

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i4>

El Patrimonio Natural y su Influencia en la Promoción Turística del Canton Manta en Ecuador

Natural Heritage and its Influence on the Tourist Promotion of the Canton Manta in Ecuador

O Patrimônio Natural e sua Influência na Promoção Turística do Cantão de Manta no Equador

Lizet Hernández Soria ¹lizet.hernandez@uleam.edu.ec<https://orcid.org/0000-0003-4023-0698>Rossana Arteaga Flores ²rossana.artega@uleam.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-0588-3928>Karen Pinargote Montenegro ³karen.pinargote@uleam.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-9992-0323>Johnny Ponce Andrade ⁴johnny.ponce@uleam.edu.ec<https://orcid.org/0000-0002-4461-5938>Correspondencia: lizet.hernandez@uleam.edu.ec* **Recepción:** 30/08/2021 * **Aceptación:** 22/09/2021 * **Publicación:** 18/10/2021

1. Master Universitario En Marketing Digital y Comercio Electronico, Ingeniera En Marketing, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, Ecuador.
2. Magister En Negocios Internacionales y Gestion En Comercio Exterior, Master Universitario En Investigacion rn Administracion y Economia de la Empresa, Licenciada En Ciencias de la Educacion Especializacion Castellano y Literatura, Profesora de Segunda Enseñanza Especialidad Castellano y Literatura, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, Ecuador.
3. Magister En Administracion de Empresas (Mba) Programa Integral de Habilidades Múltiples, Ingeniera Comercial, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, Ecuador.
4. Especialista en Gerencia Estrategica de la Comunicacion Organizacional, Doctor en Ciencias Administrativas, Magister en Direccion Estrategica de Marketing y Ventas, Ingeniero Comercial, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, Ecuador.

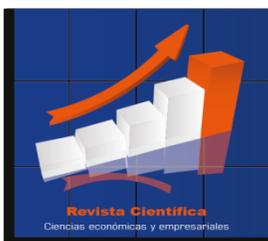
Resumen

Una de las fuentes de ingreso más importantes para el cantón Manta en estos últimos 10 años es el turismo; esta localidad ubicada en la costa central del Ecuador, de apenas 60 km², es poseedora de uno de los mejores climas tropicales a nivel país, bañada por extensas playas y hermosos paisajes naturales, conocida además por contar con una de las principales industrias del tejido empresarial nacional, como es el atún, la cual genera representativos ingresos estatales y locales por concepto de divisas de exportación. Es dueña de un gran patrimonio natural, pero también de tipo cultural, patrimonial y gastronómico, convirtiéndose en uno de los mejores destinos de Sudamérica, por su modernidad y empuje ciudadano. Sin embargo no escapa a la realidad vivencial del momento, al ser un territorio afectado por la pandemia global, que ha aquejado al sector turístico, creando una recesión sin precedentes, sumándose problemas de carácter local, tales como el descuido de autoridades que han permitido la contaminación de varias playas, reducida inversión en infraestructura, cierre de muchos negocios vinculados a la actividad turística, entre otros. El estudio hace un abordaje del contexto problemático, utilizando varias tipologías investigativas, tanto de trazo cualitativo como cuantitativo, aplicando el “método inductivo completo”. El objetivo planteado fue “determinar de qué forma el patrimonio natural influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”. Empleando el programa estadístico IBM-SPSS-25, se comprobaron las hipótesis formuladas, estableciendo por medio del coeficiente “Rho de Spearman” la correlación entre las variables y dimensiones, bajo un esquema longitudinal.

Palabras Clave: Cierre de empresas; Patrimonio natural; Perspectiva global; Promoción turística; Recesión económica.

Abstract

One of the most important sources of income for the Manta canton in the last 10 years is tourism; This town located on the central coast of Ecuador, of just 60 km², has one of the best tropical climates in the country, bathed by extensive beaches and beautiful natural landscapes, also known for having one of the main industries of the business fabric national, such as tuna, which generates representative state and local income from export foreign exchange. It is the owner of a great natural heritage, but also of a cultural, heritage and gastronomic nature, becoming one of the best destinations in South America, due to its modernity and citizen drive. However, it does not escape



the existential reality of the moment, being a territory affected by the global pandemic, which has afflicted the tourism sector, creating an unprecedented recession, adding local problems, such as the carelessness of authorities that have allowed the pollution of several beaches, reduced investment in infrastructure, closure of many businesses related to tourist activity, among others. The study makes an approach to the problematic context, using various investigative typologies, both qualitative and quantitative, applying the “complete inductive method”. The proposed objective was "to determine how the natural heritage influences the tourism promotion of the Manta canton in Ecuador." Using the statistical program IBM-SPSS-25, the formulated hypotheses were verified, establishing the correlation between the variables and dimensions by means of the “Spearman's Rho” coefficient, under a longitudinal scheme.

