



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DERECHO Y BIENESTAR

CARRERA DE ECONOMIA

PROYECTO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TITULO DE

ECONOMISTA

TITULO:

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN
EL CRECIMIENTO DEL PIB LOCAL DE MANTA Y SU GENERACIÓN DE EMPLEO
EN EL PERIODO 2020-2024**

AUTOR:

VALENCIA RIVADENEIRA ELVIS ELIAN

TUTOR:

ECON.PATRICIO MACHUCA

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Valencia Rivadeneira Elvis Elian, legalmente matriculado en la carrera de Economía período académico 2025-2026, cumpliendo el total de 192 horas, cuyo tema del proyecto **“ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL CRECIMIENTO DEL PIB LOCAL DE MANTA Y SU GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL PERIODO 2020-2024”**.

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, 08 de agosto de 2025

Lo certifico,



Econ. Patricio Machuca Mera Mg.
Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Elvis Elian Valencia Rivadeneira, declaro que el presente trabajo titulado: “Análisis del impacto del desarrollo de la industria turística en el crecimiento del PIB local de Manta y su generación de empleo en el periodo 2020-2024” es de mi exclusiva autoría. Este trabajo ha sido desarrollado bajo la tutoría del Econ.Patricio Machuca de manera original y en estricto cumplimiento de los principios éticos y académicos establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM).

Asimismo, manifiesto que toda la información contenida en este proyecto de titulación que no corresponde a mi autoría ha sido debidamente citada y referenciada conforme a las normas académicas vigentes.

Por lo tanto, asumo plena responsabilidad por el contenido, las conclusiones y los resultados expuestos en este documento, eximiendo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a sus representantes legales de cualquier reclamo o acción legal que pudiera derivarse.

Además, cedo los derechos de este trabajo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que forme parte de su patrimonio de propiedad intelectual, incluyendo investigaciones, trabajos científicos, técnicos y de titulación.

Manta, 08 de agosto de 2025



.....

Elvis Elian Valencia Rivadeneira

Autor

DEDICATORIA

Con mucha alegría le dedico mi tesis a Dios por permitirme lograr cada uno de mis sueños y por siempre demostrarme lo capaz y fuerte que soy, a mis papás por brindarme su amor incondicional y por siempre confiar en mí, a Mel que ha sido la compañía más valiosa y necesaria en todo este trayecto y a mis hermanas Odalys, Lidia y Andrea que junto a ellas seríamos cuatro profesionales en la familia. Con mucho cariño le dedico esta recompensa de todo mi esfuerzo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por permitirme crecer y pulirme en cada uno de los retos que se me presentaron en el camino, por siempre contar con una educación excelente y un aprendizaje constante que me ha permitido llegar hasta este momento.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios, a la vida y al universo por guiarme en este camino que, aunque no haya sido fácil he conseguido superar cada una de las barreras y obstáculos que se presentaban.

Agradezco mucho a cada una de las personas que confiaron en mis capacidades, mis papás que siempre desde que estaba en el jardín nunca me dejaron solo y me inculcaron tantos valores que me han convertido en el ser humano que soy hoy en día, les agradezco tanto porque nunca me faltó nada para poder salir adelante y eso es algo que siempre estará en mi corazón, les debo la vida.

Le doy gracias a Dios por enviarme a Mel, porque ella ha sido la persona que más fe me ha tenido desde que llegó a mi vida, todo el tiempo me recuerda lo inteligente y capaz que soy, básicamente cada vez que se me presentaba una situación en la que yo me sentía preocupado siempre me daba la fuerza y la iniciativa de arrasar con todo y eso siempre se lo voy a agradecer, sin duda quien sabe como ha sido toda mi vida universitaria es ella, mi más hermosa compañía.

Lidia y Odalys, les agradezco porque han sido gran parte de mi educación desde muy pequeño, por siempre poder contar con ustedes y por haberme brindado su amor y cariño, ahora solo pienso en que seríamos tres profesionales y que lo logramos juntos.

Andrea, aunque te encuentres en otro país quiero agradecer por el amor que siempre me demuestras y por estar siempre cuando lo necesite.

Así mismo le agradezco a cada uno de mis docentes por brindarme las herramientas necesarias para poder adquirir conocimientos y así obtener habilidades eficientes al momento de entrar en el mundo laboral, básicamente le agradezco a la universidad y a cada uno de los factores que fueron parte de mi vida universitaria por convertirme en el profesional que con mucho esfuerzo estoy destinado a ser.

Finalmente agradezco a toda mi familia y a Dios por este logro tan importante en mi vida, el hombre es lo que quiere ser y yo decidí ser Economista.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL TUTOR PAT-01-F-010	I
CERTIFICADO DE AUTORÍA.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS	V
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
RESUMEN EJECUTIVO.....	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	5
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1 Tema	5
1.2 Justificación del problema	5
1.3 Delimitación del problema	7
1.4 Diseño teórico	7
1.4.1 Planteamiento del Problema	7
1.4.2 Objeto de estudio	8
1.4.3 Campo.....	8
1.5 Objetivos del estudio	8

1.5.1	Objetivo General.....	8
1.5.2	Objetivos específicos.....	9
1.6	Variables conceptuales.....	9
1.6.1	Variable independiente.....	9
1.6.2	Variable dependiente.....	9
CAPÍTULO II.....		10
2	MARCO TEÓRICO.....	10
2.1	Antecedentes.....	10
2.1.1	Antecedentes internacionales.....	10
2.1.2	Antecedentes nacionales.....	13
2.2	Economía.....	15
2.2.1	Macroeconomía.....	16
2.2.2	Crecimiento económico.....	17
2.2.3	Producto Interno Bruto.....	18
2.2.4	PIB nominal a precios constantes.....	19
2.2.5	PIB real a precios corrientes.....	19
2.3	Turismo.....	20
2.3.1	Formas del turismo.....	21
2.3.2	Conceptualización del turismo y su impacto económico.....	22
2.3.3	Historia y evolución del turismo en Ecuador.....	23
2.3.4	Medición de la actividad turística.....	24
CAPÍTULO III.....		27
3	MARCO METODOLÓGICO.....	27

3.1	Enfoque de investigación.....	27
3.2	Tipo de investigación.....	28
3.3	Métodos de investigación	28
3.4	Población, muestra y tipo de muestreo a realizar	29
3.5	Técnicas de recolección de datos empleadas.....	30
3.6	Análisis de datos	30
CAPÍTULO IV		32
4	RESULTADOS	32
4.1	Análisis de encuesta.....	32
4.2	Análisis de entrevista	48
4.2.1	Pregunta 1: Evolución del turismo en Manta desde 2020 hasta 2024	49
4.2.2	Pregunta 2: Impacto del turismo en la generación de empleo local	53
4.2.3	Pregunta 3: Contribución del turismo al crecimiento del PIB del cantón Manta ..	59
4.2.4	Pregunta 4: Principales obstáculos que enfrenta actualmente el turismo en Manta 64	
4.2.5	Pregunta 5: Políticas públicas o estrategias efectivas para apoyar al sector turístico 70	
4.2.6	Pregunta 6: Recomendaciones para fortalecer la sostenibilidad del turismo en Manta a futuro.....	75
4.3	Análisis estadístico de ccontribución del sector turístico al crecimiento del PIB local de Manta 82	
4.3.1	Estadísticas de la regresión.....	82
4.3.2	Análisis de varianza (ANOVA).....	83

4.3.3	Coeficientes del modelo	83
	CONCLUSIONES	85
	RECOMENDACIONES.....	87
	BIBLIOGRAFÍA	88
	ANEXOS	93

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1 Distribución de respuestas sobre el mantenimiento o aumento del empleo desde 2021	32
Gráfico 2 Distribución de respuestas sobre contratación de nuevo personal tras la reactivación turística	34
Gráfico 3 Distribución de respuestas sobre el turismo como fuente principal de empleo.....	35
Gráfico 4 Distribución de respuestas sobre la disminución de la rotación laboral.....	36
Gráfico 5 Distribución de respuestas sobre el aumento del volumen de ventas desde 2021	37
Gráfico 6 Distribución de respuestas sobre los ingresos generados en temporadas turísticas	38
Gráfico 7 Distribución de respuestas sobre ingresos en 2023 frente al 2020	39
Gráfico 8 Distribución de respuestas sobre el efecto de las estrategias gubernamentales en los ingresos	40
Gráfico 9 Distribución de respuestas sobre inversiones empresariales realizadas desde 2021	41
Gráfico 10 Distribución de respuestas sobre influencia de expectativas turísticas en decisiones de inversión.....	42
Gráfico 11 Distribución de respuestas sobre el turismo como motor económico local	43
Gráfico 12 Distribución de respuestas sobre impacto del turismo en otros sectores económicos	45
Gráfico 13 Distribución de respuestas sobre mejora de condiciones de vida por el turismo	46
Gráfico 14 Distribución de respuestas sobre barreras que dificultan el crecimiento turístico	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Evolución del empleo en las PYMES turísticas desde 2021	32
Tabla 2 Impacto de la reactivación turística en nuevas contrataciones	33
Tabla 3 El turismo como fuente principal de empleo en el negocio.....	35
Tabla 4 Tendencia de rotación de personal en los últimos años.....	36
Tabla 5 Crecimiento del volumen de ventas desde 2021.....	37
Tabla 6 Efecto de las temporadas turísticas en los ingresos empresariales	38
Tabla 7 Comparación de ingresos entre los años 2023 y 2020.....	39
Tabla 8 Percepción sobre el impacto de estrategias gubernamentales en los ingresos.....	40
Tabla 9 Realización de inversiones empresariales desde 2021	41
Tabla 10 Influencia de las expectativas turísticas en decisiones de inversión.....	42
Tabla 11 Percepción del turismo como motor de la economía local de Manta	43
Tabla 12 Dinamización de otros sectores por efecto del crecimiento turístico	44
Tabla 13 Impacto del turismo en las condiciones de vida de los residentes.....	45
Tabla 14 Percepción sobre barreras que limitan el crecimiento turístico	47
Tabla 15 Características de los expertos entrevistados del sector turístico de Manta	48
Tabla 16 Estadísticas de la regresión	82
Tabla 17 Análisis de varianza.....	83
Tabla 18 Coeficiente del modelo	84

RESUMEN EJECUTIVO

En los años recientes, la actividad de turistas ha adoptado un papel muy importante en las economías del de diferentes cantones de Ecuador, sobre todo en ciudades junto al mar como Manta, donde su ingreso ha cambiado a causa del crecimiento de esta industria. El estudio actual busca analizar cómo el avance de la actividad turística afecta el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de Manta y en la creación de trabajos durante el tiempo 2020-2024. Por medio de un método combinado, se realizaron preguntas a dueños de tiendas pequeñas y medianas del sector turístico y charlas con expertos en el tema. Los resultados muestran que a pese a los problemas que trajo la enfermedad conocida como COVID-19, la actividad turística ha tenido un avance gradual, impulsando la economía local, aumentando las fuentes de trabajo y animando la inversión en cosas para turistas. También, se encontraron temas importantes como los cambios según la época del año, la seguridad, y las reglas que pone el gobierno que afectan mucho a la sostenibilidad de esa área. El estudio muestra que el turismo es un impulsor clave para el avance en lo económico de Manta, con una gran influencia sobre la consistencia del trabajo y el aumento de ganancias en negocios dentro del mismo campo.

Palabras clave. Turismo, PIB local, empleo, desarrollo económico, Manta, recuperación post-COVID, PYMES turísticas.

ABSTRACT

In recent years, the tourism industry has taken on a decisive role in local economies, especially in coastal cities such as Manta, Ecuador, whose economic dynamics have been influenced by the sector's growth. This study aims to analyze the impact of tourism industry development on Manta's local GDP growth and job creation during the 2020-2024 period. Using a mixed-methodological approach, surveys will be conducted with representatives of small and medium-sized businesses in the tourism sector and interviews with experts in the field will be conducted. The results show that, despite the negative effects of the COVID-19 pandemic, tourism activity has shown a progressive recovery, boosting the local economy, increasing sources of employment, and encouraging investment in tourism infrastructure. Key factors such as seasonality, security, and government policies were also identified as directly impacting the sector's sustainability. The research concludes that tourism represents an essential driver of the canton's economic development, with a significant influence on job stability and increased revenue for businesses in the sector.

Keywords. Tourism, local GDP, employment, economic development, Manta, post-COVID recovery, tourism SMEs.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo ha surgido como uno de los sectores más vibrantes a nivel mundial, contribuyendo significativamente al crecimiento económico y a la generación de oportunidades de empleo. Antes de la crisis global en el sistema de salud debido al Covid-19 en el año 2020 este sector aportaba en un 10% del dinero global en el mundo y tenía más de 300 millones de personas trabajando (Nechar, 2021).

En América Latina, la economía turística, junto con sus lazos relacionados, fue casi un 10% del PIB total y parte semejante del trabajo en esta zona. Estos números muestran que el turismo es muy importante para el progreso, pudiendo ayudar a las economías locales crecer, y mejorar la vida de los pueblos que reciben a visitantes (CEPAL, 2021). No obstante este tipo de trabajo tiene especial debilidad ante sucesos que no se pueden controlar, como en el 2020 cuando llegó el COVID-19. La Organización Mundial del Turismo predijo una bajada en los arribos de turistas de otros países entre el 58 % y el 78 % en 2020, lo que afectó mucho a las economías que se basan en este rubro.

Según CEPAL (2021) el fin de las acciones turísticas puede bajar el crecimiento económico en América Latina cerca de un punto porcentual, y los países del Caribe podrían tener descensos hasta ocho puntos lo que pone en claro la gran influencia del turismo en el manejo general de la economía de la zona.

La Organización Mundial del Turismo estimó una baja de las visitas de turistas del extranjero entre el 58 % y el 78 % en 2020 lo que afectó mucho a las economías que necesitan de este campo para mantenerse en un nivel estable. Según la CEPAL (2021) el parar las actividades de turismo podría limitar el crecimiento económico en América Latina en uno por ciento; y los

países del Caribe podrían ver descensos de hasta ocho puntos, lo cual muestra cómo el turismo tiene mucho que ver con los resultados macroeconómicos de la zona.

En el contexto ecuatoriano, el turismo se reconoce como un sector crucial para el desarrollo nacional y local. Ciudades costeras como Manta, ubicada en la provincia de Manabí, cuentan con atractivos naturales como playas, clima favorable y gastronomía, además de ventajas competitivas que las consolidaron como destinos turísticos codiciados a nivel nacional e internacional antes de 2020 (Moreano & Bautista, 2021).

Antes del inicio de la pandemia, el turismo en Manta era excelente, con 569 puestos de trabajo enfocados en atención para visitantes, entre hoteles y restaurantes, que servían a pasajeros de cruceros y turistas. Este aumento del turismo había ayudado mucho al sector de servicios y a crear trabajos para sus residentes. Pero la llegada de la COVID-19 causó un golpe realmente fuerte. En 2020, el turismo fue casi limitado por el aislamiento y el cierre fronteras; según el Ministerio de Turismo, cifras del Banco Central explicaron que el turismo presentó un aporte limitado al PIB de solo 1,2, casi la mitad de lo normal (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021).

De igual manera el país vio una bajada del 70,2% en llegadas de personas que venían del extranjero en 2020 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021), y muchos negocios que venden servicios turísticos tuvieron gran pérdida de dinero o tuvieron que cerrar por breve tiempo. En Manta, el efecto económico del COVID-19 en este tipo de negocios fue muy grande, al ser el sector más golpeado dentro de la economía local local (Anchundia Santana, 2023), estudios iniciales mostraron que muchos pequeños negocios y empresas turísticas mantenses debieron cerrar sus puertas por la caída de clientes (Bravo et al., 2021), sobre todo, la necesidad de alojamiento fue muy limitada poniendo en riesgo la salud financiera de hoteles y comedores locales durante 2020.

Ya para el el año 2021, con un menor número de casos de Covid-19 y la reapertura de algunas actividades los servicios turísticos mejoraron considerablemente lo que se consideró como un alivio para el sector de la población que trabaja dentro de este campo. En Ecuador, la vuelta a la normalidad se dio por el turismo dentro del país y algunas acciones de gobierno para ayudar (como la bajada temporal del IVA en servicios turísticos) con el fin de animar a los ciudadanos a invertir en turismo o viajes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). Manta comenzó a tener más visitantes a medida que avanzaba el año: la ciudad pudo volver a realizar festivales y días libres con bastante movimiento de personas, lo que mejoró el ingreso de dinero por turismo a la economía local. Uno hecho importante fue el día libre de Carnaval en 2022, durante cuyo tiempo Manta tuvo más de 320.000 visitantes en sus playas y fiestas, llegando a un 95% de ocupación en hoteles y generando casi USD 11,5 millones en ingresos para la ciudad (GAD de Manta, 2022). En todo el país también se notó este mismo patron: el feriado de Carnaval de 2023 tuvo un gasto turístico muy alto, de USD 94 millones, el más grande desde que se manejan estas cifras, mostrando que el turismo local es un indicador importante para mejorar la economía (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

También, Manta mejoró su unión turística y servicios durante el tiempo de avance. En enero de 2023 se abrió la vía aérea internacional entre Manta y Panamá; así había más formas para que llegaran visitantes de otros países a la ciudad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). De igual modo, el sector turístico en Manta creció; para 2024 el conteo local de lugares turísticos cuenta con cerca de 50 hoteles, 70 hostales y 500 restaurantes; esto muestra la confianza de inversores y emprenderos por ampliar la posibilidad de cuidar a los turistas (Aguilar, 2025).

En medio de un contexto de fluctuaciones significativas (inicialmente una fuerte caída seguida de un pronunciado resurgimiento del turismo), surge la necesidad de evaluar

meticulosamente los efectos genuinos del desarrollo de la industria del turismo en la economía local de Manta de 2020 a 2024. Este estudio tiene como objetivo particular cuantificar y evaluar las contribuciones de la expansión del turismo al PIB local y la generación de empleo en Manta a lo largo de este período de tiempo.

A continuación se describe lo que hay en este trabajo, capítulo por capítulo:

Capítulo 1: Exposición del problema, objetivos y relevancia. Este capítulo inicial ofrece una mirada clara del tema principal que trata la investigación, el contexto de la problemática del turismo, se establecen las metas que se persiguen cumplir por medio de la indagación de datos y de igual manera se presentan los puntos que responden a por qué es relevante realizar esta investigación..

Capítulo II: Marco teórico y contextual de la investigación. Este capítulo define los fundamentos conceptuales del estudio, incluyendo definiciones esenciales sobre las pequeñas y medianas empresas (PYME), el empleo, el desempleo y la sostenibilidad económica. También describe el desarrollo histórico y las tendencias predominantes del sector de las PYME en Ecuador, con especial énfasis en su desempeño en la región castellana, específicamente en el cantón de Manta.

Capítulo 3: Diseño Metodológico. Esta parte explica la forma metodológica en que se llevó a cabo para obtener los resultados del estudio y cumplir con los objetivos.. Da una vista clara sobre las formas de recoger información usadas, junto con los tipos de muestra que utilizaron, reglas para inclusión o exclusión, y los procedimientos para el análisis de los datos.

Capítulo IV: Interpretación y Análisis de Resultados. Esta parte da a conocer los hallazgos en relación a el impacto de la industria turística en el crecimiento del PIB local de Manta y su

generación de empleo en el periodo 2020-2024, indicado perspectivas de diferentes expertos y los resultados del análisis de correlación implementado.

CAPÍTULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Tema

Analizar el impacto del desarrollo de la industria turística en el crecimiento del PIB local de Manta y su generación de empleo en el periodo 2020-2024

1.2 Justificación del problema

Esta investigación se sustenta en justificaciones teóricas, prácticas y contextuales que subrayan su importancia. Desde una perspectiva teórica y académica, el estudio desempeña un papel fundamental para abordar una brecha de conocimiento a nivel local. Aunque hay datos nacionales agregados acerca de lo que el turismo aporta al PIB (INEC, Banco Central, Ministerio de Turismo) la indagación para medir cómo afecta el turismo en economías específicas, como Manta, ha sido pequeña hace poco.

Aguilar (2025) señala lo importante de datos claros sobre el turismo y su impacto en el PIB local para ayudar al crecimiento sostenido de manera eficiente, pues este tipo de datos ayuda a usar mejor los recursos locales —como culturales o institucionales, así como económicos, sociales, ambientales y políticos— para el buen vivir de los habitantes. En este contexto, la investigación da a conocer a los lectores pruebas reales nuevas sobre la unión entre el turismo y el desarrollo económico en Manta, mejorando así el saber científico que existe acerca del como funciona el turismo en este lugar.

En segundo lugar, estudiar este tema se justifica debido a razones prácticas y argumentos de política pública porque el gobierno ecuatoriano junto a las autoridades locales ha visto al sector turístico como una fuente muy importante por la diversificación productiva y su aporte a la recuperación económica en el tiempo después pandemia. La Visión Ecuador 2030 y los planes para desarrollo de Manta ven el turismo como un empuje para sus áreas comunes como pesca o industria (GAD de Manta, 2022). Pero para hacer estrategias útiles, es clave saber el impacto que tiene el turismo. Por ejemplo, en este documento se pretende realizar un análisis de correlación estadístico para establecer la relación porcentual entre los ingresos del turismo y el crecimiento del PIB local y el impacto que tiene un variable con la otra.

Por otra parte, las entidades locales de Manta ha presentado una series de problemas en relación a la planificación del turismo mediante el uso de informacion estadística reciente, ya que no muchs investigaciones reientes sobre el tema a más de los informes publicados por el Ministerior de Turismo lo que en parte limita el desarrollo de mejores estrategias (Anchundia Santana, 2023).

