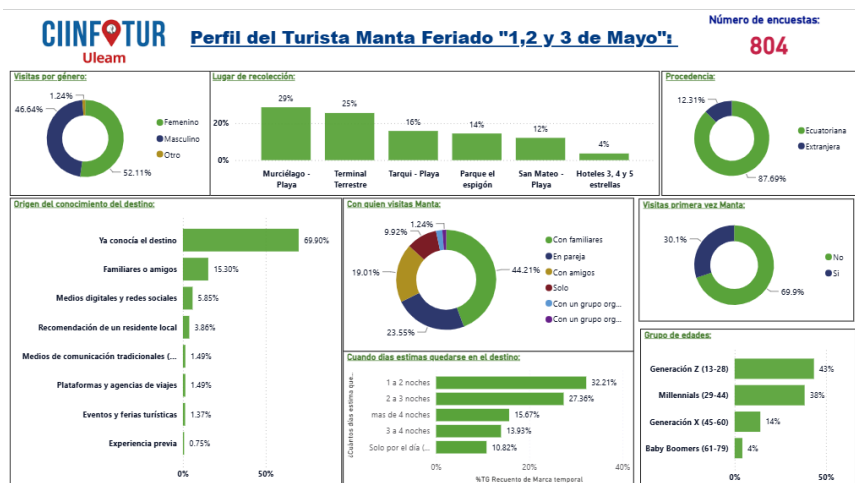
☐ Entre \$101 y \$300

☐ Entre \$301 y \$500

☐ Entre \$501 y \$1000

☐ Más de \$1000

Anexo 2



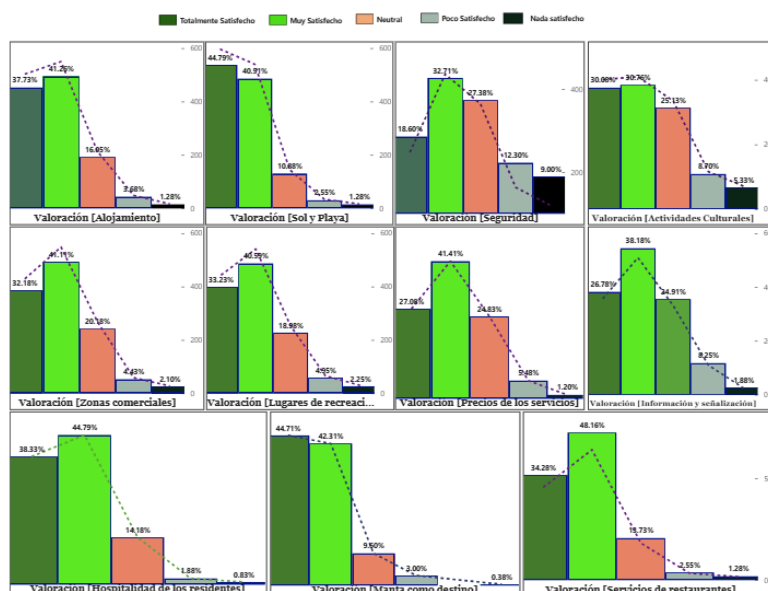
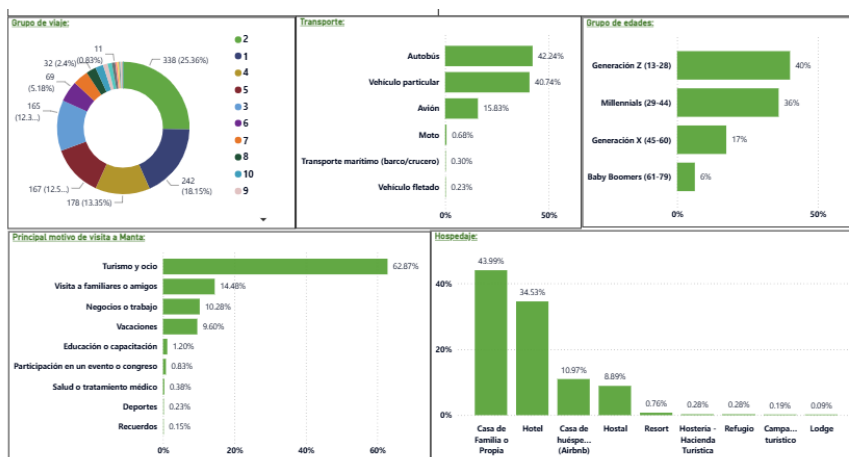
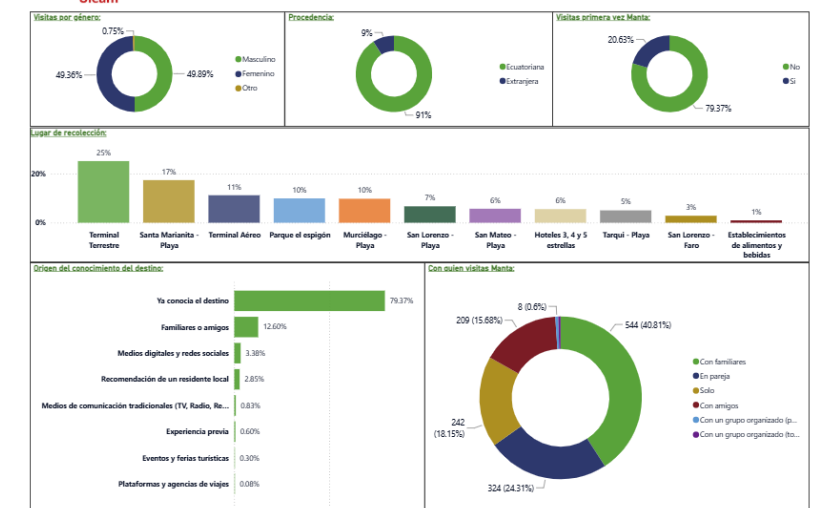
Anexo 3