Keywords: Business closure; Natural heritage; Global perspective; Tourism promotion; Economic recession.

Resumo

Uma das fontes de receita mais importantes para o cantão de Manta nos últimos 10 anos é o turismo; Esta cidade localizada no litoral central do Equador, de apenas 60 km², possui um dos melhores climas tropicais do país, banhada por extensas praias e belas paisagens naturais, também conhecida por ter uma das principais indústrias do tecido empresarial nacional, como o atum, que gera receitas estaduais e locais representativas de divisas de exportação. É proprietária de um grande patrimônio natural, mas também cultural, patrimonial e gastronômico, tornando-se um dos melhores destinos da América do Sul, por sua modernidade e cidadania. No entanto, não foge à realidade existencial do momento, sendo um território afetado pela pandemia global, que tem afetado o setor do turismo, criando uma recessão sem precedentes, acrescentando problemas locais, como o descuido das autoridades que têm permitido a poluição de várias praias, reduzido investimento em infraestruturas, encerramento de muitos negócios ligados à atividade turística, entre outros. O estudo faz uma abordagem ao contexto problemático, utilizando várias tipologias investigativas, tanto qualitativas como quantitativas, aplicando o “método indutivo completo”. O objetivo proposto era "determinar como o patrimônio natural influencia a promoção do turismo no cantão de Manta, no Equador". Utilizando o programa estatístico IBM-SPSS-25, as hipóteses formuladas

foram testadas, estabelecendo-se a correlação entre as variáveis e dimensões por meio do coeficiente “Rho de Spearman”, sob um esquema longitudinal.

Palavras-chave: Fechamento de negócios; Herança natural; Perspectiva global; Promoção turística; Recessão econômica.

Introducción

La industria del turismo ha crecido a pasos agigantados, hoy los países apuestan a este sector como uno de los más prometedores en cuestión de rentas estatales, sobre todo cuando se promociona el turismo local y externo, los cuales en temporadas de altas visitas son generadoras de importantes recursos económicos para el propio estado y las regiones más demandadas. En Ecuador en promedio el turismo aportó un 5.6 % al PIB nacional, donde se tenía una media de ingresos diarios de 7.3 millones, de estos el turismo receptor acopia 6.2 millones de dólares (promedio/día), de acuerdo al Ministerio de Turismo - MinTur (2019). De igual manera se tenían catastrados 25.000 establecimientos dedicados a actividades relacionadas con el turismo, pero todo este escenario a partir de marzo del 2020 cambió, por los conocidos motivos de la pandemia global, de tal manera que se puede hablar de un antes y un después para el sector turístico no solo del país y la región objeto de estudio, sino para el mundo entero.

La presente investigación, centrada en el cantón Manta, provincia de Manabí - Ecuador, estudia varios de los fenómenos y factores que afectan al buen desarrollo de las actividades turísticas de esta localidad, con la expectativa de saber que una vez que se logre superar la crisis sobrevenida de los efectos de la pandemia, las acciones a emprender por quienes se desenvuelven en este sector, deben generar la tan ansiada recuperación económica, que ha dejado en Manta un 45 % de reducción de plazas de trabajo en actividades conjuntas del turismo como alojamiento, bares, discotecas, restaurantes, agencias de viajes, operadoras turísticas, centros recreacionales, acompañamiento o guía turística, transporte, así como el cierre de 53 establecimientos, de un total 569 según registro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón. Siendo muchas las instituciones públicas y privadas involucradas en la intención de reactivar el turismo de la ciudad de Manta, la principal estrategia a desdoblarse es promocionar el “patrimonio natural” que posee esta importante zona, compuesto por aquellos activos que la naturaleza le ha otorgado, mismos que se detallan en la tabla 1.

