

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i4>

## Gestión en la actividad turística: su impacto en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí-Ecuador

*Management in tourism activity: its impact on the socioeconomic development of the province of Manabí-Ecuador*

*Gestão na atividade turística: seu impacto no desenvolvimento socioeconômico da província de Manabí-Ecuador*

Mauro Herbert Bailón-Cevallos <sup>I</sup>

[mauro.bailon@uleam.edu.ec](mailto:mauro.bailon@uleam.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0003-3165-6398>

Mauro Amaru Granados-Maguiño <sup>II</sup>

[mgranadosm@unmsm.edu.pe](mailto:mgranadosm@unmsm.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-5668-0557>

**Correspondencia:** [mauro.bailon@uleam.edu.ec](mailto:mauro.bailon@uleam.edu.ec)

\* **Recepción:** 22/10/2022 \* **Aceptación:** 12/11/2022 \* **Publicación:** 27/12/2022

1. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
2. Universidad Nacional de San Marcos de Perú, Lima, Perú.

## Resumen

El turismo se ha constituido en una actividad económica sustancial para el Ecuador, debido a su crecimiento, además por ser un país que vive de sus riquezas naturales. El objetivo del presente estudio es determinar de qué manera la gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador. La investigación inicia con una revisión teórica de algunas memorias acerca de los diferentes elementos que pueden influir en el crecimiento socioeconómico, y, los factores que median en el mismo, permitiendo reforzar el marco teórico que sirve de base para el planteamiento de la propuesta. El método utilizado fue el hipotético-deductivo, de nivel descriptivo, además, al no manipular las variables investigadas, es también no experimental, con un diseño correlacional. Se tomó como muestra a 307 empresas del sector turístico de la provincia de Manabí, para lo cual se empleó un instrumento policotómico en escala de Likert, validado por juicio de expertos, comprobando su confiabilidad a través del Coeficiente de Alfa de Cronbach, en el programa estadístico SPSS-25. Se pudieron validar las hipótesis, con los siguientes niveles de significancia: general (0,995), específica 1, (0,965), específica 2, (0,981), específica 3 (0,958), específica 4 (0,977), específica 5 (0,985), específica 6 (0,982), específica 7 (0,982), específica 8 (0,991), específica 9 (0,991), específica 10 (0,989), específica 11 (0,989), específica 12 (0,990), específica 13 (0,964), específica 14 (0,983), específica 15 (0,956), específica 16 (0,974). La significancia promedio es positiva alta, cuyos hallazgos se puntualizan en las conclusiones.

**Palabras clave:** Gestión turística; Desarrollo socioeconómico; Empresas, Desarrollo local.

## Abstract

Tourism has become a substantial economic activity for Ecuador, due to its growth, as well as being a country that lives on its natural resources. The objective of this study is to determine how the management of tourism activity impacts the socioeconomic development of the province of Manabí - Ecuador. The investigation begins with a theoretical review of some reports about the different elements that can influence socioeconomic growth, and the factors that mediate it, allowing to reinforce the theoretical framework that serves as the basis for the approach of the proposal. The method used was the hypothetical-deductive one, of a descriptive level, in addition, since it does not manipulate the investigated variables, it is also non-experimental, with a

correlational design. 307 companies from the tourism sector in the province of Manabí were taken as a sample, for which a Likert-scale polychotomous instrument was used, validated by expert judgment, verifying its reliability through the Cronbach Alpha Coefficient, in the program SPSS-25 statistic. The hypotheses could be validated, with the following significance levels: general (0.995), specific 1, (0.965), specific 2, (0.981), specific 3 (0.958), specific 4 (0.977), specific 5 (0.985), specific 6 (0.982), specific 7 (0.982), specific 8 (0.991), specific 9 (0.991), specific 10 (0.989), specific 11 (0.989), specific 12 (0.990), specific 13 (0.964), specific 14 (0.983), specific 15 (0.956), specific 16 (0.974). The average significance is positive high, whose findings are pointed out in the conclusions.