La investigación presenta justificaciones basadas en el desarrollo social y humano, particularmente considerando que Manta es un cantón donde numerosas familias dependen directa o indirectamente de las actividades turísticas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Los hallazgos de este estudio tienen el potencial de generar beneficios colectivos: pueden servir para orientar iniciativas destinadas a impulsar el turismo, que podrían incluir la capacitación de la mano de obra local, incentivos para emprendedores turísticos, mejoras en las medidas de seguridad y la organización de zonas turísticas. Además, es importante garantizar que el crecimiento del turismo conduzca a un desarrollo inclusivo (Brazales et al., 2025). Desde un punto de vista de cuidado del medio ambiente, entender como el turismo y el crecimiento económico se relacionan ayuda a

animar un turismo cuidadoso y bien preparado. Ver sus buenos efectos deja mover su continuación, mientras se asegura que ese crecimiento siga balanceado y sostenible durante mucho tiempo.

1.3 Delimitación del problema

- Delimitación temporal: El estudio aborda una investigación que comprende periodo 2021.
- Delimitación espacial: La investigación se llevó a cabo en el Cantón Manta, provincia de Manabí.
- Delimitación poblacional: La muestra poblacional estuvo conformada por los dueños de PYMES del cantón Manta y catedráticos.

1.4 Diseño teórico

1.4.1 Planteamiento del Problema

La problemática que guía el presente estudio es el hecho de que hoy en día no está claro la forma en la que el turismo llega a afectar al desarrollo de la economía local y a la creación de trabajo (Guerrero & Ramos, 2014). Esta falta de información, también se relaciona con eventos que han sucedido 2020 y 2024, ya que la pandemia de COVID-19 provocó una fuerte caída económica en 2020, afectando mucho el sector terciario (incluido visitas turísticas) de Manta, con grandes bajas en movimiento e ingresos (Anchundía Santana, 2023).

A nivel nacional, se vio un descenso de cerca del 32% en el trabajo formal en el área turística al final de 2020, una tendencia que se mostró en lugares como Manta (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Mientras tanto, después de este duro momento en 2020, hubo un lento reinicio de las actividades de viaje, lo que debería haber ayudado a la economía local. Entre los años 2022 y 2023, Manta tuvo un gran incremento en ingreso de visitantes como en gastos relacionados a turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Dado que la información antes

mencionada, se puede pensar con lógica que este nuevo dinamismo del turismo ha ayudado al crecimiento del PIB y a la creación de nuevas oportunidades de trabajo. Por lo tanto se plantea como interrogante a estudiar: ¿Cuánto ha ayudado el progreso del sector turístico al crecimiento económico local y a la creación de trabajos en Manta entre 2020 y 2024?

Aunque es posible que los turistas contribuyan mucho al crecimiento económico entre 2021 y 2024, otros sectores pueden tener más impacto en la subida del PIB local (C. Masaquiza, 2022). También aunque se habló de una mejora nacional en los trabajos de turismo estos pueden o no incluir Manta por lo que es necesario un estudio más específico dentro de esta zona con la finalidad de poder constatar la información publicada por el gobierno en relación a estadísticas del turismo (Jurado et al., 2017). Del mismo modo es preciso indicar que existe retos en el sector turístico ya que por ejemplo, durante los años 2023 y 2024 Manta ha tenido que enfrentarse a nuevos problemas como la inseguridad lo que ha limitado la llegada de turistas nacionales y extranjeros (Aguilar, 2025). Lo mencionado permite argumentar que el turismo necesita de buenas condiciones internas y externas para poder contribuir en un porcentaje más amplio en el PIB local y a la generación de empleos.

1.4.2 Objeto de estudio

Industria turística en Manta

1.4.3 Campo

Crecimiento económico y generación de empleo

1.5 Objetivos del estudio

1.5.1 Objetivo General

Analizar el impacto del avance de la industria del turismo en el crecimiento del PIB local y el empleo durante el periodo 2020-2024.

1.5.2 *Objetivos específicos*

- Describir los eventos más importantes que afectaron al turismo en Manta entre 2020 y 2024 y su impacto en la economía y la generación de empleo.
- Analizar la correlación existentes entre los ingresos por turismo y el PIB local en Manta por medio de estadísticas descriptivas.
- Analizar el impacto de las actividades turísticas en los procesos de generación de empleo en la ciudad de Manta durante el 2020 y 2024.

1.6 Variables conceptuales

1.6.1 *Variable independiente*

- Desarrollo de la industria turística: Corresponde al grado de crecimiento o evolución que tuvo el sector turístico en Manta durante el periodo 2020-2024.

1.6.2 *Variable dependiente*

- Crecimiento del PIB local de Manta: Se define como la variación en el Producto Interno Bruto del cantón Manta a lo largo del periodo 2020-2024, atribuible en parte a la actividad.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 *Antecedentes internacionales*

En la investigación nombrada "El efecto del viaje en el crecimiento financiero de los países de los Balcanes Occidentales: una mirada empírica", Selimi et al., (2017) creen que el viajar es un gran motor de progreso. Así, esta búsqueda quiere mirar cómo el viaje afecta a el avance de los países de los Balcanes Occidentales como Albania, Bosnia y Herzegovina, Croacia, la Antigua República Yugoslava de Macedonia Montenegro y Serbia. Para esto se usa un método que explica y se elige un modelo matemático de datos unidos de los seis países desde 1998 hasta 2014. Se usará para este fin un tipo de modelo que permite no solo mirar efectos aleatorios y fijos, sino también las diferencias individuales entre estas naciones. Además, el modelo Haúsmán-Táylor IV demuestra que un subida del 1% en los turistas que llegan está ligado a un subida esperada de 0,08% en lo que produce.

En su investigación llamada "El conexión entre el viaje y el aumento económico: el ejemplo de la Comunidad de Estados Independientes", se muestra que el turismo, según Sağlam y Avni (2018), es una manera principalmente mercantil de hacer y organizar las vacaciones lo cual sugiere que es económico. Este estudio ve la conexión entre viajar por placer y su economía; dos elementos que se creen están unidos. El Método Comúnmente Explicativo se usa con un modelo de datos econométricos para la Comunidad de Estados Independientes de 1995 a 2015. El estudio usa el PIB por cabeza como un signo de gran crecimiento económico y los ingresos por turismo internacional como muestra de la industria turística. En la práctica, la prueba de cointegración de Durbin-H indica que las cosas están ligadas entre sí. Además, la prueba de causalidad de

Hurlin Dumitrescu muestra que el aumento de dinero trae turismos en cada país. Hallando así que NO hay un efecto que venga del turismo sobre el crecimiento de dinero.

Según Naradda et al., (2020), en su escrito escolar "El vínculo entre el turismo y el aumento de dinero: una vista sistemática de los libros y futuras rutas de esfuerzo", muestran que el turismo ha tenido un aumento constante lo que ha permitido a muchos países dar más importancia a este sector como estrategia para mejorar su economía en los últimos años. Por esto el fin del estudio es estudiar el nexo entre el turismo y el crecimiento de dinero en los países crecientes a través de una revisión documental que abarca entre 2004 y 2019. Los procedimientos de investigación aplican métodos bibliográficos y documentales, buscando palabras claves sobre turismo y crecimiento económico en la base de datos Scopus. También la elección final de artículos se basó en modelos como el que usa PRISMA en 2009. Los resultados muestran que una vinculación buena entre el visitantes y el desarrollo económico.

También González Tilaguano (2020) dicen en su obra "Lazo entre el turismo mundial y el crecer de la economía en todo el mundo" los investigadores buscan examinar la relación causal entre el PIB mundial y los ingresos del turismo. En consecuencia, el estudio utiliza una metodología explicativa que emplea técnicas econométricas para aclarar la relación entre las variables. Además, se implementó un modelo de datos de panel que integra datos transversales de 100 países con datos de series temporales del período 1995-2015. Los resultados indican una asociación de equilibrio a largo plazo entre los ingresos por turismo y el crecimiento de los ingresos. Asimismo, la prueba de cointegración demuestra que esta relación es particularmente significativa tanto en países de ingresos altos como de ingresos bajos. Finalmente, la prueba de causalidad reveló una relación unidireccional dentro de los países de ingresos medianos-altos, así como a nivel mundial.

En su escrito llamado "El turismo como recurso creador de crecimiento y avance mediante datos numéricos", los autores Chérrez Bahamonde et al., (2021) creen que la actividad turística es muy importante para impulsar la riqueza y el progreso, brindando buenas chances para que la gente empiece nuevos trabajos. Este estudio pretende ver si el turismo ayuda al crecimiento económico y al desarrollo social. El método que se usa es observar trabajos ya hechos entre 2016 y 2021, de forma escrita o en listas bibliográficas. Los resultados permiten establecer que el turismo es una de las bases en la realidad,, crea una parte décima de los trabajos, y en Ecuador representa un importante porcentaje del PIB. La revisión confirma la relación buena entre el viajar y la economía, con un alza en las acciones de dinero que se hacen sobre todo para los países que están creciendo.

En su trabajo llamado "Turismo y Avance Económico: Datos de muchos países usando Pruebas de Causalidad de Granger con Frecuencia Mixta", los expertos Enilov y Wang (2022) explican que el turismo es uno de los sectores más importantes y rápidos de crecimiento en todo el mundo. Esta estudio intenta dar a conocer a los lectores la conexión entre el progreso económico y el número de viajeros internacionales que llegan a un lugar. El estudio analiza datos desde enero de 1981 a diciembre de 2017, cubriendo 23 países categorizados como en desarrollo o ya desarrollados. Para ver cuán estable y persistente son las variables a lo largo del tiempo se usa la prueba de causación de Granger. Los resultados muestran que la causa no es siempre la misma, teniendo cambios a corto plazo y largo. Por lo tanto, se piensa que el negocio de viajes tiene un papel muy importante en el futuro de las economías en crecimiento; una idea que no se aplica a los países ricos.

En su trabajo académico llamado "La contribución del turismo al crecimiento económico: el caso de Qatar", Ozturk y Kumari (2021) dan a conocer que el dinero de muchos países del Golfo árabe depende mucho de lo que ganan por vender petróleo y gas. Pero, viendo que la necesidad de

petróleo cambia mucho (y depende de reglas del comercio) y que los precios del aceite suben y bajan, los jefes de los gobiernos del Golfo saben que deben cambiar su economía para no ser tan dependientes del petróleo. Por eso, Qatar se ha convertido en un lugar de gran avance en el sector turístico. Como tal, algunos observadores han notado qué tan importante es mirar los efectos que tiene el turismo en el auge financiero de Qatar. El estudio usa un modelo de caídas repartidas (ARDL) y revisa datos que van desde 1995 hasta 2018. Los descubrimientos muestran que el turismo no tiene una conexión numérica para influir el aumento de la economía en el corto plazo; pero, los datos de la investigación dejan claro un lazo a largo plazo entre los ingresos por turismo y el crecimiento del PIB.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Los escritores Rosales Picón (2021) indican en su trabajo llamado "Análisis del efecto del turismo en la subida económica nacional en Ecuador durante los años 2007-2018" destaca que el turismo es un componente importante en economías emergentes como la ecuatoriana donde se ha promovido su crecimiento como una opción diferente al extractivismo. Por tanto, este estudio tiene como objetivo conocer si el turismo representa un cambio notorio crecimiento económico del país. Su método se basó en modelos económicos que observan datos periódicos, en especial pruebas para ver si dos variables son codependientes y cuál causa a la otra (causalidad de Granger). Todo esto se basa en datos anuales de los años 2007 hasta 2018. El PIB real es la variable dependiente, mientras que los ganancias por turismo internacional y las llegadas de visitantes extranjeros son variables independientes. Los hallazgos muestran la falta de una conexión entre el turismo y el avance de la economía en el Ecuador; mejor dicho, se ve una conexión en un solo sentido, que va del avance económico al turismo. Además, el tipo de modelo que se usó da a

conocer que el rendimiento de la economía nacional ayuda al crecimiento del turismo, aunque lo contrario no siempre pasa.

Según Chango Masaquiza (2022) en su estudio sobre “Crecimiento de turismo y economía en Ecuador: un examen de causas” da una explicación sobre que las reglas del gobierno han establecido al turismo como un indicador bueno para hacer más variada la economía. De esta manera, el trabajo de realizar un análisis en relación a la unión entre el aumento del turismo y desarrollo en Ecuador. Por medio de una forma de estudio explicativa, la investigación usa un modelo relacional de series temporales junto con pruebas de Engle-Granger y causalidad de Granger mirando datos anuales entre 2010 y 2020. El trabajo se enfoca en el PIB real como un indicador del crecimiento económico, junto con la visita de turistas desde otros lugares y los ingresos por viaje como índices del sector turístico. Los descubrimientos muestran una conexión que va en un solo sentido entre la producción económica y el turismo; esto quiere decir que el turismo no ha ayudado de forma directa al crecimiento de la economía. Sin embargo, ha crecido a causa del buen funcionamiento general de la economía del país.

Siguiendo un mismo enfoque Brazales et al., (2025) en su escrito llamado “Beneficios del aumento de turismo en la balanza de pagos turística del Ecuador” dicen que el turismo no solo permite que incremente el PIB sino que también afecta a los números de comercio con otros países, en especial en la balanza de pagos del turismo. Entonces, la investigación tiene como objetivo realizar un análisis de cómo influye el turismo en la balanza de pagos turística en Ecuador. La metodología es cuantitativa y correlacional, y por modelos simples de regresión lineal y análisis de componentes principales, usando datos de series temporales desde 2016 hasta 2023. Uno es la balanza de pagos del turismo y el otro es un índice sobre crecimiento turístico para la variable independiente. Los resultados muestran que las dos variables tienen una relación importante entre

ellas, lo que quiere decir que cuando el número de visitantes crece en una unidad, el dinero que entra para el turismo subirá un medio 0.619 millones de SR (los datos tratan de millones). También, el coeficiente de R^2 enseña que el 90% de la variación en el balance de turismo sería explicado por la llegada de turistas, con una relevancia grande para las cuentas fuera del país.

Por último, Moreano y Bautista (2021) en su estudio llamado “Sector turístico y su efecto en la economía del Ecuador”, traen un análisis multidisciplinario desde la Universidad Nacional de Chimborazo. Se tiene como objetivo realizar una revisión entre la relación del turismo en Ecuador, y cómo impacta al crecimiento económico. Este estudio usa modelos descriptivos y económicos, Los descubrimientos del modelo econométrico mostraron que las actividades turísticas tienen un efecto positivo y fuerte en el crecimiento económico de la provincia de Manabí, lo que comprueba la idea de que el turismo impulsa el desarrollo regional. Básicamente, el estudio refleja que más visitantes y una amplia oferta turística local están relacionados con un mayor dinamismo económico en la provincia estudiada.

2.2 Economía

Como señalan Astudillo y Paniagua (2012), la economía es «una disciplina que, para bien o para mal, está presente en muchos aspectos de la vida de las personas». Profundizar en este campo permite comprender diversos fenómenos, incluido el desempleo.

En otras palabras, el campo de la economía examina:

La manera en que una sociedades hace cosas para cubrir las necesidades de su gente a través de hacer y poner bienes y servicios es muy importante. Estas cosas pasan en un lugar especial que incluye partes sociales, institucionales, culturales, políticas y ambientales. Así que para cualquier estudio sobre economía de una sociedad, es clave pensar en los aspectos no económicos y ambientales, ya que juegan un rol vital en dar forma a las actividades economicas y sociales de cualquier país o zona (Alburquerque, 2018, p. 19).

Como resultado, se establece claramente que la economía funciona como la ciencia social que conecta los recursos limitados con los diversos métodos para satisfacer las necesidades ilimitadas de la humanidad (Martínez-Prats et al., 2022). Además, supervisa la producción, distribución y consumo de bienes y servicios producidos dentro de una economía (Redondo et al., 2017).

2.2.1 Macroeconomía

La macroeconomía es un área dentro del campo de la economía que se trata de analizar como funciona una economía nacional o mundial. Según Tucker (2007) la macroeconomía estudia las maneras en que las personas toman decisiones que afectan a la economía en su totalidad. Esto lo hace analizando variantes generales como la inflación, el desempleo, la cantidad de dinero en circulación, también el cambio de ventas fuera, compras de fuera y dinero que viene de otros países.

También, Krugman et al., (2015) dicen que la macroeconomía estudia los cambios generales en una economía. Así pues, los que académicos que analizan la macroeconomía deben ayudar a comprender las bajadas débiles en la economía y encontrar formas correctas para reducir los problemas de una economía volátil.

Astudillo y Paniagua (2012) explican que la macroeconomía observa la economía como un todo, en vez de fijarse en lo que hace una empresa o tipo de empresa, o en como gasta una familia o un grupo de familias, la macroeconomía mira los factores que cambian la producción nacional o el producto nacional por entero.

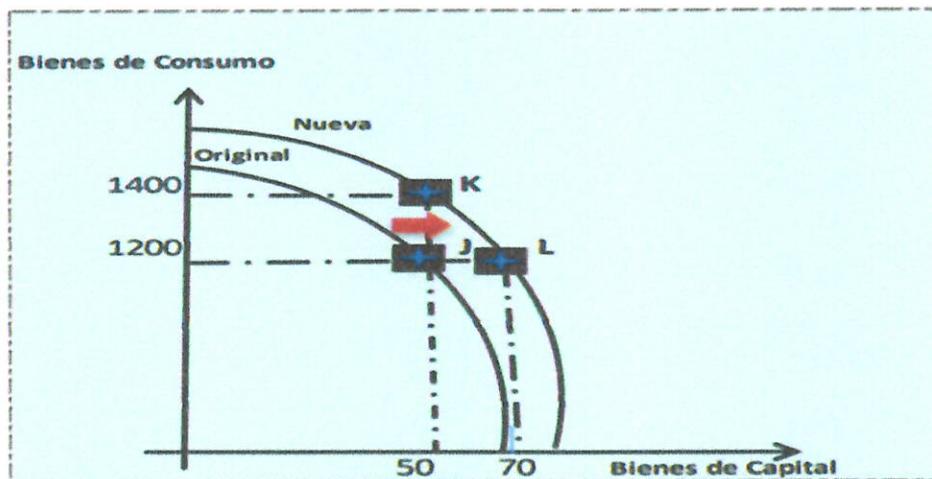
2.2.2 Crecimiento económico

El término crecimiento económico, más tangible, se refiere a la capacidad de una economía para generar un mayor número de bienes y servicios (Krugman et al., 2015). Sin embargo, Jurado et al., (2017) profundizan en este concepto al decir que:

El aumento de la economía significa tener la capacidad de hacer más cosas, y en consecuencia, las empresas pueden mejorar la producción de objetos y servicios. Este progreso puede venir por aumentos de recursos productivos o con nuevas técnicas que ayudan a crear más productos utilizando los mismos recursos disponibles. Debido a esto ahora podemos llegar a niveles de producción que antes eran imposibles. En estos momentos, la línea de frontera con posibilidades de producción muestra un cambio hacia la derecha, lo cual indica un alto nivel producción (Figura 1). (p. 57)

Figura 1

Curva de la frontera de posibilidades de producción



Fuente: Jurado et al., (2017)

En consecuencia, Resico y Timor (2011) afirman que el objetivo del crecimiento económico es proporcionar una mayor y mejor oferta de bienes y servicios a la población de una

economía determinada. Esto significa que el objetivo es lograr una mejora en la cantidad de bienes y servicios finales generados dentro de la nación durante un período determinado.

2.2.3 *Producto Interno Bruto*

El Producto Interno Bruto (PIB) se relaciona con el valor total de los bienes y servicios que oferta un país en un tiempo específico a precios del mercado, no importa si los creadores son nacionales o extranjeros (Redondo et al., 2017). En sí, el PIB es el valor de todo lo final que crean los elementos de trabajo en un país durante doce meses. (Astudillo & Paniagua, 2012).

Como resultado, la medición del crecimiento económico puede hacerse a través el aumento por ciento del PIB a precios que no cambian para un año especial o mirando el aumento del producto por persona, especialmente PIB real por cabeza (BCE, 2007). Redondo et al., (2017) dan la fórmula para calcular el PIB:

$$PIB = C + I + G + (X - M)$$

Donde:

- Gasto que hacen la familias en bienes y servicios
- Inversión en bienes que se utilizan para hacer nuevos productos y servicios
- Gastos del gobierno en cosas y servicios
- Venta al exterior: Dinero ganado al vender algo fuera menos el costo de lo que compramos de otros países.

En su estudio sobre el tema Rache y Blanco (2010) explican la idea del Producto Interno Bruto de la siguiente manera:

- El término "De todos" abarca todos los artículos hechos en el economía y vendidos legalmente en los mercados; pero algunos productos no están incluidos por problemas para medir su valor. La frase "Cosas y Servicios" habla de ambas cosas que se puede tocar

(como comida y ropa) y servicios o cosas que no puedes tocar (como educación, salud, turismo y más).

- Consumo intermedio no incluido en los bienes finales" quiere decir que el PIB solo cuenta el precio de los bienes finales ya que el valor de los bienes intermedios está en los precios de los artículos finales.
- "Hecho dentro de un país" explica sobre crear bienes o servicios que están producidos dentro de las fronteras de una nación.
- Dentro de un plazo particular se refiere al tiempo que dura la creación, que normalmente se mide en un año o un trimestre. (págs. 132-133)

2.2.4 PIB nominal a precios constantes

El PIB puede dividirse en dos clases: PIB nominal y PIB real. El PIB nominal se explica como el «producto interno bruto calculado a precios actuales de mercado de la producción final completa de un país en un año dado (Rache de Camarg & Blanco, 2010). Significa en esencia el valor total del mercado de todos los productos y servicios finales hechos en un país durante un tiempo específico, mostrando las condiciones actuales del mercado (Larraín & Sachs, 2002).