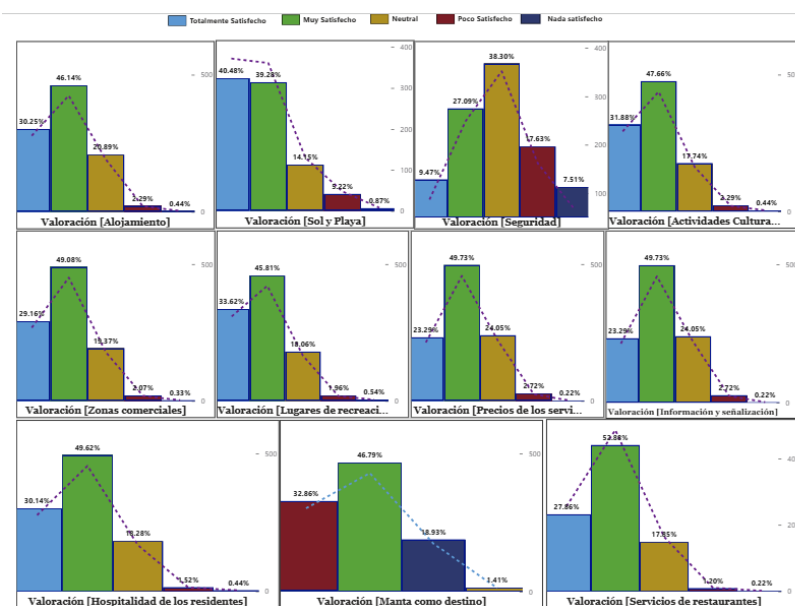
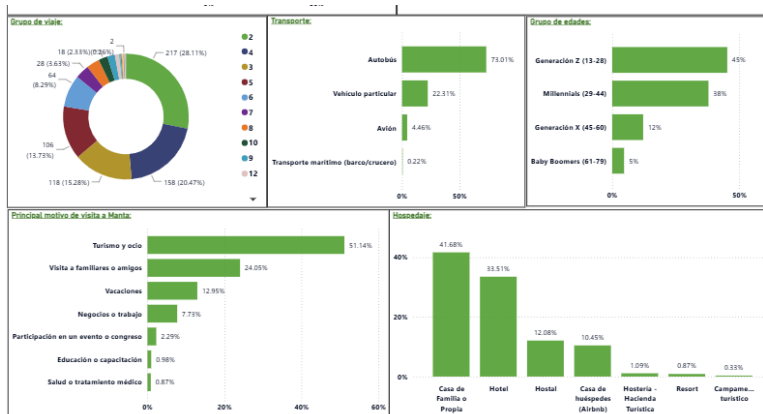
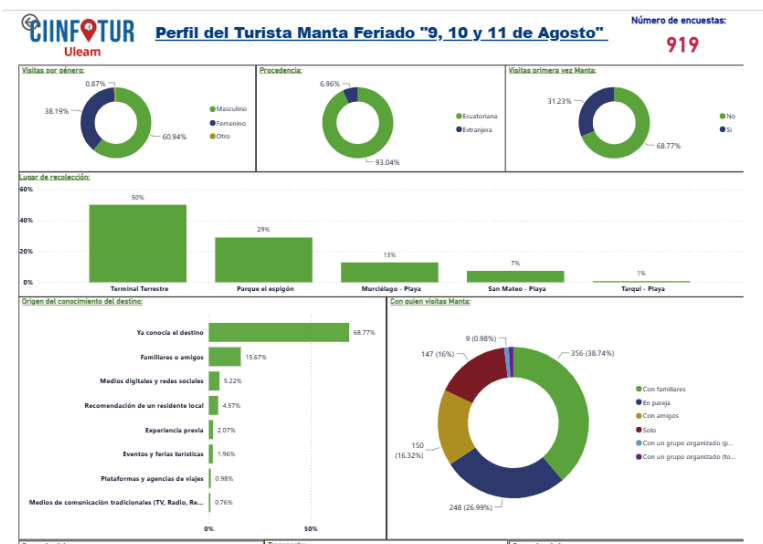
Perfil del Turista Manta Feriado "23,24 y 25 de Mayo"