**Keywords:** Tourism management; socioeconomic development; Companies, Local development.

## Resumo

O turismo tornou-se uma atividade econômica importante para o Equador, devido ao seu crescimento, além de ser um país que vive de seus recursos naturais. O objetivo deste estudo é determinar como a gestão da atividade turística impacta o desenvolvimento socioeconômico da província de Manabí - Equador. A investigação começa com uma revisão teórica de alguns relatórios sobre os diferentes elementos que podem influenciar o crescimento socioeconômico, e os fatores que o mediam, permitindo reforçar o quadro teórico que serve de base à abordagem da proposta. O método utilizado foi o nível hipotético-dedutivo, descritivo, além disso, por não manipular as variáveis investigadas, também é não experimental, com delineamento correlacional. Foram tomadas como amostra 307 empresas do setor de turismo na província de Manabí, para as quais foi utilizado um instrumento policotômico de escala Likert, validado por julgamento de especialistas, verificando sua confiabilidade através do Coeficiente Alfa de Cronbach, no programa estatístico SPSS-25. As hipóteses puderam ser validadas, com os seguintes níveis de significância: geral (0,995), específico 1 (0,965), específico 2 (0,981), específico 3 (0,958), específico 4 (0,977), específico 5 (0,985), específico 6 (0,982), específico 7 (0,982), específico 8 (0,991), específico 9 (0,991), específico 10 (0,989), específico 11 (0,989), específico 12 (0,990), específico 13 (0,964), específico 14 (0,983), específico 15 (0,956), específico 16 (0,974). A significância média é alta positiva, cujos achados são apontados nas conclusões.

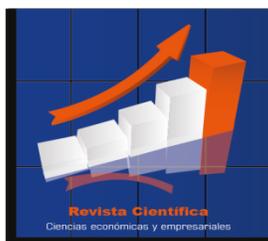
**Palavras-chave:** Gestão do turismo; desenvolvimento socioeconômico; Empresas, Desenvolvimento local.

## Introducción

Es importante partir desde un análisis con escenarios diacrónicos sobre la realidad del turismo, comprendido entre los años 2018, 2019 y 2020. El sector del turismo en el Ecuador es el cuarto generador de divisas más importante; de acuerdo a las estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador (Mintur, 2019) llegaron al Ecuador 1.534.708 personas, 4 % más que en el año 2018; se generó un ingreso de divisas de 2.287,5 millones de dólares, denotándose un crecimiento del 45,8 %; así mismo se generó un saldo en la balanza turística de 966,1 millones, es decir un incremento del 157,3 % en relación al 2018. Este importante sector de la economía abrigó a 513.223 empleados, un 3 % más que el año de comparación (2019 vs 2018), la cifra de la fuerza laboral representó el 6,5 % del total de trabajadores en la economía ecuatoriana.

El sector turístico nacional históricamente ha aportado un 2 % al PIB del país en promedio en estos últimos 3 años, notándose un incremento gradual. Esto refleja un importante crecimiento para el sector como para la nación, dada las actividades paralelas, mismas que son parte del tejido laboral con la creación de fuentes de empleo directo e indirecto. Significa también que existe una diversificación de la propuesta turística, como ya se ha venido dando hace algunas décadas en los países desarrollados, y en los últimos años en los países en vía de desarrollo.

Sin embargo, para Manabí las cifras no son tan favorables, toda vez que la provincia aún se encuentra en proceso de recuperación luego del terremoto del 16 de abril del 2016 (16A); del total de visitas realizadas al territorio nacional (2019), solo el 15 % viajaron hacia Manabí, se habla entonces de 364.280 turistas un 13 % menos (55.720) respecto al año anterior de la comparación estadística antecedida, con la derivada reducción de ingresos para el sector. Las cifras regionales indican que la fuerza productiva del turismo, encabezada por las empresas (micro, pequeñas, medianas y grandes), aportan el 1,2 % del PIB de la región, el cual está en el orden del 4,8 %, contribuyendo al del país en un 0,2 % en más de 95 millones de dólares, transformándose en una zona de pujante desarrollo que fomenta el empleo y cubre significativamente la demanda de productos tangibles e intangibles.