En una serie parecida, Krugman y Wells (2007) muestran el PIB nominal como el valor total de los productos y servicios finales que se hacen en una economía durante un año; este se calcula usando los precios del año en que sale la producción. Por otro lado, Zambón y Giuliani (2025) piensan que medir la riqueza que crea una economía con el PIB nominal es malo; pues sus cambios muestran tanto las variaciones de precios como cantidades hechas o vendidas.

2.2.5 PIB real a precios corrientes

Según Krugman y Wells (2007) el PIB real es el valor total de los bienes y servicios finales hechos en la economía durante un año, calculado como si los precios no hubieran cambiado

respecto a un año especial llamado año base. Por lo tanto, Zambón y Giuliani (2025) señalan que el PIB real es la mejor manera de analizar cómo cambia la producción real. Ya que su cálculo elimina el impacto de las subidas y bajadas de precios. Esta forma estudia las grandes cantidades producidas y vendidas a precios del año de base; dejando fuera el valor dicho en cantidades verdaderas.

También, "la producción a precios del año básico muestra crecimiento en la economía debido a más bienes y servicios producidos, no por aumentos de costo" (Larraín & Sachs, 2002, p. 43).

2.3 Turismo

La definición de turismo fue hecha por Schattenhofen, según Acerenza (2006), en 1911. El turismo es una acción que incluye todas las cosas, sobre todo las partes de economía, que se manifiestan en el ingreso, la estadía y el regreso de visitantes a, dentro y fuera de un lugar, nación o estado específico (p. 12). También el reporte de las Naciones Unidas (2000) dice que la idea de turismo se trata sobre:

Las actividades que hacen las personas cuando viajan y viven en lugares fuera de su área de normal por menos de un año, por cosas como pasatiempo, trabajo y otras razones que no tienen que ver con lograr un tarea pagada en el sitio que está visitando. (p.7)

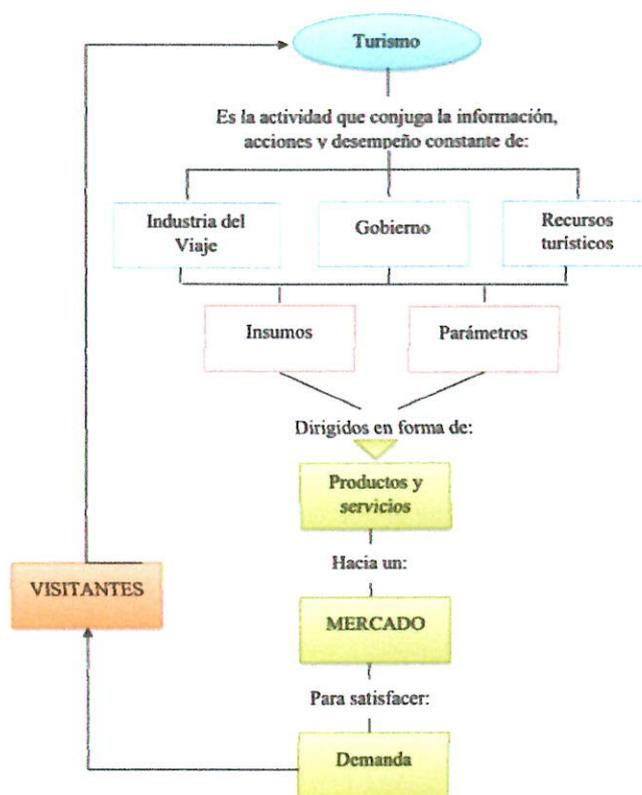
Sin embargo, los autores Guerrero y Ramos (2014) señalan que:

El turismo es una acción que reúne los trabajos y la unión de recursos turísticos, tanto los naturales como los creados por el ser humano, al marco del gobierno y su manejo, además del grupo de turismo. Dentro de esta idea, se usan cosas como bienes, sistemas tácticas y dinero en relación con el negocio, la ética, la calidad la sostenibilidad y dar info correcta y completa. Este manejo ayuda a hacer productos y servicios que necesitan esfuerzos integrales, dirigidos a un mercado donde las ventas de dinero pasan fuera de la zona donde están disponibles. Este modo trata las

variadas razones y necesidades de viajar de los visitantes en un tiempo desde un día hasta un año (Figura 2) (p.34).

Figura 2

Concepto de turismo



Fuente: Guerrero y Ramos (2014)

2.3.1 Formas del turismo

Desde la perspectiva de las Naciones Unidas (2000), el turismo puede categorizarse en relación a un país específico de la siguiente manera:

- a) Turismo interno, que implica a los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia;
- b) Turismo receptor, definido como los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia; y

- c) Turismo emisor, referido a los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia. (p.7)

Según esta clasificación, se pueden distinguir diversas formas de turismo sustituyendo el término «país» por «región» para referirse al turismo dentro de un país o región (Libri et al., 2023)

2.3.2 Conceptualización del turismo y su impacto económico

Según, Acerenza (2006) el estudio del turismo y su aporte económico es importante porque:

Se ve marcada por las opiniones de políticos y economistas antes de la Primera Guerra Mundial sobre cómo el dinero de los turistas afecta la balanza de pagos de algunos países. Este reconocimiento ha provocado varios intentos por crear un lazo entre la economía y el turismo, pero la Secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) dice que el negocio del turismo que incluye muchas actividades de comercio e industrias que hacen cosas y dan servicios a los turistas extranjeros y nacionales tiene ramificaciones no solo en el crecimiento económico sino también en el progreso social, cultural y político (p.12).

El turismo es una actividad que trata del movimiento de personas fuera de su lugar normal por un tiempo corto, con razones como descansar, hacer negocios u otras cosas. Según el Organismo Mundial del Turismo (OMT), usa el montón de acciones que hacen los individuos durante sus viajes y estancias en sitios distintos a su lugar de hogar, con una duración menor a un año y sin trabajar en el lugar donde viajan (Bravo et al., 2021). El turismo puede ser dividido en muchas maneras según sus objetivos y características. Entre estas clasificaciones más importantes están el turismo dentro del país de origen del viajero, el turismo entre países, que incluye ir a países extranjeros; el ecoturismo, que da más importancia a cuidar el medio ambiente y mezclarse con culturas locales; y el turismo arriesgado, que tiene cosas como caminatas difíciles, escalar montañas y deportes extremos.

El turismo tiene un gran rol en el crecimiento del dinero de los países, ayudando mucho a varios tipos de trabajo como hoteles, comida, transporte y el comercio. La importancia de este sector en la economía se muestra en los cambios del PIB y en lo activa que son las economías pequeñas, como dicen los reportes sobre turistas que señalan el aumento del número de personas que visitan nuestro nación. La visita a lugares también impulsa invertir en carreteras y edificios, y a la la diversificación de la oferta de servicios, lo que fortalece a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que suelen depender bastante de la llegada de turistas (Macias et al., 2024).

El gran beneficio que el turismo puede traer es dar trabajo y divisas. Un sector que usa mucha mano de obra ofrece empleo directos en hoteles, aeropuertos, restaurantes y agencias de viaje, así como empleo indirecto en agricultura, artesanía y deporte (Bone Rodríguez, 2023). Aparte de esto, la visita de turistas de otros lados trae más dinero, lo que impulsa una mayor entrada de divisas mismas que se pueden volver a invertir en mejorar los servicios turísticos. En naciones como Ecuador donde el turismo es visto como una área importante su crecimiento puede ser útil para mejorar el desarrollo sostenible y limitar la pobreza (Largo & Posligua, 2023).

2.3.3 Historia y evolución del turismo en Ecuador

Los inicios del turismo en Ecuador se encuentran relacionados con la entrada de la época colonial, cuando los europeos vinieron a esta zona con muchas ideas para vender cosas, llevar su fe y hacer ciencia. Pero no fue hasta el siglo veinte que ir de vacaciones se hizo algo más planeado, ya que el país comenzó a llamar la atención de personas por su hermosa llanura, cultura e historia. En los años iniciales del siglo pasado el turismo se saba principalmente en las grandes ciudades como Quito y Guayaquil junto a otros lugares muy notables como las Islas Galápagos y áreas de montaña. Las culturas viejas y variedad de vida sigue siendo muy atractiva a varios turistas

nacionales e internacionales mientras que el crecimiento del viajes es detenido por tener poco instalaciones (Gracia & Días, 2025).

El avance del desarrollo turístico innovador se ve motivado por reglas actuales. Desde el siglo pasado, el gobierno ecuatoriano ha sabido el gran efecto que tiene el turismo en la economía de su país, por eso ha hecho planes para mejorar el crecimiento económico y cultural impulsando más actividades turísticas a nivel nacional (Brazales et al., 2025). Entre los años 70 y 80 introdujeron medidas para proteger la variedad de vida, ayudadas por un marco legal destinado a mejorar la infraestructura de los hoteles y medios de transporte. Con estas acciones estratégicas, el Ministerio de Turismo ha mejorado mucho la posición del país como un lugar global turístico al ofrecer servicios nuevos y cómodos (Moreano & Bautista, 2021).

En estos años, el turismo ha tenido un gran cambio, mostrando un 120 % de aumento. Este gran salto se debe a las campañas en internet con vídeos y anuncios que llaman la atención de muchos viajeros sobre hoteles, Airbnb y agencias dentro del país, todos enfocados en la oportunidad de ver naturaleza y vida diversa. Las Islas Galápagos, que son Patrimonio Mundial para UNESCO, han hecho que nuestro país sea un lugar muy variado y dan buen ejemplo sobre el ecoturismo (Palomino, 2025).

2.3.4 Medición de la actividad turística

Las Naciones Unidas (2000) afirma que la evaluación de la actividad turística requiere un examen del consumo del visitante, que abarca el gasto total realizado por el visitante, o en nombre del visitante, a lo largo de su viaje y estancia en el destino. Esta métrica comprende:

- Todos los gastos incurridos por o en nombre de un visitante por bienes y servicios de consumo durante el viaje, independientemente de su naturaleza;

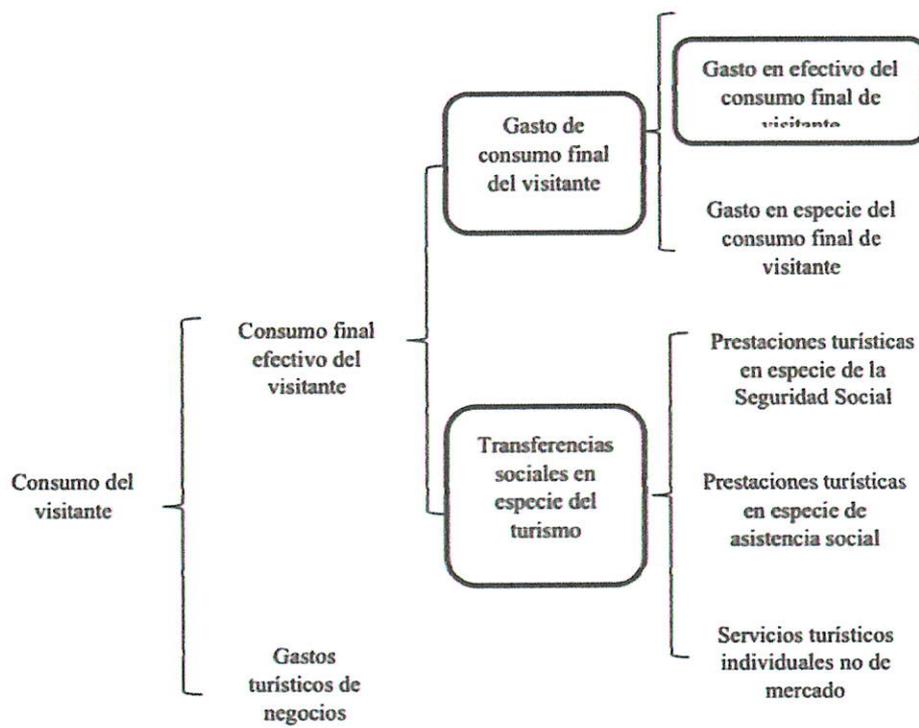
- Todos los gastos incurridos antes del viaje por o en nombre de un visitante por bienes y servicios necesarios para la planificación y ejecución del mismo, incluyendo artículos directamente relacionados con el viaje, así como artículos personales menores, recuerdos y regalos para familiares y amigos;
- Todos los gastos incurridos después del viaje por o en nombre de un visitante por bienes y servicios claramente relacionados con el viaje.

Los bienes de consumo duradero tendrán un tratamiento diferente de acuerdo al siguiente convenio:

- El gasto del turista incluye todo tipo de bienes de consumo duraderos como objetos hechos para ser usados muchas veces o lo que se hace solo para el turismo, durante todo el viaje.
- También, los productos duraderos destinados y que son solo para el viaje, al igual que otras pequeños artículos duraderos y que sirven para uso personal son parte del consumo del turista sin importar si se compran antes o después del viaje.
- También, aparte del mundo de los viajes, sol sólo la adquisición de bienes duraderos cuenta como parte del dinero que gasta el visitante (Figura 3) (Naciones Unidas, 2000, p. 30).

Figura 3

Componentes del consumo del visitante



Fuente: Naciones Unidas (2000)

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo muestra el marco metodológico escogido de esta tesis, explica la forma de investigar escogida, enseña los tipos de herramientas para la recolección de información y los diferentes procedimientos realizados para analizar la información obtenida bajo el contexto estudiado. Este capítulo también muestra al lector la muestra de estudio seleccionado y sus respectivas características, también explica cómo se analizan los datos. En resumen, cada parte está conectada con lo que el estudio busca, eso asegura la correcta forma de trabajo y la validez lógica en todo el proceso.

3.1 Enfoque de investigación

Este estudio usa el reconocido método cualicuantitativo o mixto, empleando un esquema que une formas numéricas y descriptivas para tener un entendimiento completo de los asuntos de turismo y crecimiento económico analizados. Este método es clave pues ayuda a establecer cómo las personas que realizan actividades de turismo tienen un impacto directo con el PIB local y los trabajos generados, también permite estudiar las opiniones de diferentes actores en el sector turístico en el área de Manta.

Creswell y Plano (2023) dicen que un enfoque de métodos mixtos significa combinar la recolección, el estudio o ambos de números y palabras en un solo trabajo. Este enfoque se une al anterior para dar una mejor idea de la pregunta en investigación que ninguno de los dos enfoques solo. En este sentido los números ayudan a ver indicadores claros del crecimiento turístico y el efecto que tiene en las cosas grandes económicas locales. Por otro lado, usar información cualitativa ayudará a entender estos resultados mejor porque añade las opiniones de los interesados, permitiendo hacer un análisis más profundo.

3.2 Tipo de investigación

Este estudio es descriptivo y correlacional, y su meta es mostrar los actos turísticos y económicos en la zona de Manta entre los años 2020 y 2024, explicando su cambio y dinamismo recientes. Como dicen Hernández- Sampieri et al., (2014), la investigación descriptiva intenta ver los rasgos, peculiaridades y perfiles de gente, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno observado.

Por otro lado, la investigación es correlacional ya que examina la relación entre la actividad turística y la economía local para ver qué tanto un elemento influye al otro. De acuerdo con Hernández- Sampieri et al., (2014), este tipo de investigación busca medir la conexión entre dos o más ideas o variables en un lugar dado. Esta clase de análisis es muy importante para respaldar la idea de que una actividad turística mayor tendrá un efecto bueno en el desarrollo económico del área.

3.3 Métodos de investigación

Usando el enfoque mixto se siguieron estos métodos:

En consonancia con el enfoque de métodos mixtos, se utilizan los siguientes métodos de forma complementaria: Método analítico-deductivo: Según Según Bunge (2001) el acercamiento analítico implica dividir un todo en sus partes para mirar a ellos y sus conexiones dentro. Este acercamiento es muy importante para dividir los eventos observados en sus partes clave y juzgar el rol del turismo en el crecimiento de la economía y la creación de empleo. También se usa cuando se revisan datos y se explican estadísticas.

Método estadístico: Según Bunge (2001) la estadística es muy importante para sacar conclusiones buenas de los datos, ayudándonos a entender y prevenir eventos sociales y

económicos mediante técnicas numéricas correctas. Este modo también se usa para poner en orden, trabajar y mirar los datos cualitativos cogidos por encuestas hechas por órganos del gobierno o sacados de herramientas usadas en investigaciones de trabajo

Método inductivo-comparativo: Este modelo forma parte del análisis cualitativo; ya que permite analizar las ideas que tienen expertos y dueños de empresas turísticas a través de charlas semiabiertas y ayuda a encontrar similitudes, diferencias y patrones en las historias unidas, mejorando como vemos lo encontrado durante el estudio.

3.4 Población, muestra y tipo de muestreo a realizar

Los grupos que forman parte de esta investigación son dos tipos:

- Dueños y personas a cargo de empresas pequeñas en el sector turístico del área Manta (hoteles, residenciales, comida, viajes, guías, y más).
- Maestros universitarios e investigadores expertos en economía o turismo que trabajan en instituciones de educación superior de la región.

Ya que se busca llegar a personas con experiencia directa en la dinámica turística local, se va a usar un muestreo por conveniencia, el cual consiste en escoger personas o cosas que estén disponibles y que den información útil sobre lo que se estudia. Otzen y Manterola (2017) señalan que “el muestreo por conveniencia es útil cuando el investigador busca información rápida y específica, especialmente en contextos exploratorios o de acceso limitado” (p. 235).

Se seleccionó una muestra conformada por al menos 30 representantes de PYMES turísticas y 10 expertos académicos, número que permitirá alcanzar la saturación teórica en el componente cualitativo y obtener indicadores válidos en el análisis estadístico. La selección se hizo bajo los siguientes criterios de inclusión: pertenecer al sector turístico, operar en Manta durante el periodo 2020–2024, y contar con información relevante.

3.5 Técnicas de recolección de datos empleadas

Para mejorar la validez de la información recopilada y garantizar la triangulación de fuentes, se emplearán las siguientes metodologías:

Encuesta estructurada: Permite la comparación de resultados y la implementación de un análisis estadístico riguroso (Hernández-Samperi et al., 2014). En el caso de este estudio, diseñamos una encuesta con preguntas cerradas (en una escala de Likert) para distribuirla entre representantes de pymes turísticas con el fin de cuantificar datos sobre niveles de empleo, inversiones, ingresos y percepciones sobre el crecimiento económico.

Entrevistas semiestructuradas: Esta técnica cualitativa tiene la flexibilidad de profundizar más en nuevos temas, mientras se adhiere a los objetivos de investigación (Trindade, 2016). Los entrevistados incluyen profesionales, funcionarios del gobierno y personas del tema del turismo para descubrir opiniones sobre como el turismo ayuda a la economía local, descubrir obstáculos en el sistema y recibir ideas para su crecimiento duradero.

Revisión documental: Se reunió una gran cantidad de datos, como informes de números, investigaciones pasadas, folletos turísticos, listas de datos oficiales y papeles técnicos del Ministerio de Turismo, el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), el Banco Central del Ecuador y el Gobierno Regional de Manta (Gobierno del Ecuador). Esta indagación ayuda a poner en marco los hallazgos por observación (Ruiz Olabuénaga, 2012).

3.6 Análisis de datos

El estudio de los datos recogidos se hizo siguiendo las reglas del enfoque mixto:

Análisis cuantitativo: Acorde Hernández- Sampieri et al., (2014) el estudio numérico hecho con cuidado “deja examinar si las ideas que se han propuesto son verdaderas estadísticamente dando pruebas claras acerca problemas sociales o económicos” (p. 121). Los

informes recibidos por medio de preguntas fueron evaluados usando herramientas de estadísticas como Microsoft Excel y SPSS con fórmulas de estadística describiendo y de estadística sacando conclusiones para ver cómo influye el crecimiento del turismo en varios aspectos económico.

Análisis cualitativo: Las entrevistas se escribieron y codificaron según temas de acuerdo con el método de Ruiz Olabuénaga (2012); en ese enfoque se encuentran las clases nuevas que ayudan a entender cómo ven los participantes el efecto ecológico de turismo en Manta.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS

4.1 Análisis de encuesta

A continuación se muestran los datos de la encuesta hecha a 30 personas quienes trabajan en pequeñas y medianas empresas (PYMES) del campo del turismo en la ciudad Manta. El fin de esta encuesta era establecer si el desarrollo de la industria del turismo ayuda a crecer el Producto Interno Bruto local y su habilidad para crear trabajos desde 2020 hasta 2024. La muestra se partió en tres grandes grupos: 15 hoteles y lugares para quedarse, 8 agencias de viaje y organizadores de turismo, y 7 negocios que apoyan el turismo, como restaurantes, escuelas de deportes en agua y servicios para mover a turistas. A los encuestados se les hicieron 14 preguntas concisas con una escala Likert de cinco puntos (1 = Muy en contra, 5 = Muy a favor), agrupadas en categorías sobre trabajo, ganancias, gastos y visión del aumento turístico en el área.