Número de encuestas:

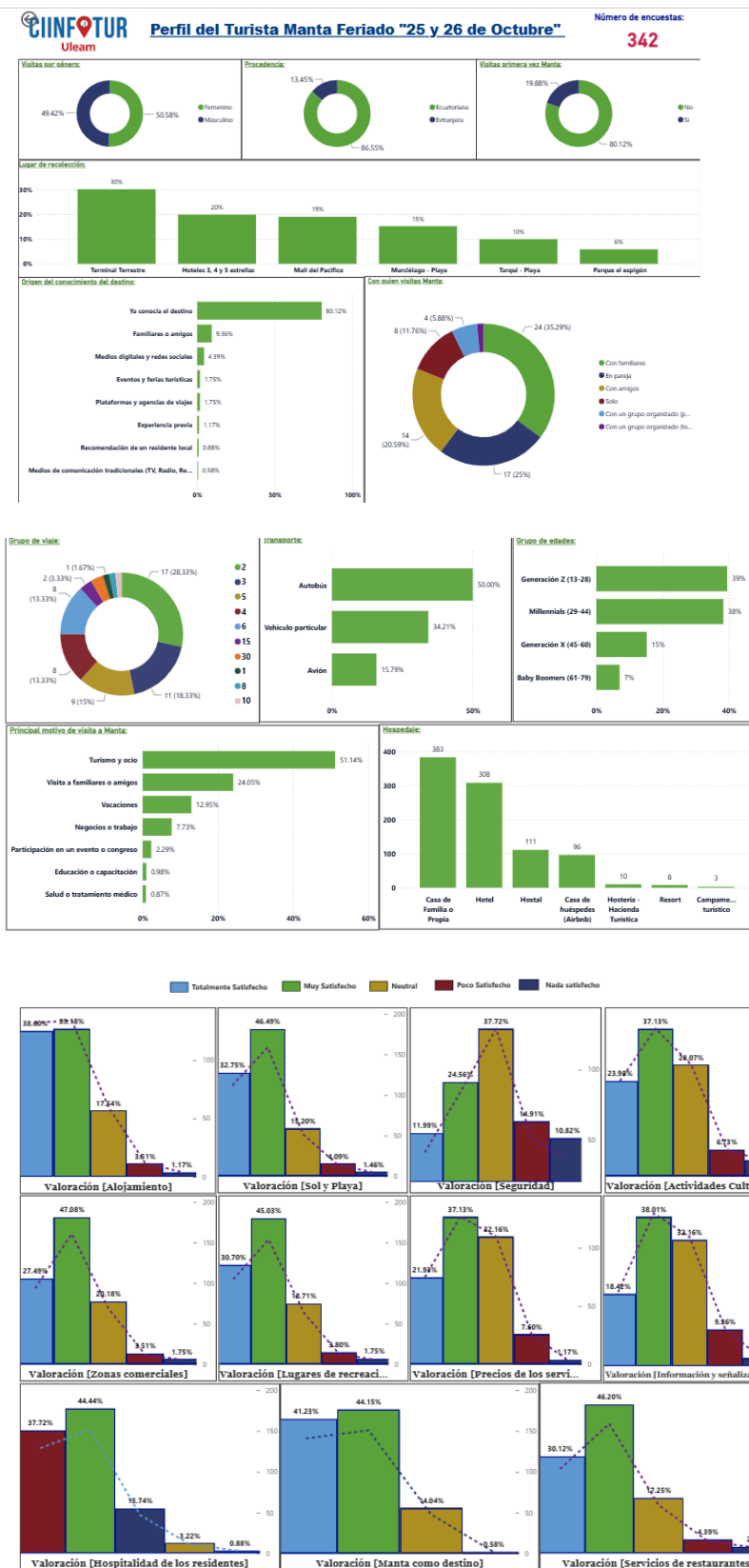
1333



Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Perfil del Turista Manta Feriado "2 y 3 de Noviembre"

Número de encuestas:

762