## Que representa Manabí para el Ecuador y el mundo

La provincia de Manabí, cuyo nombre en voces quechuas significa “tierra sin agua” es un territorio ampliamente diverso en flora y fauna, además de ser ampliamente reconocida a nivel nacional por sus atractivos turísticos. La potencialidad que tiene Manabí es única, sus atractivos no solo son los 350 kilómetros de playas, donde se puede caminar, relajarse y tomar el sol, sino sus campos, donde la naturaleza la ha premiado con los más bellos paisajes, como cristalinos ríos y altas cascadas, pues esta parte del territorio ecuatoriano posee todos los encantos que un turista normal, aventurero o deportivo necesita. Debido a la importancia que tiene la provincia para el sector turístico nacional, en los principales cantones se han situado algunas empresas que son parte de esta actividad; así aparecen las operadoras de turismo y las agencias de viajes para ofrecer al viajero el servicio demandado.

En lo que respecta a las playas de la provincia de Manabí, las más conocidas son: Cojimíes, Pedernales, Camarones, Canoa, San Vicente, Bahía de Caráquez, San Clemente, San Jacinto, Crucita, Jaramijó, Tarqui, Murciélagos, San Mateo, San José, Puerto Cayo, Machalilla, Los Frailes, Puerto López y Salango. Además cuenta con una gran cantidad de activos naturales, como bosques secos y húmedos, altamente apreciados por los turistas nacionales y extranjeros, permitiendo realizar varias actividades, entre ellas la observación de especies nativas y caminatas por los senderos de cada sitio, una clara muestra es el bosque protegido de Pacoche en el cantón Manta, en donde se puede experimentar turismo de aventura y expectación de especies, como el mono aullador y variedad de aves.

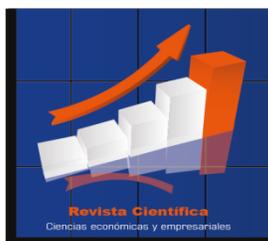
Manta, por ejemplo, es un balneario de la provincia de Manabí, cuya actividad turística se desarrolla principalmente entre los meses de diciembre – abril, conocida también como temporada alta, periodo en cual la actividad económica aumenta considerablemente. A pesar de ser considerado el primer balneario del Ecuador, esta ciudad en la época de temporada baja, (desde mayo a noviembre), recibe pocos visitantes, por lo que se percibe una disminución de los ingresos económicos, y, al no ser estos suficientes, la actividad turística no puede ser considerada como la primera fuente de ingresos del cantón. En lo que respecta a Portoviejo (capital de la provincia), desde el punto de vista geopolítico, este cantón dispone de tres espacios para el desarrollo turístico: la ciudad con su patrimonio cultural arquitectónico, balneario de crucita y las parroquias rurales

con sus tradiciones ancestrales y culturales, como gastronómicas; las modalidades de la actividad turística van desde lo urbano, sol y playa e iniciativas aisladas de agroturismo.

Sin embargo, a pesar de los atractivos y recursos turísticos que cuentan los tres escenarios del cantón Portoviejo, éstos no se encuentran incorporados en ningún producto turístico que se oferte con certeza en el mercado nacional o internacional, lo que invisibiliza sus potencialidades, afectando a toda la región, por ser capital política de provincia. Los dos cantones nombrados (Portoviejo y Manta), que se convierten en los sitios más hegemónicos del territorio manabita, no cuentan con una sólida gestión turística, misma que compromete a las empresas públicas y privadas; en el primer caso como responsables de desarrollar políticas a través de gobiernos seccionales a favor del sector que se estudia, como también fomentar el desarrollo de la infraestructura turística, y en paralelo coordinar con los organismos pertinentes la seguridad ciudadana, donde está implícito el turista interno y foráneo.