Tabla 1 Patrimonio natural del Cantón Manta.

No.	Activos de tipo natural
1	Playa de Tarqui
2	Playa el murciélago
3	Pla de San Mateo
4	Playa la tiñosa
5	Playa Santa Marianita
6	Playa San Lorenzo
7	Playa las piñas
8	Playa de Santa Rosa
9	Bosque de Pacoche y San Lorenzo
10	Cascada el salto de San Lorenzo
11	Playa de piedra larga
12	Playa de Barbasquillo
13	Playa de San José
14	Playa de Pile

Fuente: MinTur (2019).

Sobre la base de estos importantes “bienes naturales”, a partir de marzo del 2020 (inicios de la pandemia), las principales autoridades de Manta, agremiaciones e instituciones de educación superior, se han mantenido planificando actividades para reactivar el sector, con un permanente monitoreo, liderado por el GAD Municipal y su Comité Técnico Interinstitucional (CTI), receptando inquietudes de los más de 569 propietarios de establecimientos formales registrados y censados por la municipalidad, de acuerdo a la tabla 2. Sin embargo no solo basta con esta serie de buenas acciones e intenciones de arranque, sino que quienes participan de esta planificación, deben tener una visión más holística e identificar los problemas de causa-raíz, independientemente de los que se han originado por la crisis sanitaria, sino de aquellos que obedecen al continuo deterioro del patrimonio natural, como la contaminación de playas, la casi nula inversión de la infraestructura turística, a nivel de la planta hotelera, instalaciones públicas como parques y centros de recreación, seguridad pública, protocolos de bioseguridad, promoción turística en medios ATL y BTL, mejoramiento de la calidad de los servicios, capacitación por parte de empresas y negocios privados, etc.

De igual manera persisten inconvenientes de carácter interno en las empresas de todo tamaño, dedicadas a la entrega de servicios turísticos, como la falta de liquidez, importante para atender los requerimientos internos y externos de los negocios, así como el pago de nóminas, impuestos, materias primas, insumos y la propia inversión en sus infraestructura, en una época donde la

percepción de seguridad para minimizar el riesgo de contagio, marca un valor diferencial para las organizaciones.

Tabla 2 Establecimientos catastrados/censados en Manta.

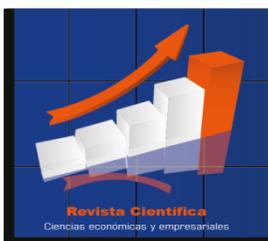
Actividad	No. de establecimientos	%
Restaurantes y cafeterías	261	46
Alojamiento	159	28
Bares discotecas	56	10
Agencias de viaje	34	6
Guías de turismo	34	6
Centros de esparcimiento	11	2
Transporte	7	1
Otras actividades conexas	7	1
Total	569	100

Fuente: GAD Manta - (2019).

Aprovechamiento y potencialización de atractivos naturales

Con la identificación de aquellos “activos naturales”, que forman parte del patrimonio de Manta, resultaría más efectivo cualquier plan estratégico y táctico para impulsar el destino, que es por donde deben empezar a trabajar las autoridades y organismos públicos/privados; las naciones que han apostado al turismo como actividad generadora de ingresos y fuentes de empleo directo e indirecto, cuidan celosamente su biodiversidad, pues el secreto para la sostenibilidad del turismo en todas sus formas, depende de la sustentabilidad medioambiental de los territorios, y, de por si la actividad turística no controlada, genera contaminación de todo tipo, principalmente por desechos, entonces es simple deducir el riesgo per “c” que tiene la industria, si persiste la irresponsable acción humana al deforestar bosques, manglares, construir en sitios de alta vulnerabilidad de impacto ambiental, sin pensar en los efectos ocasionados por la explotación geológica y fisiográfica.