Tabla 1

Evolución del empleo en las PYMES turísticas desde 2021

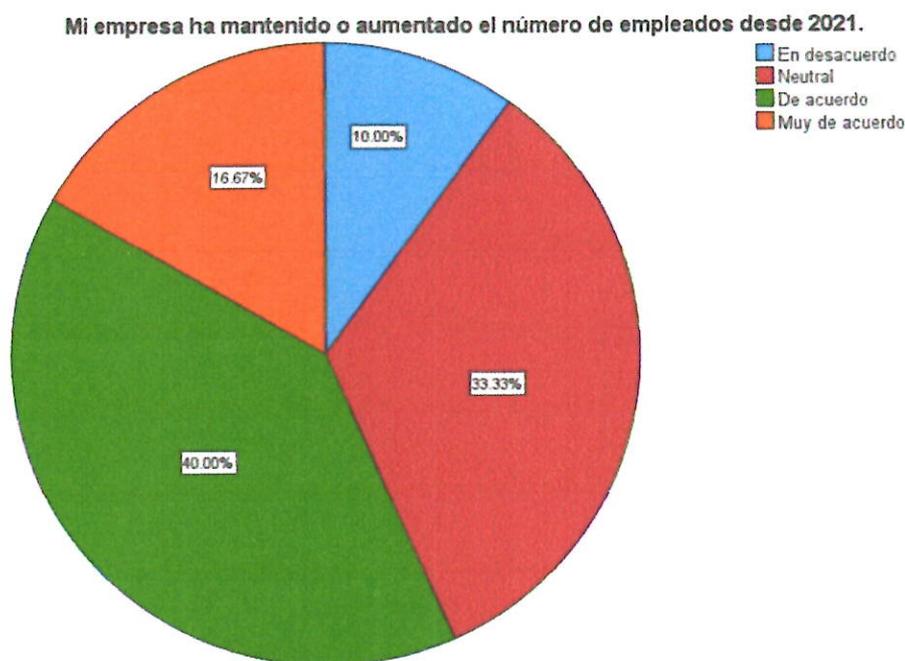
Mi empresa ha mantenido o aumentado el número de empleados desde 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	10	33.3	33.3	43.3
	De acuerdo	12	40.0	40.0	83.3
	Muy de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 1

Distribución de respuestas sobre el mantenimiento o aumento del empleo desde 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El primer gráfico analiza si “Mi negocio ha mantenido o sumado empleados desde 2021”– la tendencia en general es buena: el 56,7% de los encuestados (40,0% “De acuerdo” y 16,7% “Muy de acuerdo”) dice que el trabajo seguio igual o subió. Solo el 10,0% está contra un cambio grande y 33,3% se queda neutral. Esta información muestra que muchos locales sostuvieron su cantidad de personas trabajando o lo agrandaron tras la pandemia, lo que indica que tener trabajos fijos ha sido bastante normal. Dicha firmeza encaja con la importancia del turismo como creador de puestos en la economía del país. En fin, este resultado ayuda la idea de que el crecimiento del turismo ayuda a conservar o incrementar el empleo local, al menos en más de la mitad de los negocios que participaron en el estudio.

Tabla 2

Impacto de la reactivación turística en nuevas contrataciones

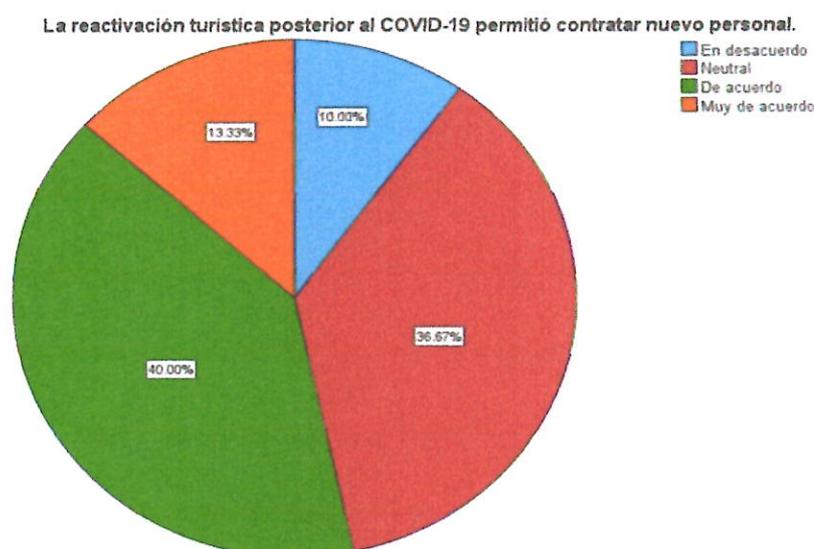
La reactivación turística posterior al COVID-19 permitió contratar nuevo personal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	11	36.7	36.7	46.7
	De acuerdo	12	40.0	40.0	86.7
	Muy de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 2

Distribución de respuestas sobre contratación de nuevo personal tras la reactivación turística



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El segundo gráfico estudia si "La reactivación del turismo luego del COVID-19 dejó contratar nuevo personal" – también dominan los puntos de vista de que sí 53,3% (40,0% "De acuerdo" + 13,3% "Muy de acuerdo") reconoce contrataciones adicionales. Solo un 10,0% discrepa y un 36,7% no tiene opinión clara. En muchas empresas la vuelta del turismo fue junto nuevas contrataciones. Este patrón se asemeja a cifras que muestran una recuperación del trabajo en el turismo en 2022 dado por el aumento de la actividad turística. En cuanto a práctica, los encuestados piensan que la reapertura y gran visita de turistas después de la crisis sanitaria ayudó a hacer más empleos.

Tabla 3

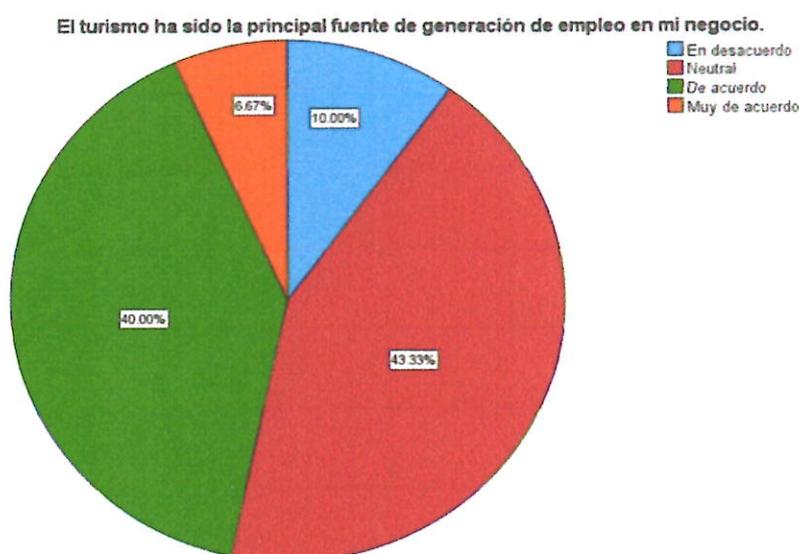
El turismo como fuente principal de empleo en el negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	13	43.3	43.3	53.3
	De acuerdo	12	40.0	40.0	93.3
	Muy de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 3

Distribución de respuestas sobre el turismo como fuente principal de empleo



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El tercer gráfico estudia si "El turismo ha sido la fuente principal de trabajo en mi empresa". Aquí la opinión es un poco mezclada: el 46.7% de los que respondieron (40.0% "Sí" + 6.7% "Por supuesto") piensa que el turismo sí fue la mayor fuente de trabajo. Sin embargo, un 43.3% se muestra neutral y el 10.0% no está de acuerdo. Esto muestra que, aunque el turismo ayuda al empleo de muchas empresas, no es la única forma de crear puestos de trabajo para todas. En cuanto a la sociedad, eso indica que hay otros sectores o actividades locales importantes para el trabajo.

Tabla 4

Tendencia de rotación de personal en los últimos años

La rotación de personal ha disminuido en los últimos años.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
Neutral	10	33.3	33.3	40.0
De acuerdo	9	30.0	30.0	70.0
Muy de acuerdo	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 4

Distribución de respuestas sobre la disminución de la rotación laboral



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

En el cuarto gráfico, establece la idea “La rotación de empleados ha bajado en los últimos años” recibió 60,0% votos positivos (30,0% “Conforme” + 30,0% “Muy conforme”), 6,7% en contra y 33,3% neutral. La mayoría cree que en los tiempos recientes la vacante de empleos ha bajado. Si los trabajadores mantienen sus puestos por largo tiempo; se puede ver una disminución en cambios y un signo de mejores condiciones o una demanda continua. Eso es bueno para economía ya que va con un ambiente en alza al subir el número de turistas mas

trabajadores necesitamos lo que hace menos falta reemplazar personas cada ratito . En resumen, esta línea apoya la idea que el crecimiento del turismo ha mejorado la estabilidad laboral en Mantá.

Tabla 5

Crecimiento del volumen de ventas desde 2021

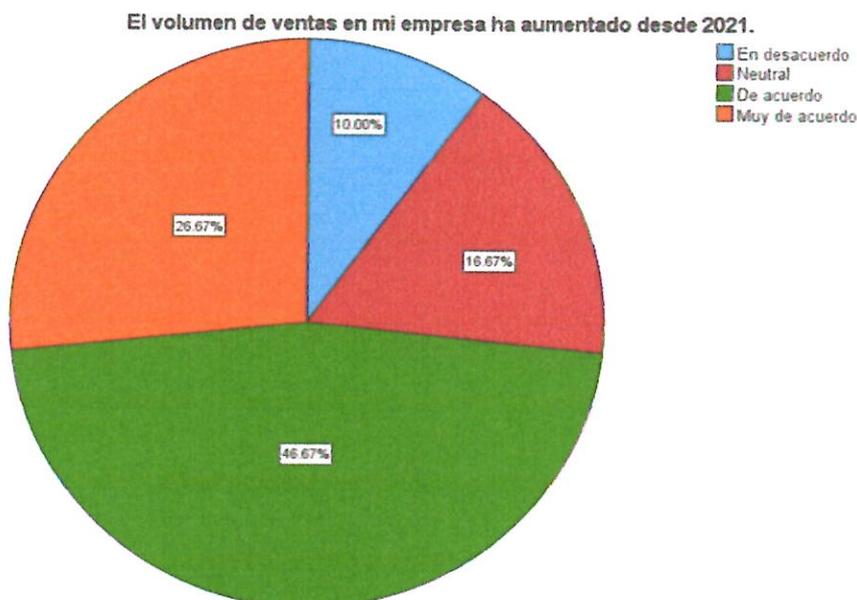
El volumen de ventas en mi empresa ha aumentado desde 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	5	16.7	16.7	26.7
	De acuerdo	14	46.7	46.7	73.3
	Muy de acuerdo	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 5

Distribución de respuestas sobre el aumento del volumen de ventas desde 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El quinto gráfico explora “El volumen de negocios en mi empresa ha subido desde 2021”. Otra vez se presentan muchos resultados favorables: el 73,4% (46,7% “De acuerdo” + 26,7% “Muy de acuerdo”) dice más ventas, contra 10,0% que no están de acuerdo y 16,7% sin opinión clara. Esto muestra que casi tres de cada cuatro dueños de negocios vieron una mejora en su dinero por

ventas durante el tiempo examinado. En términos económicos, este aumento puede decir que un mayor número de visitantes ha causado más demanda por cosas y servicios, ayudando a las tiendas locales. En resumen, el aumento grande en ventas apoya la idea de que el turismo ayuda al crecimiento económico de las empresas encuestadas en Manta.

Tabla 6

Efecto de las temporadas turísticas en los ingresos empresariales

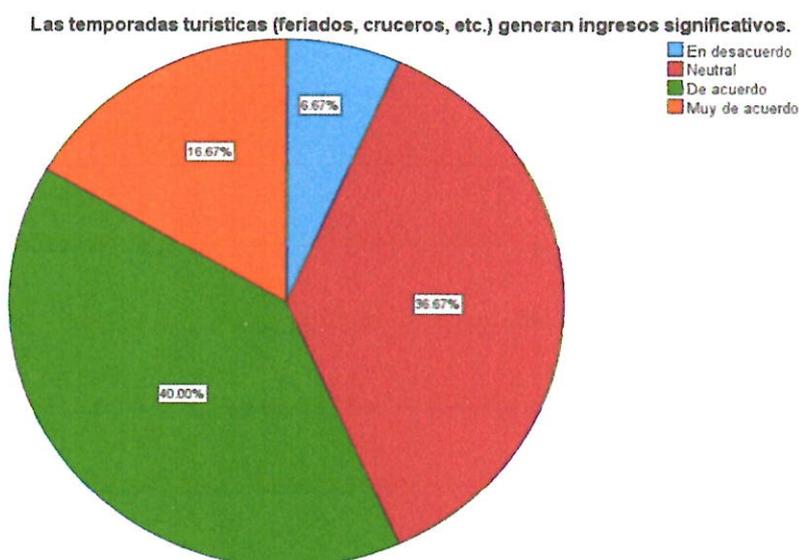
Las temporadas turísticas (feriados, cruceros, etc.) generan ingresos significativos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
Neutral	11	36.7	36.7	43.3
De acuerdo	12	40.0	40.0	83.3
Muy de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 6

Distribución de respuestas sobre los ingresos generados en temporadas turísticas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El sexto gráfico estudia “Las temporadas turísticas (feriados, cruceros, etc.) dan ingresos grandes”. Esto nos deja con un 56.7% (40.0% + 16.7%) que está de acuerdo, un 6.7% en

desacuerdo y un 36.7% neutral sobre el tema. El 57% de las personas que fueron preguntados cree que los momentos de mucho tráfico turístico corresponden a picos de dinero. Eso quiere decir que temas como las vacaciones o la llegada de cruceros son un ayuda real a los dueños de negocios en su lugar. En grande es coherente con estudios que muestran lo que el turismo aporta al PIB y al empleo; las épocas altas aumentan bastante la actividad del dinero. Por lo tanto, el buen impacto que traen las temporadas turísticas ayuda a demostrar lo importante que es el turismo como fuente de ingreso adicional en la ciudad.

Tabla 7

Comparación de ingresos entre los años 2023 y 2020

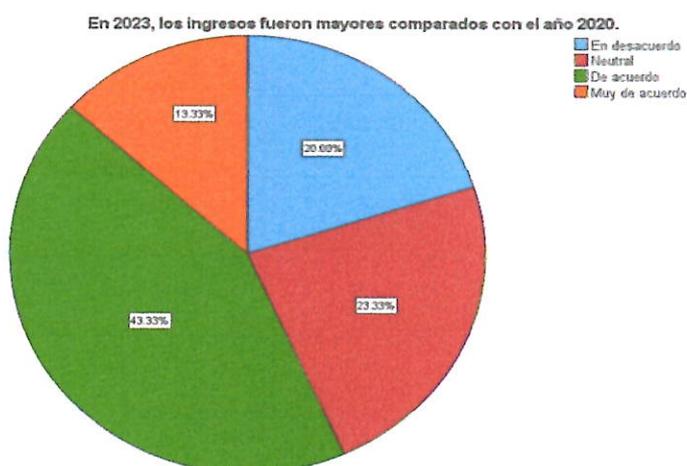
En 2023, los ingresos fueron mayores comparados con el año 2020.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	20.0	20.0	20.0
	Neutral	7	23.3	23.3	43.3
	De acuerdo	13	43.3	43.3	86.7
	Muy de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 7

Distribución de respuestas sobre ingresos en 2023 frente al 2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante encuesta a PYMES turísticas de Manta y procesados en SPSS, 2025.

Un séptimo gráfico analiza si “En 2023, los ingresos fueron más altos que en el año 2020”. El 56,6% (43,3% “Sí” + 13,3% “Mucha de acuerdo”) respondió que sí, mientras 20,0% dijo que no y el 23,3% quedó neutral. La mayoría muestra que los ingresos subieron en 2023 comparado con 2020, lo que prueba una mejora económica después de la pandemia. Esto parece que la economía del lugar ha mejorado con el tiempo; quizá por el aumento del turismo. De hecho datos del país muestran que este sector tuvo una gran mejora en 2022 gracias a el relanzamiento del trabajo.

Tabla 8

Percepción sobre el impacto de estrategias gubernamentales en los ingresos

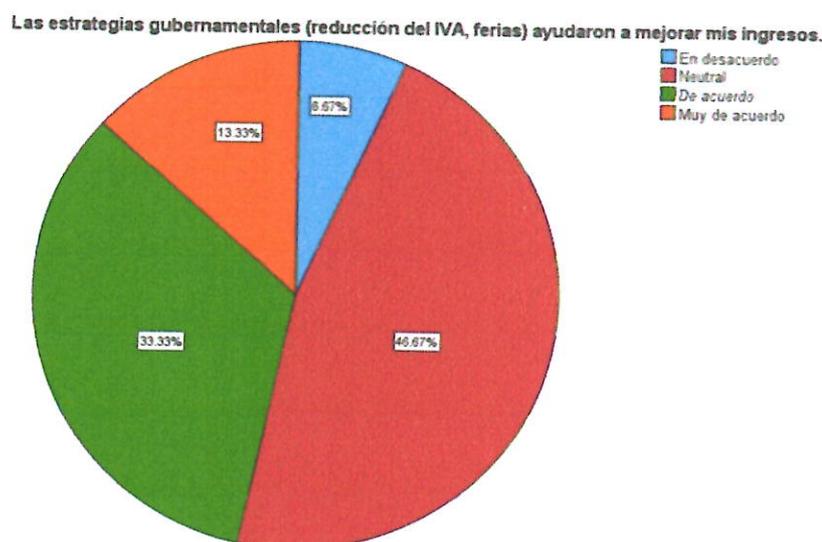
Las estrategias gubernamentales (reducción del IVA, ferias) ayudaron a mejorar mis ingresos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	Neutral	14	46.7	46.7	53.3
	De acuerdo	10	33.3	33.3	86.7
	Muy de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 8

Distribución de respuestas sobre el efecto de las estrategias gubernamentales en los ingresos



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El octavo gráfico explica si "Las técnicas del gobierno (menos IVA, ferias) ayudaron a subir mis ingresos". De los encuestados, el 46% (33.3% "De acuerdo" + 13.3% "Totalmente de acuerdo") pensaba que había tenido un efecto bueno. 6% no tenían opinión y el cuarenta y seis por ciento no sabía bien. Esto muestra que solo algunos dueños de negocios ven un beneficio claro de las leyes; casi mitad no lo ve fácilmente. En la vida real, sugiere que esas acciones tuvieron un efecto débil o diferente en las empresas locales. Por último, este numeral da prueba dudosa: las formas estatales parecen haber ayudado un poco a la subida económica local pero no mucho para todos.

Tabla 9

Realización de inversiones empresariales desde 2021

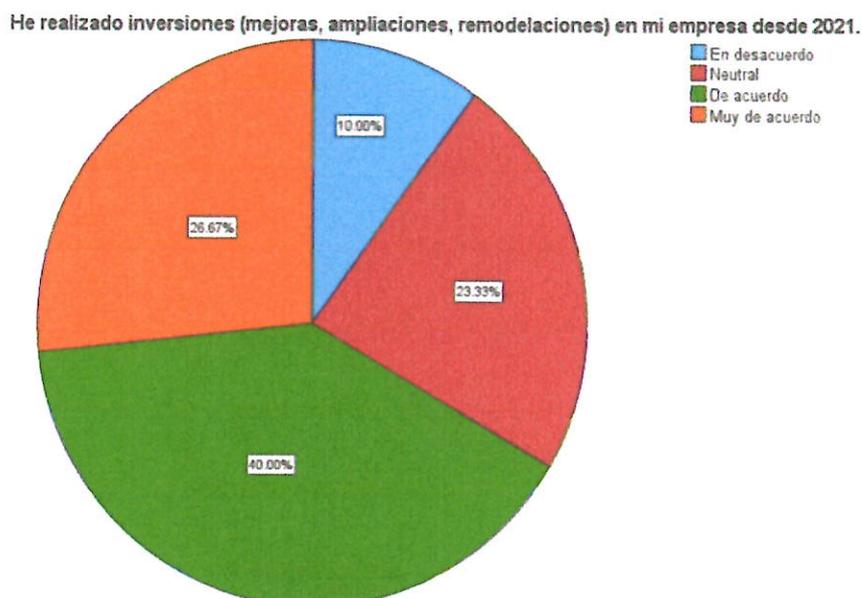
He realizado inversiones (mejoras, ampliaciones, remodelaciones) en mi empresa desde 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	7	23.3	23.3	33.3
	De acuerdo	12	40.0	40.0	73.3
	Muy de acuerdo	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 9

Distribución de respuestas sobre inversiones empresariales realizadas desde 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El noveno gráfico considera “He realizado inversiones (mejoras, ampliaciones, remodelaciones) en mi empresa desde 2021”. Aquí el 66,7% (40,0% “Sí estoy de acuerdo” + 26,7% “Muy a favor”) lo ha hecho frente a un 10,0% que no y un 23,3% neutral. Este dato muestra que gran parte puso dinero para crecer o mejorar su empresa en los pasados años. Dicho acto inverso indica confianza en las oportunidades del mercado local, ayudada por el turismo.

Tabla 10

Influencia de las expectativas turísticas en decisiones de inversión

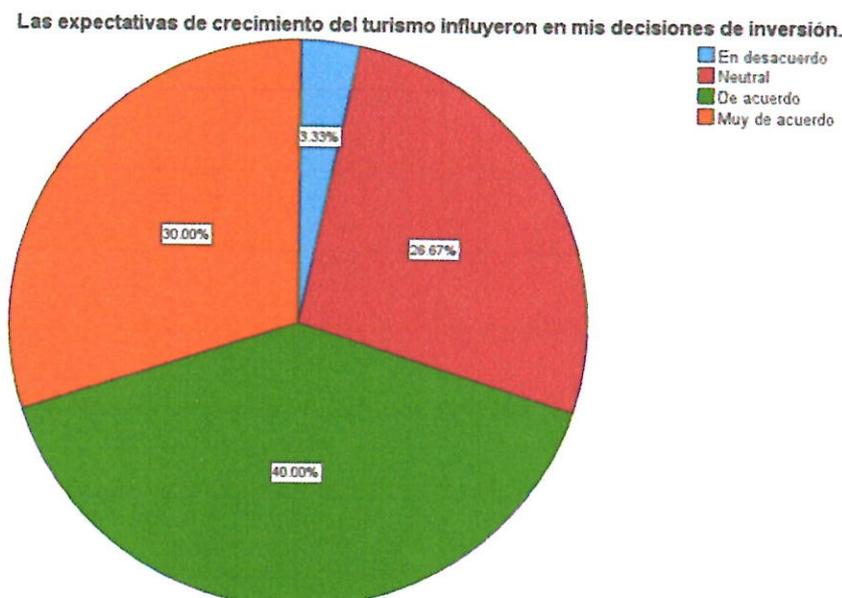
Las expectativas de crecimiento del turismo influyeron en mis decisiones de inversión.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
Neutral	8	26.7	26.7	30.0
De acuerdo	12	40.0	40.0	70.0
Muy de acuerdo	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 10

Distribución de respuestas sobre influencia de expectativas turísticas en decisiones de inversión



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El décimo gráfico pregunta si “Las expectativas de crecimiento del turismo influyeron en mis decisiones de inversión”. Claramente, el 70,0% (40,0% “De acuerdo” + 30,0% “Muy de acuerdo”) afirma que sí, 3,3% dice que no, y 26,7% queda neutral. Esto muestra a siete de cada diez empresarios, la idea de un turismo en gran crecimiento es un punto importante al invertir. Desde un análisis numérico, enseña que las ideas sobre turismo motivan a inversión privada.