De otro lado, aparece la gestión turística del sector privado, empresas que cuya misión principal debe ser la de garantizar la calidad de los servicios ofertados, notándose una carencia en este frente, y otros como la limitada infraestructura, principalmente de las pequeñas y medianas empresas, donde se percibe un improvisado recurso humano, de baja formación, con limitaciones en la parte idiomática, esencial en la actividad turística. De acuerdo a Ponce, Solís, Quijije, Villafuerte, Mero y Cruz (2018) “la incompreensión del idioma (inglés) y el no saber ofertar adecuadamente las bondades de sus servicios, hace que las PYMES hoteleras de Manabí pierdan periódicamente clientes” (p.67). Esto deja en evidencia que, en un gran número de organizaciones privadas, no existe el uso adecuado de herramientas técnicas para la captación de clientes (turistas), mismas que provienen de la planificación estratégica y aplicación de instrumentos mercadotécnicos, propios de la gestión empresarial turística, que también debe ser premisa de las instituciones públicas; así también persiste carencia de acciones en ciertos procesos administrativos básicos como la organización, dirección y control.

En el cantón Manta, uno de los mayores problemas que enfrenta el sector turístico, es la presencia de agentes contaminantes en los ríos, provocados por los desechos de las fábricas y ciudadanos que habitan en las riveras, los cuales desembocan en las playas y resulta un riesgo para los turistas que desean disfrutar de los atractivos que ofrece la ciudad. De igual manera las zonas urbanas y rurales de los distintos cantones de Manabí, donde existe un alto potencial turístico por las playas,



advierten problemas referentes a la infraestructura, principalmente la hotelera, dada las secuelas del terremoto del 16 de abril del 2016 (16A), evento que literalmente destrozó las instalaciones de empresas privadas dedicadas a la actividad turística y otras, colapsando la red de servicios públicos, trayendo consigo una disminución de la calidad de los servicios turísticos a todo nivel.

La provincia de Manabí y sus cantones, han crecido de forma desordenada, sin un rumbo de planificación para potenciar el desarrollo turístico, por ello, en ciertos cantones se puede encontrar que los pobladores han dado empuje a la creación de plazas hoteleras (hospedaje en casas), que hoy forman una amplia variedad de opciones para el turista, pero que de alguna manera generan informalidad para el sector turístico; este es un fenómeno que se empieza a notar a nivel de otras latitudes. Se reitera entonces que no ha existido una política local que contribuya de forma sostenida al crecimiento del turismo, tomando como referencia experiencias realizadas en otros lugares de la región y el mundo, que identifiquen comunidades con áreas potenciales para el desarrollo de un turismo sustentable, principalmente en sectores rurales con bajos niveles de desarrollo en infraestructura, mismos que cuentan con todas las condiciones para explotar sus recursos turísticos, generando una mayor actividad económica y productiva para los cantones, la provincia y sus habitantes, procurando el bienestar colectivo.

Es evidente que a nivel provincial la gestión administrativa y operativa de las instituciones responsables en los destinos turísticos de Manabí (públicas), se despreocupan del mantenimiento de la arquitectura patrimonial, como parques y monumentos, lo que menoscaba el atractivo de cada urbe, centrando la poca promoción turística en las playas, sin considerar otros recursos geomorfológicos como las lagunas, depósitos de agua, cascadas, grutas, cenotes, manantiales, planicies, así como también los biogeográficos, ejemplo las manifestaciones de vida terrestre como la flora y fauna, selva, bosques, árboles, flores, zonas de especies raras, de pesca, de agrupaciones de coral, etc., sectores donde pueden ser practicadas diversas actividades del espectro turístico. En zonas ganaderas y agrícolas, es posible potenciar el atractivo de dichas localidades, a través de la promoción del ecoturismo y agroturismo, dado que su geografía natural cuenta con ríos y cascadas. En lo referente a la infraestructura, la mayoría de estos establecimientos se encuentran ubicados en las ciudades de Manta, Portoviejo y Bahía de Caráquez, donde existe una mayor inversión por parte del sector privado, con mayores opciones para los viajeros, por ejemplo, en alojamiento y diversión,

mientras que en los demás cantones que conforman la provincia de Manabí, no hay estímulo para generar inversión, siendo pocos los negocios que ofrecen servicios de calidad a los turistas. El estado de las vías es un factor determinante a la hora de hacer turismo, puesto que es el medio de movilidad que permite la interconexión de las diversas localidades de la nación, pero al encontrarse con carreteras en mal estado, ya no eligen como destino a Manabí; a partir del año 2008 a inicios del mandato del Econ. Rafael Correa Delgado, se hizo una declaratoria de emergencia vial en el país, con la finalidad de construir y reconstruir las carreteras del Ecuador, dicha red vial en la actualidad por causa de la recesión económica estatal, ha sufrido deterioro por la falta de mantenimiento, además de factores climáticos que afectan el estado de las mismas, lo que reduce el flujo de los turistas.