De acuerdo a la Organización de Naciones Unidas – ONU (1970) conceptualiza a los recursos naturales “como todo aquello que encuentra el hombre en su ambiente natural y que puede de alguna forma utilizar en beneficio propio” (p.5); sin embargo esta definición está siendo totalmente tergiversada y mal aplicada, pues sobre este aserto teórico, lo importante es saber que si bien pueden ser aprovechados los recursos, no obstante lo trascendental es no perjudicar el hábitat, en detrimento de mismo hombre y la naturaleza. Por tanto, los recursos naturales son “elementos bióticos y abióticos” creados por la misma naturaleza, mismos que transformados de forma eficiente y responsable, satisfacen las necesidades de los individuos. Paula, G. (2015), del Centro



de Investigaciones Internacionales de Argentina, sobre los recursos naturales indica que este “es un bien físico que ofrece la naturaleza, como el agua de ríos, flora, fauna silvestre, bosques naturales, así también lo son las funciones de la naturaleza que la sociedad utiliza en un momento dado, de acuerdo a su demanda” (p.10).

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011, p.19) efectúa un análisis previsorio, sin bien alentador para las naciones que aprovechan las actividades de la industria turística, no obstante preocupante por los efectos que el dinamismo turístico deja; así por ejemplo en su estudio tomo datos del 2010 al 2030, donde estableció que los turistas visitarán naciones en vías de desarrollo en un orden del 4.4 % anual, a un ritmo de visita más creciente que muchos países desarrollados. Si este compás de progresión se mantiene, en el 2030 muy probablemente se movilizarán más de 1.000 millones de turistas en el mundo, lo cual es alarmante, dado los impactos que se ocasionaría a los recursos naturales y el medio ambiente, pues se pronostica que los destinos más visitados serán aquellos que tengan zonas de transición, ósea con entornos vulnerables y frágiles, donde cohabitan incluso especies en peligro de extinción, por lo que la intensificación del uso de esos espacios de forma insustentable, generara daños irreversibles al ecosistema, con pérdida para todos. Ramírez, A. (2005) exhorta a través de la siguiente cita, que “es importante mirar a los recursos naturales como un capital que tiene que ver con la posibilidad de generar valor agregado, usando tecnología, innovando y estableciendo cadenas productivas para que sean sostenibles y sustentables en el tiempo” (p.21).

El cantón Manta goza del reconocimiento “nacional, regional mundial” por su importante industria pesquera de atún, lo que le ha merecido el reconocimiento como el primer puerto pesquero del Ecuador, con una contribución del 2 % al PIB de la provincia, siendo además el cuarto sector más importante en tributación y generación de divisas para el Ecuador, solo detrás del petróleo, camarón y banano. Sin embargo este puerto del pacífico sur, se nutre de múltiples actividades económicas, como el comercio en general, el movimiento portuario, la pesca artesanal, servicios, construcción e inmobiliaria, transporte marítimo, aéreo, terrestre y sobre todo el turismo receptivo, acogiendo aproximadamente el 16 % de los visitantes que arriban al país por vía aérea y marítima, principalmente (cruceros), es decir 294 mil al año en promedio, entre nacionales y extranjeros, de

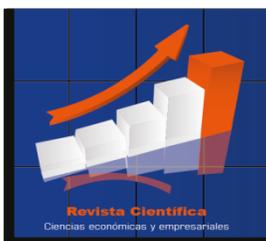
un total de 1.500.000 que visitan el territorio ecuatoriano, con un aforo de alojamiento para cerca de cinco mil turistas, en función de la infraestructura local.

Desde inicios del 2010, el Cantón Manta le ha dado un giro a su visión de crecimiento, apostándole al turismo como una puerta de ingresos locales, impulsando al “turismo interno, receptor y emisor”, explotando los recursos de tipo cultural, natural, gastronómico, deportivo, rural, aventura, playa, agroturismo, de negocios, religioso, de playa, educativo, de camping, montaña, mochilero y principalmente el de cruceros. Desafortunadamente las condiciones del país, sumada la crisis sanitaria, han generado la crítica involución del sector, con un panorama aún incierto y nada alentador, dadas las cifras estadísticas en todo orden de la economía y sus agregados macroeconómicos.

Marco referencial – teórico

Analizando las variables de estudio “patrimonio natural y promoción turística”, esta investigación da raíces epistémicas y teóricas a las mencionadas variables, relevando la importancia que le ha dado en el tiempo la comunidad científica a esta importante actividad de desarrollo local y humano, como es el “turismo”, el cual probablemente sea una de las industrias que menos contamina, en tanto y en cuanto se ejerza una gestión responsable con el medio ambiente, principal recurso de promoción de un destino. Así por ejemplo al definir el concepto de turismo, se esgrime lo expuesto por la OMT (2009), indicando que “se comprende como aquella actividad que efectúan personas durante sus viajes y estadía en sitios diferentes a su medio habitual, en periodos de tiempo menores a un año, con fines de ocio, negocios u otros” (p.55).