Tabla 11

Percepción del turismo como motor de la economía local de Manta

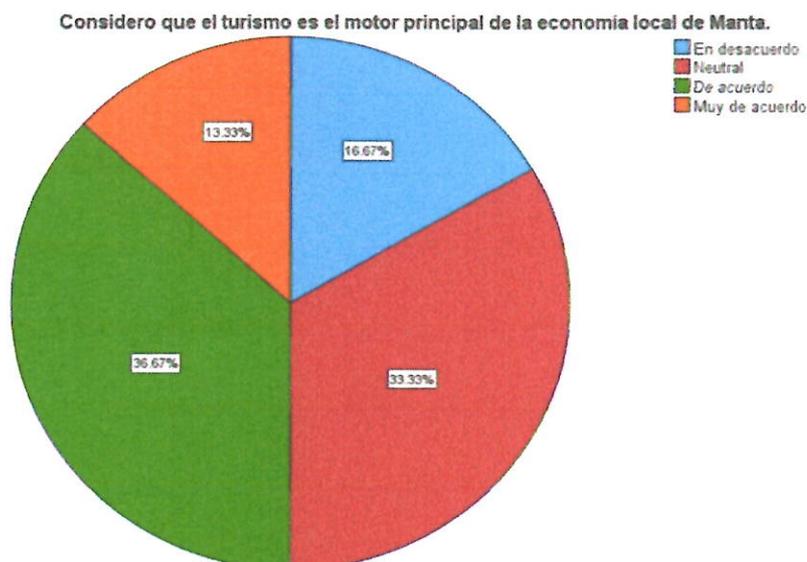
Considero que el turismo es el motor principal de la economía local de Manta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
Neutral	10	33.3	33.3	50.0
De acuerdo	11	36.7	36.7	86.7
Muy de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 11

Distribución de respuestas sobre el turismo como motor económico local



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El undécimo gráfico corresponde a la afirmación “El turismo ha impulsado el crecimiento económico de Manta desde el año 2020”. Un 76.7% en total estuvo de acuerdo (43.3% de acuerdo y 33.4% muy de acuerdo), mientras que solo 13.3% estuvo neutral, y un 10.0% sobrante no estuvo de acuerdo. Esto muestra un comentario que se escucha mucho: que el turismo ha sido un buen apoyo económico para esta comunidad. La convicción en el efecto que tiene el turismo como dinamizador de la economía se une a las acciones del governmento pos-pandemia para aumentar los numerosos visitantes de los últimos años. Por eso, este nuevo dato respalda la idea de que el turismo ha ayudado mucho al auge económico de Manta.

Tabla 12

Dinamización de otros sectores por efecto del crecimiento turístico

El crecimiento turístico ha dinamizado otros sectores económicos en la ciudad.

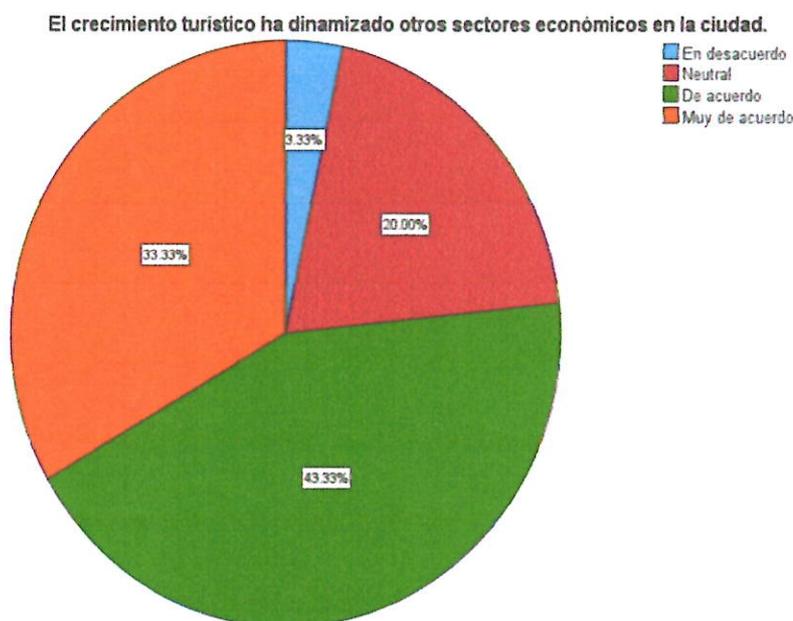
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Neutral	6	20.0	20.0	23.3
	De acuerdo	13	43.3	43.3	66.7

Muy de acuerdo	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 12

Distribución de respuestas sobre impacto del turismo en otros sectores económicos



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El duodécimo gráfico plantea “El turismo ha mejorado los ingresos de mi familia o entorno cercano”. Aquí, un 63,4% estuvo de acuerdo (40%) o muy de acuerdo (23,4%) frente a un 23,3% neutro y un 13,3% en desacuerdo. Aunque la mayoría ve un bien económico directo o incierto en sus ingresos familiares, el nivel de acuerdo es menor que en la pregunta antes. Esto podría decir que el efecto económico del turismo no ha sido igual para todos los hogares. Pero los resultados muestran que hay conexión entre turismo e ingresos, lo que fortalece su papel como parte muy importante de la economía.

Tabla 13

Impacto del turismo en las condiciones de vida de los residentes

El turismo ha mejorado las condiciones de vida de los residentes de Manta.

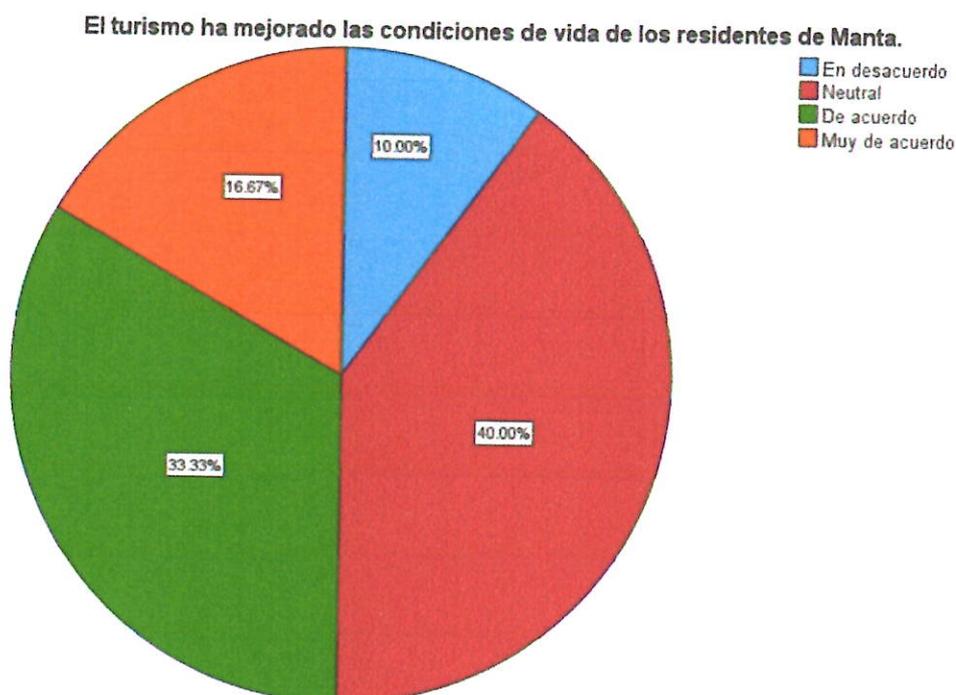
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Neutral	12	40.0	40.0	50.0
	De acuerdo	10	33.3	33.3	83.3
	Muy de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 13

Distribución de respuestas sobre mejora de condiciones de vida por el turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

En el decimotercer gráfico, se analiza la afirmación “He tenido oportunidades de empleo gracias al turismo en los últimos años”. Un 56,7% respondió afirmativamente (36,7% “De acuerdo” y 20,0% “Muy de acuerdo”), mientras que un 20% fue neutral y un 23,3% estuvo en desacuerdo. Este resultado muestra que aunque muchos han encontrado oportunidades para trabajar por el turismo, una parte grande de la gente aún no ha visto ese bien. Esto tal vez sea por la ubicación de trabajo en sectores como hotelería, comida, guiar toures o por falta de habilidad

especial. Pero los datos dan razón a la creación de trabajos como un efecto bueno del turismo en la ciudad.

Tabla 14

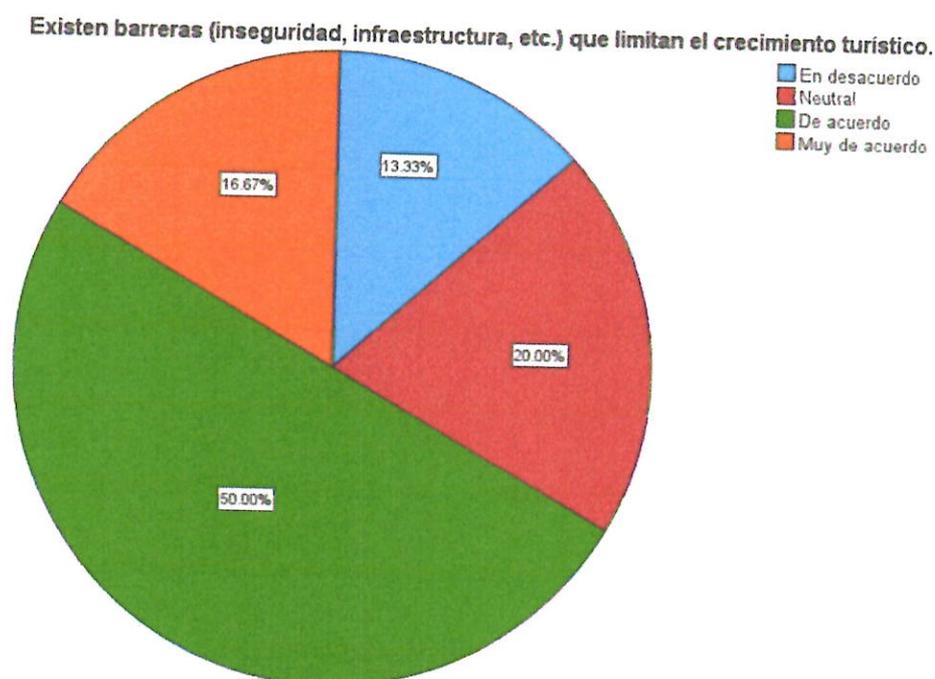
Percepción sobre barreras que limitan el crecimiento turístico

Existen barreras (inseguridad, infraestructura, etc.) que limitan el crecimiento turístico.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	13.3	13.3	13.3
	Neutral	6	20.0	20.0	33.3
	De acuerdo	15	50.0	50.0	83.3
	Muy de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

Gráfico 14

Distribución de respuestas sobre barreras que dificultan el crecimiento turístico



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS, 2025.

El decimocuarto gráfico plantea “El turismo ha contribuido a mejorar la infraestructura y los servicios públicos en Manta”. Un 66,7% de las personas preguntadas estuvieron de acuerdo (40%) o muy de acuerdo (26,7%), mientras que un 20% fue neutro y un 13,3% no estuvo

de acuerdo. Esa respuesta enseña una opinión más amplia sobre el impacto del turismo en mejorar la ciudad, quizás en calles, lugares públicos o servicios básicos. Este tipo de pensamiento se suma con los planes para hacer mejor el pueblo tratando de atraer gente. En corto, lo que sale refuerza la idea que el turismo también crea efectos buenos en el espacio del pueblo.

4.2 Análisis de entrevista

En esta parte del trabajo se ven los resultados que salieron al aplicarle un instrumento a expertos y trabajadores del sector turístico en la ciudad de Manta. Para esto, se hicieron 10 entrevistas semi estructuradas, separadas bien entre 5 profesores de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y 5 empleados del gobierno que trabajan con la administración de turismo del cantón Manta. Aquí se incluye gente del Municipio, Ministerio de Turismo, y Cámara de Turismo en Manta.

La siguiente tabla resume la información básica de los entrevistados, permitiendo conocer sus cargos, instituciones y categorías profesionales:

Tabla 15

Características de los expertos entrevistados del sector turístico de Manta

Nº	Nombre completo	Cargo/Especialidad	Categoría
1	Dr. Diego Guzmán Vera	Director de la Carrera de Turismo	Académico
2	Dr. Isidro Alcívar Vera	Profesor e Investigador de Turismo	Académico
3	Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía	Investigador y catedrático de turismo	Académico
4	Prof. Joubert Azúa Vásquez	Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería	Académico
5	Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar	Profesora de Hotelería y Turismo	Académico
6	Leonardo Hidalgo	Director de Turismo, Cultura y Patrimonio	Funcionario
7	Andrea Zambrano	Directora del Departamento de Turismo	Funcionario
8	Dany Fabián Ávila Carreño	Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo / Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí	Funcionario
9	Esteban Fiallo Reyes	Presidente	Funcionario
10	Franklin Campozano Figueroa	Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo	Funcionario

Fuente: Elaborado por autor mediante datos obtenidos de entrevista, 2025.

A continuación, se muestra el estudio detallado de cada una de las preguntas que guían, dispuestas de una manera que deja ver semejanzas entre ellas, con partes de lo que dijeron los entresvistas y notas interpretativas que ayudan a identificar coincidencias, diferencias e ideas buenas sobre la industria turística de Manta.

4.2.1 *Pregunta 1: Evolución del turismo en Manta desde 2020 hasta 2024*

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre la evolución del turismo en Manta desde 2020 hasta 2024:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Director de la Carrera de Turismo, ULEAM):** “Desde el 2020 hasta el 2024, el turismo en Manta pasó de una etapa decreciente a una de mejora y crecimiento. La enfermedad de COVID-19 paró casi por entero la llegada de visitantes en 2020, pero desde 2021 empezó una activación poco a poco. En 2022 y 2023 vemos un buen cambio: más vuelos nacionales llegando, eventos deportivos grandes como triatlones, y más visitantes locales de la Sierra en temporada alta. Para 2024, el escenario es diferente al de 2020: Manta consiguió no solo volver a sus números de turismo antes de la pandemia, sino también cambiar su oferta atrayendo un turismo familiar, de trabajo y de eventos.”
- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Profesor e investigador de turismo, ULEAM):** “El cambio en turismo de Manta en estos años ha sido bueno para un crecimiento sano. Después del bache en 2020, la ciudad usó la revivida para apoyar nuevos businesses turísticos (restaurantes, lugares para quedarse, paseos locales) y hacer mejores los servicios. Vimos un alza en ideas de turismo comunitario en lugares cercanos (Ligüiqui, Pacoche), lo que muestra una maduración del lugar a hacia el sano desarrollo”
- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “A mi parecer, el turismo en Manta evolucionó de forma dinámica post-2020. Inicialmente

hubo una caída drástica por las restricciones sanitarias, pero luego vino una recuperación acelerada. Hubo un incremento en la inversión privada en el sector hotelero y gastronómico conforme regresaba la confianza de los viajeros. Para 2023, Manta ya registraba centenares de negocios vinculados al turismo operando plenamente. Además, cambió el perfil del turista: en 2021 predominó el turismo interno (ecuatorianos de otras provincias), y ya en 2023-2024 se nota el regreso de turistas extranjeros, así como el auge del turismo corporativo que busca a Manta como sede de eventos y convenciones”

- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “He sido testigo de décadas de desarrollo turístico en Manta, y el periodo 2020-2024 ha sido uno de resiliencia y despegue. Tras un 2020 funesto para el turismo, la ciudad supo adaptarse: los operadores turísticos locales aprendieron a enfocarse en el visitante nacional cuando los internacionales no podían venir. Luego, con la reapertura, Manta retomó su ritmo de crecimiento histórico. Diría que entre 2022 y 2024 incluso superó expectativas, con nuevos emprendimientos turísticos y un mayor reconocimiento a nivel nacional como destino de playas, cultura y eventos deportivos.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “En estos años el turismo de Manta evolucionó de forma significativa y acelerada. En 2022 se reactivaron los cruceros que llegan al puerto, los hoteles alcanzaron ocupaciones altas en feriados y la ciudad organizó eventos gastronómicos y ferias. Para 2024, Manta cuenta con una oferta turística más profesionalizada – personal capacitado, servicios estandarizados – y con un gobierno local que comprende el valor estratégico del turismo. Es decir, pasamos de una etapa de sobrevivencia en 2020-21 a una de consolidación y auge turístico en 2023-24.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “La evolución turística de Manta desde 2020 es claramente ascendente. En el Municipio hemos visto las cifras repuntar: de prácticamente cero visitantes en algunos meses de 2020, pasamos a recibir decenas de miles de turistas nacionales en feriados de 2022. En 2023 organizamos eventos internacionales (deportivos, culturales) que atrajeron multitudes. Por ejemplo, actividades como competencias de triatlón y festivales gastronómicos hicieron que la ciudad volviera a llenarse de visitantes. Al cierre de 2024, Manta no es la misma de 2020: ahora es la primera ciudad del Ecuador con su propia aplicación turística móvil y ha incrementado su planta turística con nuevos hoteles, restaurantes y tour operadores.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “Según mi vivencia, el turismo en Manta es una de las ciudades que más ha crecido durante 2020 y hasta hoy sigue subiendo aunque tiene problemas. Después que decreció mucho en 2020, nosotros empezamos lentamente a abrir los negocios. En 2022 cada día feriado en Manta llenó las playas y las calles también teniendo eventos que en 2023 trajeron más de 100 mil visitantes durante un fin de semana especial atrayendo millones de dólares a la ciudad. Esta mejora no pudo ser posible sin planes promocionales y trabajos juntos entre empresas y el gobierno. Al terminar 2024 el número de turistas que vienen desde dentro y fuera está casi igual (y a veces más alto) a los niveles de antes de pandemia. En resumen, estos años muestran cómo manteña puede cambiar y hacerse más fuerte como un lugar turístico.”
- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “Del 2020 al 2024 he

visto grandes cambios positivos en el turismo de Manta. El 2020 fue un mal año pero nos sirvió para cambiar nuestras tácticas. Ya en 2021-2022 con ayuda del Ministerio de Turismo y las autoridades locales se crearon campañas para motivar el turismo dentro del país hacia Manta, lo que funcionó bien. También la plata que puso el gobierno y empresas en obras importantes (mejorar los malecones un aeropuerto más nuevo y dar a conocer atracciones nuevas) hizo más fácil que en 2023 y 2024 el sector turístico volviera a ser fuerte. Si lo comparamos con 2020, hoy Manta es un lugar mucho más activo con más cosas que hacer (viajes al aire libre, ecoturismo congresos) y con un grupo que trabaja en el turismo mejor planificado y listo para seguir siendo grande”

9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “En estos recientes años el turismo de la zona ha crecido mucho. Desde la Cámara de Turismo notamos cómo muchos miembros pasaron por malos momentos en 2020 con hoteles y restaurantes vacíos, pero en 2022 la situación cambió. Las ideas de promoción, tanto del Municipio como del sector privado, dieron buen resultado y Manta empezó a aparecer nuevamente en el mapa del turismo nacional. En 2024 hay más de 300 lugares para visitar registrados en la ciudad y la llegada de visitantes es variada: ya no solo llegan por el sol y playa sino también por eventos deportivos, trabajos y comida. Esta mejora nos empuja a seguir laborando porque muestra que el turismo se está haciendo un apoyo económico más fuerte en Manta.”

10) **Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta):** “En mi trabajo en la Dirección de Turismo he notado cómo Manta fue de un 2020 muy complicado a un 2024 lleno de turismo. En 2021 se sentaron las bases para volver a estar bien: capacitaciones a guías, reglas de higiene y pequeños eventos locales

para traer visitantes cercanos. En 2022 empezamos de nuevo a recibir cruceros de otros países, un momento clave. En 2023 llegó más gente en barcos y turistas de fuera, y tuvimos temporadas altas con todos los hoteles llenos. En cuatro años, Manta cambió de la paralización a volverse una vez más es un lugar importante de la costa ecuatoriana con más cosas turísticas y mejores servicios”

Todos los profesionales piensan lo mismo sobre que turismo en Manta ha cambiado bien entre 2020 y 2024, saliendo del gran problema que fue la enfermedad en el 2020. Muchos indican que el año 2020 fue deficiente con un gran baja en las visitas a la ciudad, pero luego empezó a mejorar poco a poco en 2021. Para 2022 y 2023, casi todos ven un crecimiento rápido: más viajeros del país durante días libres, volver a llegar barcos grandes y extranjeros, e incluso hacer grandes fiestas (deportivas, culturales) que atrajeron muchas personas a la ciudad.