Esta región cuenta con una extraordinaria y clásica oferta gastronómica, sin embargo, muchos locales no cumplen con los reglamentos de salubridad existentes en el país, además de que las instalaciones no son las más adecuadas, contemplando el hecho que principalmente en muchas zonas rurales, no existen servicios básicos como agua potable y alcantarillado, siendo un problema de responsabilidad única de la administración pública. Actualmente la promoción turística se encuentra basada en campañas de temporada, pero no existen políticas de gobierno que incentiven las inversiones o el mejoramiento de los negocios existentes, es por esta razón que hay mucha informalidad principalmente, en la oferta gastronómica a lo largo y ancho de la provincia.

Respecto a las campañas publicitarias sobre el turismo de Manabí, estas se encuentran a cargo del gobierno provincial, las mismas que solo se activan en temporadas playeras, utilizando principalmente medios televisivos y de prensa, sin embargo, cada cantón es responsable de promocionar individualmente sus atractivos, pero existe despreocupación por parte de las autoridades locales en llevar a efecto dicha acción. Actualmente el medio más utilizado para promover el turismo son las redes sociales, principalmente el Facebook y algunos medios electrónicos especializados en la promoción turística, especialmente para la oferta de alojamiento, donde se dan a conocer las bondades naturales que ofrece cada región; en su mayoría estos anuncios son patrocinados por empresas privadas, como operadores turísticos, restaurantes, hoteles y otros, pero no nace precisamente como iniciativa de las entidades estatales.

Por ello, una de las razones importantes de la creación del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020 (PLANDETUR 2020), impulsado por el MinTur,

es la articulación que deben de realizar los municipios para el desarrollo local, donde se abordan exigencias para mejorar las infraestructura de servicios básicos, parte de dicho plan comprende también las carreteras, que son catalogadas como de primer orden, entre otros componentes bases para la promoción de territorios.

## **Decrecimiento del turismo en la provincia de Manabí tras los efectos del SARS-COV-2**

El acontecimiento global de la pandemia del Covid-19, que tiene a la fecha temblando a todas las economías del mundo, ha traído consigo no solamente pérdidas de vidas humanas, sino un quebrantamiento de las empresas en todo sector, y que no decir del turismo, motivo de objeto de estudio de esta investigación. A nivel nacional el 70 % de las empresas turísticas y sus actividades complementarias decayeron en el 2020; de acuerdo a cifras de la Cámara Nacional de Turismo 134.000 personas perdieron sus puestos de trabajo, desafortunadamente para las MIPYMES, turísticas, principales actores del tejido empresarial, sostenerse ha sido una dura prueba, calculándose que al cierre del 2020 el 10 % cesaron definitivamente sus operaciones, con una inevitable muerte. El cierre de fronteras freno el ímpetu de crecimiento del sector turístico, cayendo el número de visitas extranjeras de 1.534.708 en el 2019 a 326.961 en el 2020, es decir un abismal y preocupante decrecimiento, sobre todo porque el escenario no avizora una mejora inmediata, hasta que las naciones empiecen una vacunación masiva y logre la tan ansiada inmunidad de rebaño.