La actividad turística es considerada desde hace varias décadas como un “fenómeno socioeconómico”, por su gran aporte al crecimiento de las naciones y sus territorios, así como también por su contribución al desarrollo cultural por el intercambio y relación entre ciudadanos del mundo. En estos tiempos de gran despunte de la tecnología y los medios de comunicación, se vive una nueva modernidad para el turismo, pues no hay límites para promocionar cualquier destino planetario, incluso se habla del “turismo aeroespacial”, proyecto que en el largo plazo podría ser una realidad alcanzable; por tanto la visión del negocio turístico debe ser “holística y global”, potenciando y protegiendo los recursos internos principalmente los de tipo natural.



Figuerola, M. (1990) aporta indicando que el turismo “desarrolla las comunidades y las economías globalizadas por sus efectos en la captación de divisas, generación de empleos, inversiones, equipamiento y redistribución del ingreso” (p.40).

Por otro lado el “Patrimonio Natural” (PN), sustentado en todas las definiciones y análisis del contexto objeto de estudio (Manta), es determinado por la UNESCO (1972) como “la composición de monumentos naturales creados por formaciones físicas y biológicas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético, científico, geológico y fisiográfico, en zonas delimitadas que componen el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas” (p.35). En occidente el patrimonio natural, en función de lo expuesto por Gligo, N. (1991) “está relacionado con la vida silvestre, definiéndose en términos territoriales, mientras que en Europa esta concepción está asignada a recursos concretos como el agua, fauna, suelo, bosque nativo, ya sea primario secundario” (p.41).

Gudynas, E. (2009) expresa que debe entenderse como patrimonio natural a “un conjunto de bienes y recursos de la naturaleza, fuente de diversidad biológica y geológica, que tienen un valor relevante medioambiental, paisajístico, científico y cultural” (p.16). Es muy claro entonces poder determinar que el “patrimonio natural” comprende elementos del medioambiente y un conjunto de los procesos naturales con el paso del tiempo. La definición engloba al suelo, subsuelo, aire, agua, la diversidad biótica y el ecosistema, como también la correspondencia entre el hombre y el entorno, frente a la “capacidad de reproducción y autosostenimiento”, por la cual se debe velar, siendo necesario para ello crear leyes de protección y cuidado del “PN”.

Desde un enfoque mercadotécnico, de acuerdo a Kotler, P. (1999), la “Promoción Turística” (PT) “es uno de los cimientos de la comunicación integrada del Marketing, misma que busca informar a los potenciales turistas o consumidores de estos productos/servicios, sobre las ofertas existentes o programadas por una organización de carácter público o privado” (p. 58). En ese sentido el estudio consigue definir de forma categórica lo que se entiende por “PT”, bajo el criterio de autores como Middleton, V. (2001), quien alega que “son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos que agudizan sus deseos y estimulan la demanda” (p. 21).

Ejarque, J. (2005) contribuye con su razonamiento al exteriorizar que “la promoción de un destino turístico es comunicar a los potenciales turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y demandas, tratando de convencer al visitante, que vale la pena ir a un destino” (p.231). Es importante tomar en cuenta la referencia teórica de Morgan y Pritchard (1999) sobre la “PT” quienes señalan que “debe proporcionarse a los consumidores el conocimiento de los atractivos e infraestructura existente, diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad, además de influir en la decisión del destino y en el proceso de compra” (p.40).

Hipótesis General (HG)

HG. El patrimonio natural influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Hipótesis Específicas (HE)

HE1. La protección del medioambiente influye en la promoción del cantón Manta en Ecuador.