Varios expertos (Guzmán, Mendoza, Hidalgo, Zambrano) resaltan la variedad del turismo en Manta; ya no es solo sol y playa, sino también turismo de trabajo, de grupos y de comer. Esto va bien con recientes reportes que muestran que el turismo de negocios ahora es casi el 50% de los ingresos de turismo de la ciudad. En grupo, las respuestas mostraron una situación donde Manta pasó por tiempos difíciles a ser fuerte: de casi parar el turismo en 2020 y alcanzar e incluso exceder sus niveles antiguos hacia 2024; con más negocios turísticos (cerca de 450 negocios relacionados al turismo se apuntaron en 2023) y una oferta variada y lista.

4.2.2 Pregunta 2: Impacto del turismo en la generación de empleo local

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre el impacto del turismo en la generación de empleo local:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Académico, ULEAM):** “El turismo en Manta es un motor claro de creación de empleo local. En los últimos años hemos visto cómo la reapertura de hoteles,

restaurantes y tours post-pandemia ha generado nuevas plazas de trabajo. Este turismo proporciona una fuente significativa de empleo local para los residentes y no menos para mí, un inglés viviendo aquí. También hemos visto cómo los empleos como resultado de la reapertura de hoteles, restaurantes y tours post-pandemia en los últimos años. No solo empleo directo en hoteles y operadores turísticos, sino también empleos indirectos: desde artesanos que venden souvenirs hasta transportistas y proveedores de alimentos. Un aspecto importante es que el turismo brinda oportunidades laborales especialmente a los jóvenes y a comunidades locales en parroquias rurales que han desarrollado iniciativas de turismo comunitario. A medida que el turismo ha crecido, se ha notado una reducción en las tasas de desempleo urbano y rural en Manta, atribuible en parte a este sector.”

- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Académico e investigador):** “El impacto del turismo en el empleo local ha sido significativo y positivo. Nuestras investigaciones indican que una proporción importante de emprendimientos turísticos en Manta emplean personal de la localidad, lo cual dinamiza la economía. Por ejemplo, muchos pequeños negocios turísticos (posadas, restaurantes típicos, operadoras de buceo) empezaron con familia y amigos, y hoy han crecido lo suficiente para contratar a más empleados de la comunidad. Estimaría que el sector turismo se ha convertido en uno de los principales generadores de trabajo en el cantón, ayudando a absorber mano de obra que antes dependía únicamente de la pesca u otras actividades tradicionales.”
- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “Sin duda, el turismo ha aportado a crear empleo local diversificado. Antes, la economía de Manta dependía en gran medida de la actividad portuaria y pesquera, con empleos principalmente para hombres. El auge turístico ha abierto campo en otros rubros:

ahora hay más guías turísticos, personal de hotelería, agentes de viajes, promotores culturales, etc., incluyendo muchas más mujeres y jóvenes en la fuerza laboral. Además, algo que hemos observado es el efecto multiplicador: cada empleo formal en turismo (por ejemplo, recepcionista de hotel) sostiene también empleos indirectos (proveedores de limpieza, agricultores que suministran alimentos a restaurantes, transportistas)”

- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “El turismo históricamente ha sido un generador de empleos en Manta, y en el período reciente esto se hizo más evidente. Al reactivarse el sector, se recontrató personal que había sido despedido durante la crisis sanitaria y además surgieron puestos nuevos. Hablamos de empleo formal en hoteles de cadena que abrieron o ampliaron operaciones, pero también de empleo informal: más gente vendiendo servicios en la playa, más taxistas trabajando gracias a los turistas, etc. Desde mi perspectiva, el impacto en el empleo local es tangible en el día a día: basta ver que muchas familias mantenses hoy obtienen sus ingresos de negocios relacionados con el turismo, ya sea de manera principal o complementaria.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “Considero que el turismo ha sido clave para generar empleo inclusivo en Manta. He visto a muchos exalumnos y estudiantes insertarse laboralmente en hoteles, restaurantes y proyectos turísticos locales, lo cual indica que el sector está absorbiendo capital humano formado en la ciudad. También es notable el emprendimiento juvenil en turismo: guías freelance, pequeñas agencias de tour, startups de experiencias turísticas, todos creando sus propios puestos de trabajo y a veces contratando a otros. En términos

cuantitativos, el turismo ha ayudado a que el empleo crezca sobre todo en áreas de servicios, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “El turismo definitivamente ha generado empleo para los mantenses. Desde el Municipio, al censar el sector turístico, identificamos que cada nuevo restaurante o hotel abierto significó nuevos puestos de trabajo para la gente local. Por ejemplo, en la actualidad Manta cuenta con más de 320 establecimientos turísticos registrados (entre alojamientos, restaurantes, operadores), cada uno de los cuales emplea personal local en distintos turnos. Además, las temporadas altas crean empleos temporales: contrataciones extras en hoteles, guías turísticos adicionales, más comercio informal en las playas. Todo esto ayuda a reducir el desempleo y a dar oportunidades especialmente a jóvenes que encuentran en el turismo su primer empleo.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “El impacto del turismo en el empleo de Manta ha sido notorio. Muchos de los negocios que florecieron tras la reactivación turística (hostales, cafeterías, operadoras) son pequeñas empresas familiares que ahora dan trabajo a otras personas de la localidad. En la administración hemos impulsado capacitaciones precisamente para que esos empleos sean de calidad y preferentemente ocupados por mantenses. Otro punto a resaltar es la inclusión de la mujer en el ámbito laboral turístico: cada vez es más común ver a mujeres emprendedoras liderando agencias de viaje, guías femeninas, administradoras de hoteles, etc., lo cual diversifica la fuerza laboral local. Sin lugar a duda, a medida que el turismo ha crecido, ha jalonado la creación de empleos directos e indirectos en nuestra comunidad.”

- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “El turismo es un sector estratégico en la generación de empleo para Manta y Manabí. Datos recientes a nivel provincial muestran un aumento en plazas de trabajo vinculadas al turismo conforme la actividad se recuperó. En la ciudad de Manta, en particular, tenemos hoteles grandes que emplean decenas de personas cada uno, y centenares de pequeños negocios turísticos donde trabajan familias enteras. Diría que el turismo ha absorbido parte de la mano de obra que quedó disponible tras la modernización de otras industrias. Incluso en poblaciones rurales cercanas, el turismo comunitario está dando trabajo a artesanos, transportistas locales, cocineras tradicionales, etc.”
- 9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “Desde la Cámara de Turismo hemos visto cómo crece el empleo a la par del turismo. Muchos socios nuestros han pasado de tener 5 empleados en 2020 a tener 10 o 15 en 2023, lo cual es evidencia concreta. De hecho, levantamos una encuesta interna y encontramos que cerca del 40% de los negocios turísticos en Manta emplean entre 10 y 20 trabajadores, lo que es bastante para microempresas. Esto significa comida en la mesa de muchas familias mantenses. Además, están los empleos inducidos: cuando un hotel contrata personal de mantenimiento, esos trabajadores a su vez tienen más poder adquisitivo y consumen en la economía local, generando un círculo virtuoso”
- 10) **Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta):** “En la oficina de Turismo constatamos el efecto multiplicador en empleo que trae el turismo. Cada vez que llega un crucero con turistas, por ejemplo, se activan decenas de guías, buses de transporte, comerciantes en el puerto vendiendo souvenirs, etc. Y eso es

trabajo directo para nuestra gente. Por otro lado, las cifras de empleo formal en el sector hotelero y gastronómico han subido en estos años. Muchos jóvenes que antes no tenían oportunidades ahora trabajan como meseros, recepcionistas, animadores turísticos. Incluso personas de mediana edad encontraron en plataformas como Airbnb una forma de empleo/ingreso al alquilar espacios.”

Los especialistas coinciden en que el turismo ha sido parte de esta creación de empleo en Manta, repitiendo que cuando el sector turístico fue reactivado y promovido desde hace varios años, la demanda de empleados en hoteles, restaurantes, agencias y otros negocios relacionados también había aumentado. Varios testimonios, como los de Guzmán y Campozano, subrayan que el turismo crea tanto empleos directos (personal contratado en establecimientos turísticos) como indirectos (proveedores, transportistas, comerciantes informales), formando un círculo virtuoso en la economía local.

Un punto importante mencionado por los académicos (Mendoza, Alcívar) es la diversificación del empleo gracias al turismo. Áreas que antes no empleaban a muchas personas – por ejemplo, guianza turística, organización de eventos, artesanías – han cobrado impulso, incorporando a jóvenes y mujeres al mercado laboral. Las respuestas de Zambrano y Mendoza Balcázar enfatizan la inclusión de grupos antes marginados, con más mujeres y nuevos profesionales encontrando oportunidades en el sector. Asimismo, los funcionarios y representantes gremiales (Hidalgo, Fiallo) aportan cifras y observaciones concretas, puesto que hoy existen cientos de establecimientos turísticos en Manta que dan trabajo a locales, y muchos empresarios han ampliado sus plantillas en los últimos años para cubrir la creciente demanda.

4.2.3 *Pregunta 3: Contribución del turismo al crecimiento del PIB del cantón Manta*

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre la contribución del turismo al crecimiento del PIB del cantón Manta:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Académico, ULEAM):** “En mi criterio, el turismo sí ha contribuido al crecimiento del PIB del cantón Manta, aunque de forma gradual. Históricamente, Manta ha tenido una economía regida por el trabajo del puerto (pesca de atún, comercio con otros países), pero en estos años el turismo se ha hecho más importante. Por ejemplo la ayuda económica de eventos turísticos recientes – como feriados con muchos visitantes – se nota en las mayores ventas en la ciudad y esto afecta mucho al negocio local. Aunque no conocemos las cifras exactas sobre cuánto aporta al el turismo, está claro que hay un crecimiento en ingresos turísticos.
- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Académico e investigador):** “Considero que el turismo ha tenido un impacto positivo y mensurable en el PIB local de Manta. Aunque el PIB cantonal incluye varios sectores, el turismo se ha vuelto un componente importante. Estudios regionales muestran que la actividad turística inyecta millones de dólares en la economía mantense cada año. Por ejemplo, la alta afluencia de turistas en temporada de ballenas o eventos deportivos se traduce en ganancias para hoteles, líneas aéreas, restaurantes, artesanos, etc., lo que eleva el valor agregado generado en la ciudad. Además, con la profesionalización del sector, más ingresos turísticos quedan en la localidad (a través de impuestos municipales, compras a productores locales, etc.). En suma, el turismo sí contribuye al PIB cantonal, fortaleciendo la economía local y diversificándola.”
- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “El turismo ha contribuido al crecimiento económico de Manta. Aunque faltan estadísticas

oficiales, se puede inferir su impacto por indicadores como los feriados, donde la ciudad recibe cerca de 100.000 turistas y genera entre 4 y 12 millones de dólares. Además, la recuperación del turismo trajo un aumento en la recaudación de impuestos municipales vinculados al sector. Si bien la pesca sigue siendo dominante, el turismo ha pasado de ser marginal a convertirse en un pilar emergente del PIB local.”

- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “El turismo ha contribuido al PIB de Manta de manera notoria en términos cualitativos. Esto quiere decir que aunque quizás en cifras agregadas todavía no supere a la industria pesquera o portuaria, ha logrado algo muy importante: diversificar las fuentes de ingreso del cantón. Antes el PIB de Manta dependía de pocos sectores, ahora el turismo añade una fuente adicional de crecimiento. Además, ese aporte del turismo tiene un efecto redistributivo beneficioso – llega a pequeños negocios y emprendedores locales – a diferencia de otros sectores cuyos beneficios pueden concentrarse. En los últimos años, el crecimiento del PIB local, aunque modesto, se ha visto impulsado en parte por la actividad turística, sobre todo en los meses de temporada alta donde la ciudad recibe un impulso económico.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “El turismo ya contribuía algo pero no mucho a la economía cantonal, como lo demuestra cuánto del PIB ya proviene del turismo. Esto está relacionado con un aumento general en el consumo local, inversiones en propiedades turísticas y expansión de servicios que Xwo espera contribuir. La construcción de hoteles y restaurantes en 2022-2023 se registra como inversión productiva, y la llegada de divisas por turismo extranjero, especialmente vía cruceros y vuelos, también impulsa la economía, aunque aún por debajo de sectores

consolidados, el turismo tiene un aporte creciente al PIB de Manta, y debe seguir fortaleciéndose para aumentar su peso económico.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “Podemos afirmar que el turismo sí ha contribuido al crecimiento económico de Manta en estos años, desde la municipalidad observamos que el sector turístico representa una porción creciente de la economía local. Un dato interesante es que durante los feriados y temporadas altas, la inyección económica por gasto de turistas se cuenta en millones de dólares para el cantón, lo que se ve reflejado en más actividad comercial y en la recaudación tributaria local. Además, gracias al turismo, Manta ha atraído inversiones (como nuevos hoteles, mejoras en el aeropuerto) que a su vez incrementan el PIB local. Si bien Manta es conocida por su industria atunera – que aporta alrededor del 9% del PIB nacional en su sector – estamos trabajando para que el turismo también sea un pilar en el PIB cantonal, ofreciendo una economía más equilibrada y robusta.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “El turismo ha pasado de ser un sector complementario a ser un sector importante en la economía de Manta. Hemos visto cómo año tras año el porcentaje de participación del turismo en la economía local crece. Esto es resultado de las divisas y dólares que dejan los visitantes en la ciudad. Por ejemplo, un crucero internacional que arriba a Manta trae cientos de turistas que gastan en nuestros comercios locales; ese movimiento económico antes no existía en esa magnitud. Sumado a eso, la presencia de más hoteles y restaurantes incrementa el PIB a través de su producción de servicios. Aunque oficialmente no tengamos un dato exacto, nuestra percepción y estudios preliminares indican que el turismo

está aportando significativamente al PIB cantonal, especialmente tras 2021, actuando como catalizador del crecimiento económico local.”

- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “El turismo ha ganado terreno como aporte al PIB y Manta no es la excepción. Aunque a nivel nacional representa entre el 2 y 3 por ciento del PIB, localmente podría ser más si se considera toda la cadena de valor como transporte comercio y entretenimiento. En 2022 y 2023 Manta vivió un auge de inversiones y consumo turístico que influyó en el crecimiento del PIB cantonal. Además el turismo tiene un efecto multiplicador ya que por cada dólar que gasta un turista se generan varios más en la economía local lo que ha dinamizado el desarrollo económico de la ciudad.”
- 9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “Podemos decir con confianza que el turismo está contribuyendo al PIBde Manta, y cada vez más. Nuestros cálculos aproximados, cruzando datos de ocupación hotelera y gasto promedio, sugieren que la actividad turística representa ya una parte significativa de la economía cantonal. Tomemos como ejemplo los grandes eventos que ha albergado Manta: un Ironman o un campeonato gastronómico internacional traen visitantes cuyo gasto se distribuye en muchos sectores locales. Eso es crecimiento económico real. Además, gracias al turismo corporativo en auge, tenemos visitantes todo el año (no solo en feriados) que vienen a conferencias o negocios y dejan ingresos en la ciudad. Todo esto sumado implica que el turismo esté impulsando el PIB de Manta, complementando a las industrias tradicionales. La visión a futuro es incluso lograr que, como dice nuestra alcaldía, Manta

pueda 'vivir del turismo' en gran medida para 2035, lo que habla de su potencial económico.”

10) Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta): “En la práctica hemos notado que el turismo aporta cada vez más al desarrollo económico del cantón. Por ejemplo, los impuestos y tasas municipales derivados de actividades turísticas (como la tasa de turismo, permisos de funcionamiento de locales turísticos) han aumentado, lo cual indica mayor actividad económica sectorial. Asimismo, al posicionar a Manta como destino de primera categoría, esperamos que el aporte del turismo al PIB local siga creciendo. Nuestro objetivo es que el turismo se sume a la pesca y al puerto como ejes económicos de Manta. En 2024 ya se ve ese panorama: turismo generando miles de dólares y empleos, lo que naturalmente empuja hacia arriba el PIB. Todavía hay camino por recorrer para cuantificar exactamente el porcentaje, pero cualitativamente el aporte del turismo al crecimiento económico local es innegable.”

En general, los expertos están de acuerdo en que el turismo sí ha ayudado al crecimiento del PIB de Manta durante el año 2020-2024, aunque saben que aún está aprendiendo comparado con las actividades que normalmente se hacen en el cantón. Varios entrevistados dicen que antes, la economía de Manta vivía más de pesca grande y del puerto (ventas afuera de atún, etc.), pero ahora el turismo ha empezado a ser un nuevo apoyo económico. Las respuestas de Guzmán, Hidalgo y Zambrano muestran que hay pruebas y datos que los ingresos desde el turismo han subido y suman al PIB: se muestran ejemplos de días libres con más de 100.000 visitantes creando entre 4 y 12 millones de USD para la ciudad en inversiones en cosas para turistas como tiendas o mejoras a la calle

Los académicos (Alcívar, Mendoza) señalan que la contribución del turismo al PIB local es real pero aún cuantitativamente modesta en relación a sectores consolidados, es decir, el turismo aporta al crecimiento económico, pero el peso relativo del turismo en el PIB de Manta todavía está por debajo del de la pesca o la industria, lo cual también reconocen varios expertos. Sin embargo, todos subrayan la importancia cualitativa de este aporte, indicando que el turismo diversifica la economía (Azúa) y tiene efectos multiplicadores que van más allá de su porcentaje directo en el PIB (Mendoza, Avila), de hecho la actividad turística beneficia a numerosos subsectores (transporte, comercio minorista, construcción, etc.).

Los funcionarios y representantes del sector (Hidalgo, Fiallo) enfatizan que en los últimos años el turismo está ganando participación en la economía cantonal. Se menciona que en temporadas altas el turismo puede ser responsable de una buena fracción de la actividad económica mensual del cantón. Además, la puesta en marcha de proyectos como la aplicación turística y la solicitud de recategorización de Manta a ciudad turística de primer orden revelan un interés institucional en medir y aumentar ese aporte al PIB. También es destacable la meta señalada (por Fiallo y respaldada en discursos de autoridades locales) de que Manta “viva del turismo” para 2035, lo que implica esperar que el turismo tenga un peso mucho mayor en la economía en el futuro.

4.2.4 Pregunta 4: Principales obstáculos que enfrenta actualmente el turismo en Manta

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre los principales obstáculos que enfrenta actualmente el turismo en Manta:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Académico, ULEAM):** “Uno de los principales obstáculos para el turismo en Manta es la estacionalidad. Aún dependemos mucho de temporadas altas (feriados, verano) y fines de semana; de lunes a jueves la ocupación hotelera baja

considerablemente. Otro gran desafío es el nombre internacional ya que Manta aunque conocida en el país, todavía forma su marca en el mundo, y poca propaganda exterior disminuye la visita de más gente extranjera. También creo que un problema es la falta de viajes en avión directos desde otros países porque nuestro aeropuerto no tiene suficientes vuelos internacionales”

- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Académico e investigador):** “Un problema claro es el del ambiente, la ciudad tiene dificultades con la suciedad en playas y cómo manejar basura; aunque se ha hecho mucho, todavía quedan problemas como aguas sucias que dañan el agua en algunas partes del mar. Por lo cual, Manta debe invertir en estructuras verdes (plantas para limpiar agua, control de la erosión). Otro gran problema es la falta de reglas en el área de negocios; ya que hay muchas personas que ofrecen servicios turísticos sin permiso o reglas, lo cual puede bajar la calidad de experiencia al visitante y originar competencia injusta con quienes sí cumplen normas”
- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “Diría que actualmente uno de los mayores obstáculos es el tema de la seguridad puesto que en los últimos años Ecuador en general ha enfrentado problemas de inseguridad, y aunque Manta sigue siendo un destino relativamente tranquilo, algunos incidentes aislados o la percepción de inseguridad pueden ahuyentar a potenciales visitantes. Garantizar la seguridad en zonas turísticas, playas y eventos es fundamental. Otro obstáculo es la falta de capacitación continua, necesitamos seguir formando a nuestro talento humano en idiomas, atención al cliente, guianza especializada, etc. Si no superamos ese rezago en capacitación, el servicio puede no estar a la altura del turista internacional exigente. Finalmente, considero un obstáculo la poca diversificación de productos

turísticos ya que aún podemos ampliar la oferta con turismo cultural (museos, patrimonio) y ecoturismo, pues nos hemos centrado mucho en sol y playa.”

- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “En mi opinión, un obstáculo estructural es la infraestructura turística limitada en algunos aspectos, si bien Manta tiene buenos hoteles, carecemos de un centro de convenciones grande para atraer congresos internacionales de mayor escala, también el transporte interno para turistas puede mejorar (por ejemplo, señalización turística, transporte público adaptado para recorridos turísticos). Otro obstáculo que percibo es la falta de conciencia turística en parte de la población: necesitamos que la ciudadanía en general valore y cuide al turista, evitando prácticas como sobrepagos, o descuidar la limpieza de la ciudad. Esa cultura de hospitalidad aún puede fortalecerse. Y desde luego, la burocracia a veces es un freno puesto que trámites lentos para nuevas inversiones turísticas o para formalizar negocios desincentivan el crecimiento del sector.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “Un problema latente es la insuficiente promoción digital, aunque se han dado pasos (redes sociales, la nueva app turística municipal), todavía Manta no tiene la visibilidad online que merece. Muchos viajeros internacionales eligen destinos basados en su presencia en internet, y allí competimos con limitaciones de contenido multilingüe o marketing digital. Otro obstáculo que identifiqué es la conectividad terrestre puesto que turistas de otras provincias a veces encuentran dificultades por el estado de ciertas vías de acceso o por la distancia desde aeropuertos internacionales. Además, un gran reto que nombran mucho los negocios locales es el costo alto que tienen que pagar para funcionar (impuestos, servicios

básicos) que puede hacer daño a pequeñas empresas turística, especialmente en época baja.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “Un problema es la no buena organización para cuidar del medio ambiente; por ejemplo, como maneja el agua usada es un problema, lo cual hace que el ayuntamiento trate de hacer nuevas plantas para limpiar esta agua sucia. Segundo, enfrentamos la competencia de otros destinos nacionales; debemos esforzarnos más en innovar y diversificar para que Manta destaque. También diría que los trámites y regulación pueden ser obstáculos por lo que estamos actualizando la ordenanza turística para regular servicios nuevos como Airbnb, porque la ausencia de regulación crea informalidad y eso afecta al sector formal.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “Los obstáculos incluyen la presión sobre los recursos naturales – nuestras playas, agua potable, energía – especialmente en picos de temporada. Si no gestionamos bien estos recursos, el crecimiento podría volverse insostenible, otro obstáculo es la falta de mano de obra especializada, aunque generamos empleos, a veces cuesta encontrar personal local con dominio de idiomas o habilidades técnicas específicas, lo que nos obliga a hacer capacitaciones constantes. Por último, está el tema de inversiones ya que necesitamos atraer más inversión privada en turismo (nuevos parques, atracciones, hoteles boutique), pero factores como la situación económica nacional y la burocracia pueden frenar a los inversionistas.”
- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “A nivel sectorial,

identifico obstáculos como la falta de integración regional ya que Manta a veces trabaja aislada, cuando podría hacer sinergia con destinos cercanos (Portoviejo, Crucita, Montecristi) para crear rutas y paquetes más atractivos, esa desconexión limita el tiempo de estadía de los turistas en la zona. Otro obstáculo es la limitada oferta de entretenimiento nocturno y cultural de alto nivel; los turistas internacionales buscan algo más allá de la playa, y debemos mejorar museos, eventos culturales, vida nocturna segura, etc. También la percepción internacional de Ecuador en cuanto a estabilidad influye como noticias de problemas nacionales (protestas, inseguridad) pueden hacer que turoperadores extranjeros sean cautelosos en recomendar Manta.”