En Manabí la planta turística, igual que en el resto de otras provincias, está compuesta en un 89 % por MIPYMES, de estas el 70 % se han visto afectadas por los efectos de la pandemia, cuya operación envuelve a operadores, guías, restaurantes, alojamiento, eventos, transportistas, bares, discotecas, etc. De acuerdo al Banco Central del Ecuador (BCE), en Manabí el PIB cayó en un -7% casi en igual proporción para todos los sectores de la economía. Sin embargo, este es un fenómeno de todas las naciones del mundo, mismas que realizan ingentes esfuerzos para mitigar el impacto del COVID-19, procurando encontrar el camino de la reactivación turística, una preocupación latente de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Varias medidas se vienen contemplando por los estados para mejorar la condición del sector, como levantar gradualmente

las medidas de restricción, creando corredores de viaje, reactivación de las actividades aéreas, incorporando todas las medidas y protocolos de bioseguridad, a pesar de las incertidumbres por las mutaciones del coronavirus. Sin duda todos estos esfuerzos, deben ser compartidos entre empresas y el gobierno, en pro de proteger la producción y el empleo.

## **Marco teórico y fundamentación de las variables de estudio**

### **Gestión empresarial (ge)**

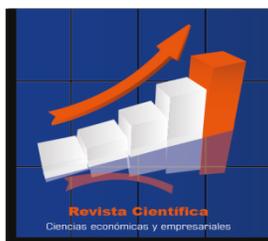
La gestión es vista por un gran número de autores como la técnica que busca obtener resultados de máxima eficiencia por medio de la coordinación de personas, cosas y sistemas que forman una organización, la cual persigue siempre un fin eminentemente práctico: obtener resultados, pudiendo ser dentro del ámbito social, comercial entre otros. Mediante teoría descrita por Chiavenato se define que:

Gestión proviene del latín *gestio*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. (2006, p.84)

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. Gestión es también la dirección o administración de una compañía y/o negocio. (Chiavenato, 2006, pág. 89)

Uno de los factores claves para una correcta gestión administrativa o empresarial es el liderazgo, es decir, saber guiar a la organización a la obtención de los objetivos estratégicos propuestos, mediante la planificación y guía del talento humano que la conforma. La “GE” en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de cristalizar un plan de negocio, debido a que de ella dependerá el éxito o el fracaso que tenga dicho emprendimiento.

Es importante que se tenga en cuenta que con el pasar de los años la competencia será creciente, por lo que siempre se debe estar informado de los pasos que esta realiza. Se desprende a si mismo de la gestión empresarial, la contable, siendo un proceso que consiste básicamente en organizar, coordinar y controlar la parte de las finanzas, por lo cual no solamente es considerada como parte de una ciencia derivada de “ciencias administrativas”, sino que es considerada como un arte en el



mundo de la economía y la administración de empresas. En relación al concepto, Martínez Guillén contextualiza que:

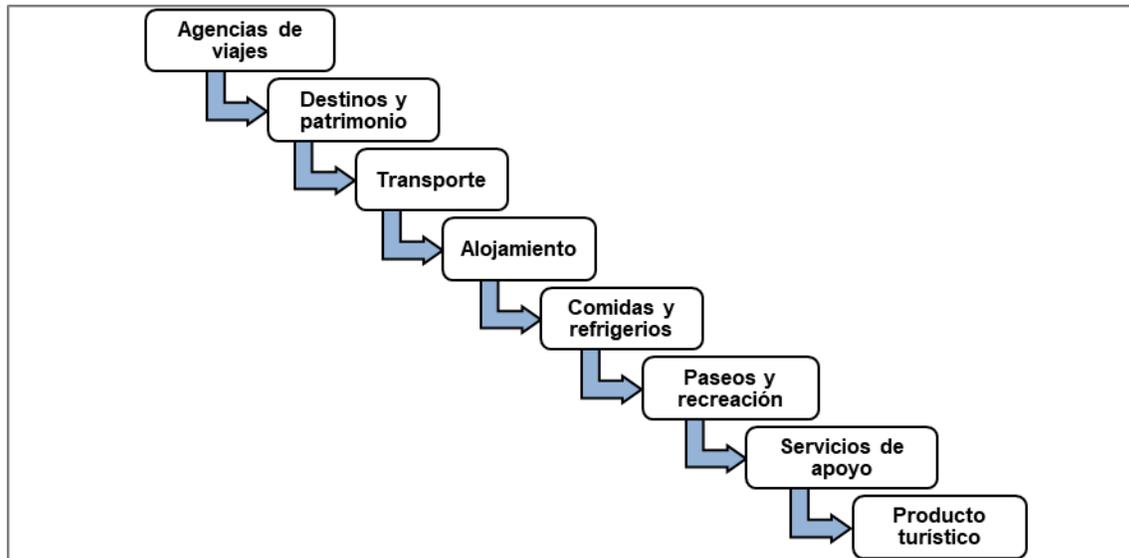
La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. La misma tiene en cuenta infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios. Engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado. (2013, p.94)