HE2. La calidad de la infraestructura influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

HE3. La calidad de los servicios influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

HE4. La percepción de seguridad influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Metodología

Métodos y tipos de investigación

El estudio emplea el método inductivo completo, analizando situaciones particulares, pasando luego a escenarios generales (Popper, K., 1991, p.105). Se utilizó la investigación de tipo “exploratoria, descriptiva, explicativa, documental, correlacional y cuantitativa”. Al trabajar con un esquema de prueba y validación de hipótesis, se explotan y procesan datos en el software estadístico IBM-SPSS-25, mismo que admite establecer el grado de correlación entre las variables estudiadas. La investigación se planteó como objetivo: “Determinar de qué forma el patrimonio natural influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”.

Unidad de análisis

Se compone de acuerdo a la ilustración de la tabla 3, cuya fuente es el GAD Manta, a través de su dirección de Turismo.

Tabla 3 Unidad de análisis en función de la población universo.

Población universo	# Habitantes
PEA Manta	115.000
PEA Manabí	609.210
Visitantes del país	260.200
Visitantes del exterior	34.750
Total	1.019.160

Fuente: GAD Manta (2019).

Muestra elegida

Para extrapolar la muestra se utilizó la técnica de “muestreo aleatorio simple”, con base epistémica en lo fundamentado por (Kish, 1995; Kalton y Heeringa, 2003, p.57) transcritos por Sampieri et al., (2014), donde “se insta en la necesidad de conocer el tamaño del error y el nivel de confianza” (p.72); de acuerdo a esta cita, se optó por aplicar la siguiente fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + (N)(e)^2}$$

Dónde:

N = Población o universo (1.019.160)

n = Tamaño de la muestra (?)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad de aceptación (0.5)

Q = Probabilidad de rechazo (0.5)

e = Margen de error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5) * (1.019.160)}{1,96^2 * (0,5) * (0,5) + (1,019.160) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 1.1019.160}{3,8416 * 0,25 + 1.1019.160 * 0.0025}$$

$$n = \frac{978801.26}{2548.86} = 384$$

Empleada la formula, la resultante fue aplicar 384 encuestas, en función del siguiente criterio de distribución. (Tabla 4).

Tabla 4 Distribución de muestra para encuesta

Encuestados	Muestra	%
PEA Manta	154	40
PEA Manabí	115	30
Visitantes del país	77	20
Visitantes del exterior	38	10
Total	384	100

Fuente: GAD Manta (2019).

Datos recolectados

Para la recolección de datos, a través del instrumento en “escala de Likert”, el cual fue diseñado con una estructura de 40 ítems, (20 por variable), se corrieron 384 encuestas; cada pregunta del cuestionario contempla la asignación de un valor en función de la escala normativa, permitiendo medir la importancia de respuesta; así se estableció que: sin importancia equivale a 1, de poca importancia a 2, moderadamente importante a 3, importante a 4 y muy importante a 5.

Resultados

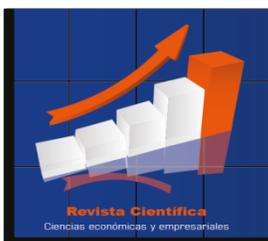
Bajo la utilización del software estadístico IBM-SPSS-25, se validó el “instrumento/constructo”, empleando el coeficiente “Alfa de Cronbach”, cuyo resultado fue de 0,998, teorizándose que existe un nivel de “correlación y validez muy alta”, contrastado con el baremo de medición, de acuerdo a la tabla 5 y 6.

Tabla 5 Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,998	40

Fuente: Software estadístico - IBM-SPSS-25

Tabla 6 Baremo de medición de confiabilidad.



Rango	Nivel de correlación
0,01 - 0,20	Muy baja
0,21 - 0,40	Baja
0,41 - 0,60	Moderada
0,61 - 0,80	Alta
0,81 - 1,00	Muy Alta

Fuente: Ruiz (2002)

Prueba de hipótesis

Se aplicó el como recurso especializado el software estadístico IBM-SPSS-25, realizándose las validaciones de los supuestos (hipótesis), empleando el coeficiente de correlación “p Rho de Spearman” con corte longitudinal, cuyos resultados están especificados en la tabla 7.