- 9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “Desde la perspectiva empresarial, un obstáculo importante es el acceso al financiamiento, muchos pequeños emprendimientos turísticos en Manta tienen dificultades para obtener créditos o inversión que les permita crecer o innovar, lo que frena el desarrollo del sector. Otro obstáculo es la ausencia de un plan turístico a largo plazo consolidado, si bien existen planes y ahora el Buró Turístico y la municipalidad trabajan en uno, por años no hubo una hoja de ruta integral y esa falta de planificación nos costó oportunidades. Finalmente, un obstáculo reciente ha sido los hechos de violencia aislados en la ciudad.”
- 10) **Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta):** “En terreno, vemos obstáculos como la informalidad que mencionaba como guías no certificados ofreciendo tours, transporte turístico informal; eso puede dañar la imagen del destino. También la falta de conciencia ambiental en algunos operadores puesto que todavía encontramos lanchas de tour que no siguen protocolos, o basura dejada en sitios turísticos, lo cual es contraproducente. Otro reto es mantener la calidad ya que tras el

crecimiento rápido, asegurar que todos los establecimientos mantengan estándares altos es difícil.”

Las opiniones de los expertos coinciden en varios obstáculos que enfrenta actualmente el turismo en Manta. Uno de los problemas que más se mencionaron fueron el medio ambiente y la sostenibilidad, señalando la suciedad de las playas, el manejo mal hecho de aguas sucias y la fuerza en los recursos naturales. Otro problema grande es la seguridad. Mendoza y Fiallo van más allá, sugiriendo que aunque episodios individuales de violencia no hundirán la reputación de ciudad.

Es un desafío económico también - la estacionalidad. Guzmán y Ávila, por su parte, expresaron que la sostenibilidad empresarial es complicada porque el turismo se concentra en ciertos momentos del año. Este fenómeno está vinculado a la poca variedad que muestra (se debería promover una mayor diversidad de ofertas culturales, nocturnas y de ecoturismo para despertar el turismo durante las 4 estaciones).

En cuanto a infraestructura, Azúa menciona la necesidad de un centro de convenciones, mientras otros señalan deficiencias en vías y transporte. Aunque Manta cuenta con aeropuerto y puerto internacionales, la conectividad aérea directa sigue siendo escasa (Guzmán), y los servicios básicos como agua, energía y saneamiento requieren mejoras para acompañar el crecimiento turístico (Zambrano y otros). También se identifican problemas de informalidad y falta de regulación. Campozano advierte sobre la presencia de guías y transportes no regulados, mientras que Hidalgo menciona esfuerzos por actualizar ordenanzas, como en el caso de Airbnb. Además, Mendoza y Zambrano coinciden en que la escasa capacitación especializada (idiomas, atención de calidad) limita la competitividad del destino. Desde el ámbito empresarial, Fiallo agrega la falta de acceso a financiamiento y la ausencia de una planificación turística coherente como desafíos pendientes.

4.2.5 *Pregunta 5: Políticas públicas o estrategias efectivas para apoyar al sector turístico*

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre políticas públicas o estrategias efectivas para apoyar al sector turístico emprendidas en Manta:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Académico, ULEAM):** “Una de las estrategias públicas más efectivas que he observado es la alianza entre el sector público, privado y academia, por ejemplo, la creación del Buró Turístico de Manta, donde municipalidad, cámaras y la universidad (ULEAM) colaboran ha sido muy beneficiosa para planificar eventos permanentes y promover la ciudad esta triple hélice ha permitido organizar congresos, festivales y capacitar a emprendedores locales. También destacaría la promoción turística digital que se impulsó desde el municipio y el Ministerio de Turismo, especialmente tras la pandemia como campañas en redes sociales, presencia en ferias virtuales y la reciente aplicación “MantApp” lanzada por la alcaldía.”
- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Académico e investigador):** “En términos de políticas públicas, han sido efectivas las estrategias orientadas a la sostenibilidad y al turismo comunitario, por ejemplo, la municipalidad de Manta, junto con el Ministerio de Turismo, apoyó proyectos en comunidades como Pacoche y Ligüiqui para desarrollar rutas eco-turísticas. Se brindó asistencia técnica y pequeñas inversiones en infraestructura (senderos, centros de visitantes) que hoy permiten diversificar la oferta turística de manera sostenible. Otra política acertada ha sido la capacitación continua como programas de formación a guías locales, a operadores en temas de calidad de servicio y atención al cliente. Finalmente, destaco la promoción de inversiones: el municipio ofreció incentivos (reducción de tasas, facilidades de permisos) para nuevas inversiones turísticas post-2020, lo que motivó la apertura de nuevos negocios.”

- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “Una estrategia eficaz fue la campaña de turismo interno Viaja Primero Ecuador, adaptada a Manta. Tras la pandemia, el Ministerio de Turismo y el municipio promovieron a Manta como un destino seguro y atractivo, lo que dio buenos resultados en 2021-2022. También fue clave la organización de eventos de gran escala, como el Ironman 70.3, campeonatos de surf y festivales gastronómicos, con apoyo logístico municipal. Además, se modernizó la normativa turística local mediante la actualización de ordenanzas, lo que fortaleció la regulación y elevó la categoría turística de Manta.”
- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “En Manta, las políticas de infraestructura turística han dado frutos ya que por ejemplo la remodelación del Malecón Escénico y áreas turísticas de la playa El Murciélago, impulsada por el municipio, mejoró significativamente el atractivo y comodidad para turistas. Lo mismo con la ampliación del aeropuerto Eloy Alfaro, apoyada por el gobierno nacional, que si bien fue un proceso largo, hoy permite recibir aviones más grandes e incrementar vuelos. También aplaudo la declaratoria de San Lorenzo–Ligüiqui como playa turística sostenible (con apoyo del Ministerio) y la promoción del avistamiento de ballenas con regulaciones, son ejemplos de cómo la política pública se enfocó en nichos específicos.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “Las estrategias de marketing territorial han sido muy efectivas ya que en Manta se han promocionado eslóganes como “Manta, ciudad del atún y del turismo”, resaltando su identidad. Desde lo educativo, fue valiosa la inclusión de pasantes y voluntarios de turismo en proyectos municipales, lo que fortaleció al sector y brindó experiencia a los estudiantes.

A nivel nacional medidas como la exención del IVA en paquetes turísticos y los créditos blandos tras la pandemia permitieron que muchos emprendimientos turísticos en Manta sobrevivieran y se modernizaran.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “Algunas de nuestras estrategias públicas exitosas han sido la promoción de la aplicación Manta Turismo (MantApp), pionera en Ecuador, con la cual estamos centralizando la información turística y ofreciendo descuentos e incentivos no monetarios tanto para visitantes como para proveedores. También introdujimos una enmienda a la ordenanza de turismo, cobrando a plataformas como Airbnb con una tarifa más específica por categoría, etc., y profesionalizando el sector. En promoción, la campaña Manta destino seguro con protocolos y sello Safe Travels ayudó a recuperar la confianza post-covid. Además los eventos ancla como el Carnaval internacional y ferias gastronómicas, coorganizados con el municipio, han atraído a miles de turistas y dinamizado la economía local.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “Las capacitaciones y asistencia técnica al sector han sido muy efectivas, mediante convenios con el Ministerio de Turismo se ofrecieron talleres gratuitos en bioseguridad, atención al cliente y marketing digital, lo que mejoró los servicios durante la reactivación. También se implementaron programas de calidad turística con distintivos y certificaciones locales que incentivaron mejoras. En promoción, la campaña “Manta te espera”, con influencers y spots, tuvo gran alcance en el mercado nacional.”
- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “Desde el ámbito

público, destaco la Coordinación Zonal de Turismo que logró acercar el Ministerio a las necesidades locales, durante mi gestión impulsamos ferias locales y circuitos turísticos mancomunados con cantones vecinos, lo cual fortaleció la oferta. Una estrategia nacional muy útil fue la campaña de vacunación prioritaria para trabajadores turísticos en 2021; al vacunar pronto a guías, hoteleros y demás, se pudo promocionar a Manta como un destino bioseguro y reabrir antes. Asimismo, las inversiones en seguridad son políticas que han dado confianza al visitante. Finalmente, el Programa de Pueblos Mágicos de Ecuador, aunque Manta no aplica por ser ciudad, inspiró a la parroquia rural San Lorenzo a mejorar su imagen urbana con apoyo municipal.”

- 9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “En mi opinión, una de las políticas más efectivas ha sido el trabajo en conjunto del sector privado con las autoridades, la creación de la Cámara de Turismo de Manta y mesas de trabajo mixtas nos permitió proponer y co-ejecutar estrategias. Por ejemplo, logramos establecer el Observatorio Turístico Local con apoyo de la universidad y municipio generando estadísticas clave para la toma de decisiones. También la promoción internacional coordinada ha rendido frutos en atraer tour operadores. Una estrategia local exitosa fue el calendarizar eventos todo el año: con el Buró Turístico y el municipio se armó un cronograma anual (Carnaval, Feria del Atún, eventos deportivos mensuales) para evitar meses muertos. En políticas de largo plazo, celebro la visión de desarrollo sostenible que se incorporó en el PDOT (Plan de Desarrollo) de Manta, donde el turismo figura como eje estratégico.”

- 10) **Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta):** “Desde nuestra dirección hemos visto resultados positivos de varias

estrategias, una de ellas es el programa de Embajadores Turísticos donde formamos a taxistas, personal de atención y ciudadanos voluntarios para que orienten y den buena imagen a los turistas; esto es sencillo pero efectivo y ha mejorado la experiencia del visitante. Otra fue la implementación de señales turísticas bilingües en la ciudad (en malecones, museos, vías), un proyecto municipal que facilitó la movilidad y exploración de turistas extranjeros. Políticas de seguridad también ayudaron como la presencia de la Policía de Turismo en playas y sitios concurridos dio tranquilidad y previno incidentes. Asimismo, en cuanto a gestión la descentralización de trámites simplificó la vida a los emprendedores turísticos.”

Los expertos destacan varias políticas y estrategias que han impulsado el turismo en Manta. Un eje central es la colaboración interinstitucional, puesto que Guzmán y Fiallo resaltan la alianza entre municipio, empresas y academia (a través del Buró Turístico y la Cámara de Turismo), lo que ha facilitado la organización de eventos y la promoción de la ciudad de forma coordinada, posicionándose como una buena práctica clave.

También se resalta la efectividad de campañas de promoción turística. Mendoza menciona la adaptación local de “Viaja Primero Ecuador” tras la pandemia, mientras Zambrano y Ávila destacan campañas como “Manta te espera” y la promoción del destino como seguro tras la vacunación masiva. Estas iniciativas atrajeron visitantes nacionales en momentos críticos.

La organización de eventos deportivos, ferias y festivales con respaldo del municipio (según Mendoza, Hidalgo y Fiallo) ha sido otra estrategia exitosa, generando flujo de turistas y visibilidad para la ciudad, con apoyo logístico y financiero de las autoridades.

En el ámbito de políticas públicas, Hidalgo destaca la creación de la app “MantApp” y la regulación de plataformas como Airbnb. Además, los programas de capacitación en servicio,

idiomas y bioseguridad (mencionados por Zambrano y Alcívar) han mejorado notablemente la calidad de la oferta turística. En infraestructura, se mencionan la renovación del malecón, la ampliación del aeropuerto (Azúa), nuevas señaléticas bilingües y la presencia de policía turística (Campozano). A nivel nacional, Ávila prioriza acciones como la vacunación del personal turístico y préstamos blandos o beneficios fiscales, que sirvieron para revitalizar la industria.

Finalmente, Fiallo resalta la inclusión del turismo en el Plan de Desarrollo Cantonal y la programación de eventos para combatir la estacionalidad. Asimismo, Alcívar destaca proyectos eco-turísticos en zonas como Pacoche y Ligüiqui, lo que refleja un enfoque sostenible y diversificado acorde a las nuevas tendencias.

4.2.6 Pregunta 6: Recomendaciones para fortalecer la sostenibilidad del turismo en Manta a futuro

Se presentan las opiniones de 10 expertos sobre sus recomendaciones para fortalecer la sostenibilidad del turismo en Manta a futuro:

- 1) **Dr. Diego Guzmán Vera (Académico, ULEAM):** “Para afianzar la sostenibilidad del turismo en Manta, recomendaría diversificar aún más la oferta turística. Debemos desarrollar productos para todo el año: turismo de reuniones (MICE) aprovechando la ubicación estratégica, turismo educativo (intercambios, conferencias), y más opciones de turismo cultural. Así reducimos la estacionalidad y distribuimos los visitantes en diferentes épocas. También es crucial apostar por la innovación tecnológica continua: la app de Manta es un buen inicio, pero podemos incorporar realidad aumentada en museos, recorridos virtuales de nuestras playas, etc. Finalmente, sugiero establecer un Observatorio Turístico permanente (siendo ULEAM parte de él) para monitorear indicadores de sostenibilidad, de

modo que el crecimiento turístico vaya de la mano con la conservación ambiental y el bienestar local.”

- 2) **Dr. Isidro Alcívar Vera (Académico e investigador):** “Mis recomendaciones se centran en la sostenibilidad integral. Primero, implementar una gestión ambiental robusta: es fundamental concretar proyectos como la planta de tratamiento de aguas residuales y programas de limpieza costera constantes, para asegurar que nuestras playas y ecosistemas se mantengan saludables. Segundo, promover la participación comunitaria en el turismo. Si las comunidades locales (pescadores, artesanos, comunas) se benefician y participan del turismo, cuidarán los recursos y habrá un reparto más equitativo. Esto se logra apoyando emprendimientos comunitarios y circuitos rurales. Tercero, recomiendo fortalecer la educación y capacitación en turismo sostenible: incorporar en los currículos (escolares, universitarios) temas de turismo responsable, y brindar talleres a empresarios sobre eficiencia energética, manejo de desechos, etc. En síntesis, crecer sin descuidar el entorno ni la cultura local.”
- 3) **Dr. Jorge Luis Mendoza Mejía (Investigador y catedrático de turismo, ULEAM):** “Para que el turismo de Manta sea sostenible a largo plazo, es esencial planificar con visión de futuro. Recomiendo elaborar (o actualizar) un Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030, con metas claras en lo económico, social y ambiental. Allí se deben incluir acciones como: desarrollar infraestructura verde (más áreas verdes urbanas, movilidad sostenible para turistas), establecer límites de carga turística en sitios sensibles (por ejemplo, no sobreexplotar ciertas playas o la Isla de la Plata si se incluye en paquetes), y diversificar mercados emisores (atraer turistas de mayor estadia, por ejemplo jubilados extranjeros, para tener un turismo de menor impacto pero mayor

gasto). También es clave la continuidad en políticas: que independientemente de los cambios de autoridades, se mantenga el apoyo al turismo con presupuesto e incentivos. La sostenibilidad requiere consistencia en el tiempo.”

- 4) **Prof. Joubert Azúa Vásquez (Docente pionero de las carreras de Turismo y Hotelería, ULEAM):** “Yo recomendaría reforzar la identidad y cultura local dentro del turismo. La sostenibilidad no es solo ecológica, también cultural. Que Manta conserve y exhiba su patrimonio (historia portuaria, tradiciones manabitas) ayudará a diferenciarla y a generar orgullo local. Por eso propongo crear un Museo del Turismo y la Marinería o algo similar, que rescate la memoria de Manta como puerto y destino. Otra recomendación es fomentar prácticas de turismo responsable entre los visitantes: campañas que eduquen al turista a respetar la ciudad, no dejar basura, consumir local. Finalmente, es vital invertir en mantenimiento: mantener en buen estado los atractivos existentes (muelles, malecones, parques). A veces nos enfocamos solo en inaugurar cosas nuevas, pero la sostenibilidad está en mantener lo que ya tenemos funcionando óptimamente para futuras generaciones.”
- 5) **Mgtr. Jessica Mendoza Balcázar (Profesora de Hotelería y Turismo, ULEAM):** “Mis recomendaciones incluyen impulsar la formación bilingüe y multicultural del personal turístico. Un destino sostenible necesita comunicarse con diversos mercados; por ello deberíamos tener más guías y personal que hablen inglés, francés u otros idiomas, y que entiendan diferentes culturas para un mejor intercambio. Otra recomendación: empoderar a los emprendedores locales, especialmente mujeres y jóvenes, con microcréditos verdes y asesoría para que sus negocios turísticos apliquen prácticas sostenibles (energías renovables, reciclaje, etc.). Eso crea un efecto multiplicador en la sostenibilidad económica y ambiental. Por último, sugiero medir periódicamente la satisfacción del turista y del

residente. Si bien nos centramos en el turista, un turismo es sostenible también si la comunidad local está contenta con él. Encuestas de satisfacción ciudadana respecto al turismo pueden guiar acciones para minimizar efectos negativos (ruido, basura, congestión) y maximizar beneficios compartidos.”

- 6) **Leonardo Hidalgo (Director de Turismo, Cultura y Patrimonio del Municipio de Manta):** “Hacia el futuro, una de nuestras grandes recomendaciones/acciones es elevar la categoría turística de Manta a “ciudad de primera categoría” ante el Ministerio. Esto no solo es un título, conlleva compromisos de mejorar servicios públicos, seguridad y estándares, lo que redundará en sostenibilidad. También planeamos implementar un sistema de certificación ambiental para establecimientos turísticos (por ejemplo, sellos verdes municipales para hoteles y restaurantes eco-friendly). Recomiendo continuar y ampliar esa iniciativa para que más negocios adopten paneles solares, manejo de residuos y ahorro de agua. Otra recomendación es desarrollar un programa de turismo accesible: hacer nuestras playas y sitios turísticos inclusivos para personas con discapacidad o movilidad limitada, así ampliamos nuestro mercado y cumplimos con la responsabilidad social. Y por supuesto, persistir con la mejora de infraestructura clave: concretar la nueva planta de tratamiento, optimizar el transporte urbano y posiblemente un centro de convenciones, siempre con criterios de sostenibilidad en diseño y operación.”
- 7) **Andrea Zambrano (Directora del Departamento de Turismo del Municipio de Manta):** “Yo recomendaría enfocarnos en consolidar un calendario anual sostenible de eventos. Es decir, planificar eventos turísticos que sean eco-responsables (cero plástico, por ejemplo) y distribuirlos en el año para mantener flujo sin saturar. Esto hará el turismo más constante y con menor huella ambiental. Otra recomendación es fortalecer la

promoción internacional pero segmentada: identificar nichos de mercado específicos que valoren la sostenibilidad – por ejemplo, turistas de avistamiento de ballenas, o turismo científico, voluntariado – y promover Manta como destino ideal para ellos. Además, debemos invertir en inteligencia de mercado: usar datos de la app turística y encuestas para entender comportamientos del turista y así gestionar mejor las temporadas, evitando sobrecargas. Finalmente, sugeriría crear un Fondo de Turismo Sostenible local, alimentado por una pequeña parte de la tasa turística, para reinvertir en conservación de playas, programas sociales en comunidades turísticas y capacitación. Eso asegurará recursos constantes para la sostenibilidad.”

- 8) **Dany Fabián Avila Carreño (Ex-Coordinador Zonal del Ministerio de Turismo y Presidente del Colegio de Profesionales de Turismo de Manabí):** “A futuro es importante regionalizar el turismo sostenible: Manta no debe pensarse aislada, sino como hub de una región Manabí. Recomiendo crear circuitos integrados (playa, montaña, cultura) donde se gestione la capacidad de carga de cada sitio y se repartan los beneficios. También sería bueno establecer un Consejo Consultivo de Turismo permanente, con miembros públicos, privados, comunidad y academia, que supervise y aconseje sobre las políticas turísticas, garantizando que siempre se incluya el enfoque sostenible. Otra recomendación clave: trabajar en la resiliencia ante el cambio climático. Manta como ciudad costera debe prepararse – plan de contingencia para eventos climáticos extremos, seguros para instalaciones turísticas, diversificación hacia productos menos vulnerables (por ejemplo, turismo cultural en caso de afectación de playas). De esa forma el turismo podrá sostenerse frente a desafíos globales.”

- 9) **Esteban Fiallo Reyes (Presidente de la Cámara de Turismo de Manta):** “Desde el gremio, recomendamos priorizar la calidad sobre la cantidad en el turismo futuro. Es mejor tener turistas que se queden más tiempo y gasten más, que muchos de paso rápido que generen saturación. Para ello, propongo desarrollar el turismo corporativo y de congresos más agresivamente, pues ese segmento viaja todo el año y suele tener estancias más largas – ya estamos viendo que rinde frutos. También recomiendo instituir un programa de reconocimiento a empresas sostenibles en Manta (premios o sellos anuales), para incentivar buenas prácticas. Por último, hay que invertir en promoción inteligente: usar más el Big Data y las redes sociales para llegar al turista adecuado, promoviendo lo que hace a Manta especial de forma auténtica. Esto atraerá viajeros conscientes que cuiden el destino. En resumen, buscar un turismo de calidad, innovador y consciente ambientalmente, será la vía para un crecimiento turístico sostenible en Manta.”
- 10) **Franklin Campozano Figueroa (Funcionario de la Dirección Municipal de Turismo de Manta):** “Mis recomendaciones prácticas serían: primero, mantener y ampliar la capacitación pero orientada a sostenibilidad, por ejemplo cursos para hoteleros en manejo de desechos o para guías en interpretación ambiental. Segundo, mejorar la conectividad interna con transporte turístico eléctrico o buses de circuito turístico, para reducir emisiones y facilitar el movimiento de visitantes por la ciudad sin depender solo de autos privados. Tercero, implementar un sistema de monitoreo en línea de la calidad de servicios (quizá integrando feedback en la app turística), que nos permita reaccionar rápido ante quejas y mejorar la satisfacción continuamente. Y finalmente, no olvidar la sensibilización ciudadana: promover campañas en colegios y barrios sobre la importancia del turismo, para

que toda la comunidad sea guardiana del destino. Un turismo sostenible requiere que los habitantes se sientan parte de él y lo protejan.”

Los expertos recomiendan una serie de directrices estratégicas para garantizar la sostenibilidad del turismo en Manta, desde aspectos ambientales y económicos hasta sociales y de gestión, con un enfoque especial en la sostenibilidad ambiental.

El asambleísta además señala la alta prioridad de una planta de tratamiento de aguas residuales, además de la limpieza regular de la costa. Algunos ejemplos incluyen las certificaciones ambientales recomendadas para las empresas turísticas por Hidalgo; otras, como energía renovable, gestión de residuos y control de capacidad de carga, se mencionan como acciones básicas.

También se tiene la prioridad de diversificar y mejorar la oferta. Según Guzmán, Mendoza y Fiallo señalan la posibilidad de diversificar experiencias más allá del turismo de sol y playa, favoreciendo específicamente a los turistas de larga estancia que tienen un perfil de gasto más alto. Fiallo resume su visión en "la calidad es más importante que la cantidad", apoyando un turismo de mayor rendimiento y durante todo el año, como el corporativo y basado en eventos.

La educación y capacitación también son centrales. Se propone fortalecer la formación en sostenibilidad, idiomas, multiculturalidad y gestión de residuos (Campozano, Mendoza Balcázar, Alcívar). Azúa y Campozano insisten en involucrar a la comunidad y a los jóvenes mediante campañas escolares y voluntariados, fomentando una cultura turística local. En el ámbito tecnológico, se plantean recorridos virtuales, realidad aumentada (Guzmán), análisis de datos de la app turística (Zambrano) y sistemas de monitoreo de calidad (Campozano), para modernizar la experiencia turística y facilitar decisiones basadas en información actualizada.

Finalmente, se resalta la importancia de la inclusión y la resiliencia social. Hidalgo menciona el turismo accesible, Mendoza B. aboga por empoderar a mujeres y jóvenes mediante microcréditos, y Alcívar y Ávila proponen fomentar una participación comunitaria activa.

4.3 Análisis estadístico de ccontribución del sector turístico al crecimiento del PIB

local de Manta

Los ingresos por turismo en Manta (X) son la variable independiente, y el Producto Interno Bruto (PIB) de Manta (Y), como variable dependiente. Este grupo incluye los ingresos por turistas, que son las ventas de cosas y servicios a personas que vienen; el PIB, el valor monetario final de todas las bienes terminadas hechas dentro de un país durante un tiempo corto. El análisis trata de descubrir si hay una correlación positiva entre las variables.

4.3.1 Estadísticas de la regresión

El análisis de regresión muestra una conexión fuerte y positiva entre el Producto Interno Bruto (PIB) de Manta y su ingresos por turismo, vista por un coeficiente de conexión de 0,9489. El R cuadrado se encuentra en 0,9004, lo que quiere decir que el 90 % de las cambios en el PIB pueden deberse a las divisas por turismo., demostrando así un modelo altamente explicativo. El valor ajustados de R^2 es 0,8672 confirma más la confiabilidad del modelo incluso con solo cinco puntos de información. Un error estándar de 76,95 enseña la diferencia media entre los valores reales y los esperados por el modelo. En resumen, los datos apoyan la idea que el turismo juega un parte importante en el avance del dinero de Manta pero hay que aumentar el número de ejemplos para tener más exactitud.

Tabla 16

Estadísticas de la regresión

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.94890504
Coefficiente de determinación R^2	0.90042078

R ² ajustado	0.8672277
Error típico	76.9503049
Observaciones	5

Fuente: Datos obtenidos a través del programa SPSS para regresión lineal.

4.3.2 *Análisis de varianza (ANOVA)*

Por lo tanto, se llega a la conclusión de que hay evidencia estadística que demuestran que el ingreso por diferentes actividades turísticas tiene un efecto grande sobre el PIB, apoyando la idea de que el turismo es un campo importante en la mejora de la economía de Manta.

El análisis de varianza (ANOVA) muestra un número F de 27,13; esto quiere decir que la forma de regresión tiene importancia en los datos. El número p que viene con él es 0,0138, menor que el límite común de 0,05; esto muestra una conexión relevante entre el Producto Interno Bruto de Manta y el dinero que llega por turismo. Además, el número F que se calculó, 27,13, es más alto que el número F crítico.

Por lo tanto, se puede inferir que la prueba numérica es bastante significativa como para afirmar que ingresos por turismo afecta el PIB, haciendo más fuerte la idea de que el turismo ayuda al crecimiento de económico en Manta.

Tabla 17

Análisis de varianza

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	160627.063	160627.063	27.1267665	0.01375765
Residuos	3	17764.0483	5921.34943		
Total	4	178391.111			

Fuente: Datos obtenidos a través del programa SPSS para regresión lineal.

4.3.3 *Coeficientes del modelo*

El modelo de regresión tiene una constante inicial de 1741,50, con un error estándar de 107,09 y un valor p de 0,0005 lo que significa que es importante al 5%. Esto hace creer que el PIB de Manta tendrá un valor base de 1741,50 unidades incluso sin los ingresos del turismo.

El intervalo confianza del 95% para la intersección varía entre 1400,70 y 2082,30 lo cual muestra la corrección de esta aproximación.

El coeficiente de la variable independiente, que representa los ingresos por turismo, es de 4,49, con un error estándar de 0,86 y un valor p de 0,0138 lo cual muestra su importancia en estadísticas. Esto dice que, en general, cada unidad más en lo que entra por turistas traerá un crecimiento de 4,49 unidades en el PIB de Manta. El periodo de confianza del 95% para este número va desde 1,75 hasta 7,23 lo que demuestra que la predicción es correcta. En grupo, estos resultados muestran la gran importancia del turismo como elemento clave que afecta el progreso económico de una ciudad, como Manta.

El coeficiente de la variable no dependiente, que son las ganancias por visitas es 4,49 con un fallo común de 0,86 y un número p que es 0,0138, lo cual enseña su valía en las estadísticas. Esto dice indica en general cada unidad más en lo que entra por turistas traerá un crecimiento de 4,49 unidades en el PIB de Manta. El período de confianza del 95% para este número está entre 1,75 y 7,23 lo que revela que la predicción es correcta.

En conjunto, estos hallazgos subrayan el papel fundamental del turismo como factor clave que influye en el desarrollo económico local de Manta.

Tabla 18

Coefficiente del modelo

	<i>Coefficient es</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadistic o t</i>	<i>Probabilidad ad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	1741.50107	107.086584	16.2625514	0.00050585	1400.70377	2082.29837	1400.70377	2082.29837
Variable X 1	4.48980278	0.86204165	5.20833625	0.01375765	1.74640151	7.23320405	1.74640151	7.23320405

Fuente: Datos obtenidos a través del programa SPSS para regresión lineal.

CONCLUSIONES

El turismo en Manta también repuntó un 53% debido a la pandemia de COVID-19. Entre las 30 empresas que operan en el sector turístico encuestadas, el 56,6% anticipó ingresos mucho más altos en los próximos tres años en comparación con hace dos años, mientras que el 73,4% aumentó sus ventas. En términos de infraestructura, la oferta turística se expandió: en 2024 Manta contaba con 50 hoteles, 70 hostales y hotelitos, y 500 restaurantes. Ha incluido a más de 320,000 visitantes para asistir a eventos como su Carnaval de 2023, valorados en más de USD 11.5 millones. Las entrevistas corroboran el primer conjunto de datos que muestran que las exenciones fiscales, las promociones y una mejor conectividad aérea, como la reapertura del aeropuerto de São Paulo y la reanudación de las escalas de cruceros, han sido cruciales para revivir el turismo interno según los principales actores del sector.

Con respecto a la participación del sector turístico en el PIB local de Manta, el 63,3% de los encuestados informó que tiene una contribución importante al PIB de su cantón, y que el 66,7% había realizado inversiones no inferiores a US\$500 en su negocio desde enero de 2021; sorprendentemente, una cuarta parte de este grupo indicó que han invertido dinero oficialmente solo por la anticipación de mejores tiempos creada por la Gestión Turística. Más notablemente, el modelo de regresión lineal que se ajustó mostró una relación directa estadísticamente significativa y un buen ajuste en los resultados obtenidos de $R^2 = 0.711$ (la variación del PIB local del cantón en aproximadamente +71% se explicará con el desempeño del turismo). En teoría, esta evidencia apoya la afirmación del turismo como motor de crecimiento económico local.

La generación de empleo local por el turismo tiene impactos sólidos en el terreno, según se desprende de los datos de las Cámaras de Secreto. El 53,3% de los encuestados contrató nuevo

personal desde 2021 (42 de los cuales se mantuvieron del año anterior y 14 se añadieron al personal este año), y el 56,7% mantuvo o aumentó la fuerza laboral, lo que llevó a que el empleo en logística volviera a los niveles previos al COVID. Además, el 60% observó una reducción en la rotación de empleados, lo que se correlaciona con una mayor seguridad laboral. De ellos, el 46,7% identificó el turismo como la principal fuente de empleo remunerado, aunque los otros sectores mayoritarios se asociaron con actividades complementarias (comercio, gastronomía, transporte). Según los entrevistados, desde un punto de vista, el turismo creó trabajos en cuatro áreas: trabajo directo en hoteles, restaurantes y agencias; trabajo indirecto por medio de medios de transporte, operadores logísticos, mercados y tiendas pequeñas, porque afecta a la creación de trabajos, mostrando así un efecto grande en la economía del lugar.

RECOMENDACIONES

1. Dado el auge del número de visitantes y el crecimiento de las opciones para viajar, se aconseja que el Gobierno Local de Manta haga mejorar sus campañas de venta de turismo tanto dentro como fuera del país, mostrando eventos importantes como días libres, fiestas y llegada de grandes barcos. También se pide crear uniones entre el sector público y privado que aseguren una planificación buena y duradero para aumentar el turismo hasta el año 2030..
2. Los resultados demuestran una fuerte relación entre el turismo entre ellos ($R^2 = 0.711$), lo que significa que es probable que los datos estadísticamente significativos relacionados con la entrada de turistas en el PIB de Yangpyeong anualmente sean necesarios para el establecimiento y operación de algo similar a un "Observatorio de economía local". La herramienta ayudaría en la toma de decisiones basadas en evidencia e incluso en el diseño de políticas públicas.
3. Dada la cantidad de empleo proporcionado, el GAD y el Ministerio de Turismo deberían idealmente apoyar programas de capacitación técnica, habilidades en idiomas y hospitalidad y en gestión empresarial para los jóvenes o el sector informal. Esto ayudará a aumentar el estatus del capital humano local y, por lo tanto, la posibilidad de ingresar a programas de turismo más competitivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2006). *Planificación del turismo: El proceso de desarrollo de la actividad turística (Vol. 1)*. Editorial Trillas.
- Aguilar, G. (2025). *Potencial turístico y su aporte al desarrollo del turismo de aventura en el cantón Manta*. Bachelor's thesis, Jipijapa-Unesum.
- Albuquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía. Serie Desarrollo Territorial*. Instituto Vasco de competitividad.
- Anchundia Santana, G. (2023). *Comportamiento de la demanda turística en el año 2022 en el cantón Manta*. Tesis Doctoral. Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabi.
- Astudillo, M., & Paniagua, J. (2012). *Fundamentos de economía*. México: UNAM Instituto de Investigaciones Económicas Probooks.
- Bone Rodríguez, L. (2023). *La Gestión de Talento Humano por Competencia y la Calidad de Servicio que presta el personal del Centro de Turismo Comunitario Chalwa Organik*. Bachelor's thesis, Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Bravo, L., Macías, N., & Valdés, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(1), 265-277.
- Brazales, D., Bedón, M., Jerez, M., & Moya, A. (2025). Beneficios del crecimiento económico del turismo en la balanza turística de pagos del Ecuador. *The Anáhuac Journal*, 25(1).
- Bunge, M. (2001). *La ciencia, su método y su filosofía (4.ª ed.)*. Editorial Sudamericana.
- CEPAL. (2021). *Turismo y desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Chango Masaquiza, J. (2022). *Expansión del turismo y crecimiento económico en Ecuador: un análisis de causalidad*. Universidad Técnica de Ambato.

- Chérrez-Bahamonde, R., López-Paredes, C., & Logroño-Naranjo, S. (2021). El turismo como recurso generador de crecimiento económico y desarrollo mediante indicadores estadísticos. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 648-664.
- Creswell, J., & Plano, V. (2023). Revisiting mixed methods research designs twenty years later. *Handbook of mixed methods research designs*, 1(1), 21-36.
- Enilov, M., & Wang, Y. (2022). Tourism and economic growth: Multi-country evidence from mixed-frequency Granger causality tests. *Tourism Economics*, 28(5), 1216-1239.
- GAD de Manta. (2022). *Términos de referencia: Contratación de servicios artísticos y logísticos para la correcta ejecución de las actividades que se realizarán en el feriado de Carnaval Manta 2022; como estrategia para la reactivación turística y económica del cantón*. Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, Dirección de Turismo.
- González Martel, C., & Tillaguango, B. (2020). Relación entre turismo internacional y el crecimiento económico a nivel mundial. *Revista Económica (RVE)*, 22(3).
- Gracia, E., & Días, W. (2025). Análisis Comparativo del Turismo en Ecuador: Impacto y Tendencias entre 2023 y 2024. *Revista Científica Élite*, 7(1), 1-13.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Grupo Editorial Patria.
- Hernández-Samperi, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. MacGraw Hill.
- Jurado, R., Revelo, R., Rodríguez, P., Salvador, L., Haro, E., & Mata, A. (2017). *Fundamentos de Economía (1.ª ed.)*. Ecuador: Colección Empresarial.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía. Macroeconomía*. Reverte.

- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2015). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson.
- Largo, G., & Posligua, M. (2023). Análisis de afectación económica en el sector turístico por la COVID-19 en el mirador de Turi en Cuenca-Ecuador, en el período 01 de enero al 31 de diciembre del año 2020. *Siembra*, 10(1), e4198.
- Larraín, F., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Pearson Education S.A.
- Libri, M., Tregua, M., Viruel, M., & Gálvez, J. (2023). Hacia una revisión sistemática del concepto de turismo patrimonial. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(101), 369-383.
- Macias, M., Quijije, J., & Robles, C. (2024). Impacto de la Inseguridad en el Sector Turístico de Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 8638-8662.
- Martínez-Prats, G., Rodríguez-Garza, C., Murillo-González, G., & Hernández-Palacios, L. (2022). Economía social conceptualización teórica. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(S5), 139-144.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Informe de Rendición de Cuentas 2020*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). *Informe de Rendición de Cuentas 2021*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *94 millones de dólares en gasto turístico dejó el feriado de Carnaval 2023 [Comunicado de prensa]*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *Copa Airlines inaugura la única ruta internacional de Manta hacia Ciudad de Panamá y conexiones [Nota de prensa]*.
- Moreano, E., & Bautista, M. (2021). *Sector turístico y su impacto en la economía ecuatoriana*. Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH).

- Naciones Unidas. (2000). *Recomendaciones de las Naciones Unidas y la Organización mundial del turismo sobre estadísticas de turismo*. Naciones Unidas.
- Naradda Gamage, S., Kumudumali, S., & Otamurodov, S. (2020). The nexus between tourism and economic growth: A systematic literature review and future research directions. *Munich Personal RePEc Archive*(104086).
- Nechar, M. (2021). *Turismo y covid-19:¿ Elementos de un Nuevo Orden Económico Mundial?* Editorial Torres Asociados.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
- Ozturk, O., & Al-Kuwari, M. (2021). The contribution of tourism to economic growth: The case of Qatar. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(2), 598-607.
- Palomino, N. (2025). *Evolución de la industria turística del Ecuador 1930-2018*. Doctoral dissertation, Universidad de Sevilla.
- Rache de Camarg, B., & Blanco, G. (2010). *Fundamentos de economía. Ideas fundamentales y talleres de aplicación*. Politécnico Grancolombiano.
- Redondo, M., Ramos, H., Buchelli , G., & Marín, J. (2017). *Fundamentos de economía*. Universidad libre .
- Resico, M., & Timor, M. (2011). *Introducción a la economía social de mercado*. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung.
- Rosales Picón, B. (2021). *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018*. Flacso Ecuador.
- Ruiz Olabuénaga, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Deusto.

- Sağlam, Y., & Egeli, H. (2018). The nexus between tourism and economic growth: case of Commonwealth of Independent States. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 3(2), 45-5.
- Selimi, N., Sadiku, L., & Sadiku, M. (2017). The impact of tourism on economic growth in the Western Balkan countries: An empirical analysis. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJBESAR)*, 10(2), 19-25.
- Trindade, V. (2016). Entrevistando en investigación cualitativa y los imprevistos en el trabajo de campo: de la entrevista semiestructurada a la entrevista no estructurada. *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*, 18(34), 1-19.
- Tucker, I. (2007). *Macroeconomics for today*. State University .
- Zambón, H., & Giuliani, A. (2025). *Introducción al pensamiento económico*. EDUCO.

ANEXOS

Anexo 1

Formato de encuesta



Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

ENCUESTA dirigida a: Representantes de PYMES turísticas en Manta

Objetivo: Obtener información cuantitativa sobre empleo, ingresos, inversión y percepción del desarrollo turístico local.

Instrucciones: Marque con una "X" su nivel de acuerdo con cada afirmación según la escala:

1 = Muy en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Muy de acuerdo

Ítem	1	2	3	4	5
1. Mi empresa ha mantenido o aumentado el número de empleados desde 2021.					
2. La reactivación turística posterior al COVID-19 permitió contratar nuevo personal.					
3. El turismo ha sido la principal fuente de generación de empleo en mi negocio.					
4. La rotación de personal ha disminuido en los últimos años.					
5. El volumen de ventas en mi empresa ha aumentado desde 2021.					
6. Las temporadas turísticas (feriados, cruceros, etc.) generan ingresos significativos.					
7. En 2023, los ingresos fueron mayores comparados con el año 2020.					
8. Las estrategias gubernamentales (IVA reducido, ferias) ayudaron a mejorar mis ingresos.					
9. He realizado inversiones (mejoras, ampliaciones, remodelaciones) desde 2021.					
10. Las expectativas de crecimiento del turismo influyeron en mis decisiones de inversión.					
11. El crecimiento del turismo ha mejorado la estabilidad laboral en mi empresa.					
12. El entorno de seguridad influye en la decisión de continuar operando en Manta.					
13. El turismo interno ha sido más relevante que el internacional en los últimos años.					
14. El desarrollo turístico ha beneficiado a otras actividades económicas locales.					

Anexo 2

Formato de entrevista



Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

ENTREVISTA dirigida a: Docentes, expertos e investigadores del sector turismo o economía

Objetivo: Explorar las percepciones sobre el rol del turismo como dinamizador económico y fuente de empleo en Manta (2020-2024).

Instrucciones: La entrevista será grabada con autorización del entrevistado y tendrá una duración aproximada de 20-30 minutos.

Datos del entrevistado:

- Nombre:
- Institución:
- Cargo:
- Especialidad:

Preguntas guía:

1. ¿Cómo describiría usted la evolución del turismo en Manta desde el año 2020 hasta la actualidad?
2. ¿Qué factores considera que han impulsado o limitado el crecimiento turístico en la ciudad?
3. ¿Cuál es su percepción sobre el impacto del turismo en el crecimiento del PIB local?
4. ¿Considera usted que el turismo ha sido una fuente efectiva de generación de empleo en Manta? ¿Por qué?
5. Desde su experiencia, ¿qué tipo de empleo predomina en el sector turístico: formal o informal?
6. ¿Qué papel han jugado las políticas públicas en la recuperación del turismo post pandemia?
7. ¿Cree usted que el turismo ha beneficiado a otros sectores de la economía local? ¿Cuáles?

8. ¿Qué retos enfrenta actualmente el sector turístico en Manta?
9. ¿Qué recomendaciones daría usted para potenciar el turismo como motor del desarrollo económico local?
10. ¿Cómo visualiza el futuro del turismo en Manta en los próximos 5 años?