Tabla 7 Resultantes de validaciones en prueba de hipótesis

Hipótesis	Variable Independiente	Variable Dependiente	Sig	Rho de Spearman	Resultado
H. General	X. Patrimonio natural		,000	,942	Se rechaza Ho
H. Específica 1	X1. Protección medioambiental		,000	,910	Se rechaza Ho
H. Específica 2	X2. Calidad de infraestructura	Y. Promoción turística	,000	,931	Se rechaza Ho
H. Específica 3	X3. Calidad de servicios		,000	,915	Se rechaza Ho
H. Específica 4	X4. Percepción de seguridad		,000	,874	Se rechaza Ho

** La correlación es significativa en el nivel de 0,01 (bilateral)

Fuente: Software estadístico SPSS-25

Interpretación de resultados (Referencia tabla 8)

Hipótesis General (HG)

HG. X. El patrimonio natural influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Análisis de prueba

El análisis de la prueba de la hipótesis general (X), de acuerdo al software estadístico IBM-SPSS-25, expone una significación bilateral de 0,000 y un coeficiente de correlación p “Rho” de Spearman de 0,942, lo cual significa que existe una “correlación muy alta”, en función del baremo empleado. Esto permite concluir, que una vez efectuado el cruce longitudinal entre las variables de estudio, se descarta la hipótesis nula (H0), afirmándose la hipótesis alternativa (H1).

H. Específica (X1)

H1: La protección del medioambiente influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Análisis de prueba

Procesados los datos de la hipótesis específica (HE - X1), se alcanza una significación bilateral de 0.000, y un coeficiente p (Rho) Spearman de 0,910, descartando la hipótesis nula (H0), aceptando la alternativa (H1), concluyéndose que existe una “correlación muy alta”, según el baremo de medición.

H. Específica (X2)

HE - X2. La calidad de la infraestructura influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Análisis de prueba

Revisados los resultados obtenidos en la hipótesis específica (HE - X2), se logra una significación bilateral de 0.000, con un coeficiente p (Rho) Spearman de 0,931, excluyéndose la hipótesis nula (H0), aceptándose la hipótesis alternativa (H1), por lo que se determina la existencia de una “correlación muy alta”, confrontado con el baremo.

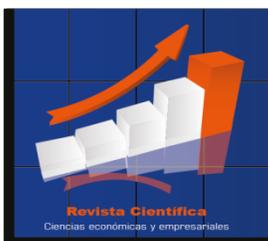
H. Específica (X3)

HE - X3. La calidad de los servicios influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Análisis de prueba

El software estadístico en la hipótesis específica (HE - X3), despliega una significación bilateral de 0.000, con un coeficiente p (Rho) Spearman de 0,915, suprimiendo la hipótesis nula (H0), validando la alternativa (H1), interpretándose como una “correlación muy alta”, verificado el baremo.

H. Específica (X4)



HE - X4. La percepción de seguridad influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Análisis de prueba

Completado el procesamiento de información, los resultados en la hipótesis específica (HE - X4), demuestran una significación bilateral de 0.000 y un coeficiente ρ (Rho) Spearman de 0,874, eliminando la hipótesis nula (H_0), aprobando la alternativa (H_1), considerándose como una “correlación muy alta”, contemplada por el baremo.

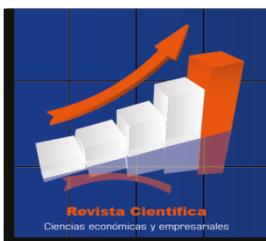
Discusión

La plaza objeto de estudio de la presente investigación (Manta), requiere de una intervención inmediata de cada uno de los actores del sector turístico de la localidad, la provincia y el país, donde indudablemente las autoridades estatales se convierten en el eje conductor del presente y el futuro turístico de esta emblemática y productiva ciudad; la población de otro lado se transforma en un ente corresponsable de mantener y proteger los bienes naturales, así como el patrimonio físico y cultural que le dan la identidad al cantón. La sostenibilidad y sustentabilidad es tarea de muchos, pero en la práctica se aprecia la intervención de pocos. El turismo como actividad impacta de forma considerable y negativa en el ecosistema; en lugares donde no hay control ni conciencia del visitante, se pueden destruir hábitats nativos únicos, frágiles e irremplazables. La sobreexplotación de recursos está poniendo en riesgo la preservación de especies, flora, agua, mares, alimentos, con una lacerante y visible contaminación en todo orden. Aquellas regiones que han sido favorecidas con condiciones “físicas, geológicas y geográficas” insuperables, deben recapacitar sobre la expectativa de duración de esos entornos, pues el cuidado del medioambiente podría resultar el mejor de los activos para el desarrollo turístico de cada territorio.

Conclusiones

1. Este estudio se realizó con el objetivo de determinar de qué forma el patrimonio natural influye en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador, primero estableciendo los problemas que convergen alrededor de las variables y el objeto estudio, pasando luego a fundamentar con asertos teóricos la importancia de abarcar un tema de imperiosa necesidad para una localidad como Manta, con un prominente futuro, pero con grandes desafíos por superar.
2. Los datos procesados por el recurso estadístico IBM-SPSS-25, en relación a la hipótesis general (HG - X), evidencian una “correlación muy alta” con un p “Rho de Spearman” de 0,942, pudiéndose concluir que: “mientras más atención se le preste al patrimonio natural, mayor influencia presente y futura tendrá en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”.
3. Seguidamente en la hipótesis específica (HE – X1), se demuestra una “correlación muy alta” con un p “Rho de Spearman” de 0,910, señalándose que: “mientras más énfasis se le dé a la protección del medioambiente, mayor influencia existirá en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”.
4. En cuanto a la hipótesis específica (HE – X2), se prueba la existencia de una “correlación muy alta” y un p “Rho de Spearman” de 0,931, destacándose que: “mientras más cuidado se le ponga a la calidad de la infraestructura, mayor influencia tendrá en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”.
5. La demostración en la hipótesis específica (HE - X3) alcanza una “correlación muy alta” y un p “Rho de Spearman” de 0,915, resaltándose que: “mientras más alta sea la calidad de los servicios, mayor influencia habrá en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador”.
6. Se cierra con la hipótesis específica (HE - X4), misma que adquiere una “correlación alta” y un p “Rho de Spearman” de 0,874, concluyéndose que: “mientras más elevada este la percepción de seguridad, mayor influencia se generara en la promoción turística del cantón Manta en Ecuador.

Referencias



1. Ejarque, J. (2005). Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Ed. Pirámide. España.
2. Figuerola, M. (1990). Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística. Vol.4. Ed. Síntesis. España.
3. Gligo, N. (1991). Las cuentas del patrimonio natural como instrumento de un desarrollo ambientalmente sustentable en América Latina y el caribe. Ed. CEPAL. Chile.
4. Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta (2019). Catastro de establecimientos turísticos. Ed. GAD Manta.
5. Gudynas, E. (2009). Desarrollo sostenible, posturas contemporáneas y desafíos en la construcción del espacio urbano. Ed. UDELAR. Uruguay.
6. Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2014). "Metodología de la Investigación". Sexta edición. Ed. McGraw-Hill. México.
7. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). Informe anual. INEC. Ecuador.
8. Kalton, G; Heeringa, S.; (2003). Artículos seleccionados en metodología de la encuesta. Ed. Wiley-Interscience. ISBN. 978-0471266612.
9. Kish, L. (1995). Diseño estadístico para la investigación. Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas. España.
10. Kotler, P. (1999). Marketing del siglo XXI. Ed. Futura. Brasil.
11. Middleton, V. (2001). Marketing in travel and tourism. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford. England.
12. Ministerio de turismo (2019). Catastro turístico. Ed. MinTur. Ecuador.
13. Morgan, N. & Pritchard, A. (1998). Tourism promotion and power: creating imágenes, creating identities. Ed. John Wiley & Son Ltd. England.
14. Organización Mundial del Turismo (2009). Barómetro del turismo internacional. Ed. OMT. España
15. Organización Mundial del Turismo (2011). Tourism Towards 2030: Global Overview. Ed. OMT. España.
16. Organización de Naciones Unidas (1970). Recursos naturales de los países en desarrollo: investigación, explotación y utilización racional. Ed. ONU. USA.

17. Paula, G. D. (2015). Programa de estudios, recursos naturales y desarrollo. Ed. CEIA. Argentina.
18. Popper, K. (1991). La lógica de la investigación científica”. Ed. Paidós. México
19. Ramírez, A. M. (2005). Los recursos naturales: más allá de la coyuntura económica. Ed. Universidad de Antioquia. Colombia.
20. Ruiz, B. (2002). Instrumentos de investigación educativa. Edición 2da. Ed. CIDEG. Venezuela.
21. UNESCO (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Url del sitio: <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

©2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).