### **Gestión turística**

Si bien es conocido que “el turismo” no conforma una actividad nueva y que su origen y desarrollo datan de muchos años atrás, también es cierto que ha tomado auge esta actividad con una mayor concepción integral en las últimas dos décadas; desde hace unos diez años aproximadamente, una de las mayores preocupaciones de los empresarios turísticos es hacer eficiente la gestión de sus empresas ante la complejidad intrínseca de la actividad, el mercado en que actúan y los vaivenes de la economía. En la gestión de la actividad turística se integra como objetivo primordial la satisfacción del cliente, en base a las necesidades de descanso que éste tenga, y el buen uso del tiempo libre que disponga; de igual forma se cuida el medio ambiente para que la actividad desarrollada no afecte el ecosistema donde será explotado turísticamente, ni se vea alterado de manera alguna, de este modo se consigue un turismo sostenible y responsable con el medio ambiente.

Para tener una mejor comprensión de los elementos que se encuentran involucrados dentro de la gestión de la actividad turística se desarrolla la siguiente ilustración:

**Fuente:** Arcarons (2010)



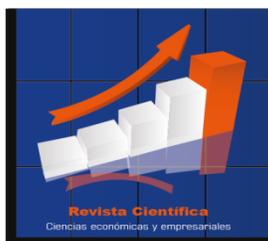
**Figura 1:** Esquema de cadena turística global y tradicional

Siendo esta cadena vulnerable, puesto que, ante la motivación de hacer turismo, no necesariamente el consumidor potencial la debe recorrer de esta manera, sino que puede armarse su propio paquete turístico con su cronograma, reservas, tickets, etc. Los elementos del sistema turístico son la demanda, los atractivos disponibles, la infraestructura, la comunidad receptora, los equipamientos e instalaciones, y la superestructura. Según Palacios (2020):

En la gestión de la actividad turística se integra como objetivo primordial la satisfacción del cliente, en base a las necesidades de descanso que éste tenga, y el buen uso del tiempo libre que disponga; de igual forma se cuida el medio ambiente para que la actividad desarrollada no afecte el ecosistema donde será explotado turísticamente, ni se vea alterado de manera alguna, de este modo se consigue un turismo sostenible y responsable con el medio ambiente. Los elementos del sistema turístico son la demanda, los atractivos disponibles, la infraestructura, la comunidad receptora, los equipamientos e instalaciones, y la superestructura. (pág. 15-16).

### **Desarrollo socioeconómico (DS)**

El Desarrollo Socioeconómico es un proceso en el cual se obtiene como resultado una mejor calidad de vida para los individuos que conforman un país o que están dentro de un mismo



territorio, para eso es necesario una explotación racional de los recursos existentes, preservándolos en el tiempo (presente y futuro).-De acuerdo con Sepulveda, sobre el “DS”:

Es un estado social, donde las condiciones de bienestar están dadas a partir del funcionamiento eficiente del mercado, por tanto, las condiciones de brecha como factor de ineficiencia en la economía, se reducen a un mínimo, por lo que la presencia de desigualdad en la distribución de los recursos y concentración del ingreso se ven reducidas a cambio de mayor productividad e interacción comercial, con miras hacia una sostenibilidad en el largo plazo. (2010, p.40)

Bastan unas condiciones favorables de bienestar, para ampliar la frontera de producción vía un incremento en la productividad técnica de factores PTF (PTF o TFP del inglés Total Factor Productivity) y mejorar el flujo de ingresos provenientes del comercio. La presencia de crecimiento económico sostenido puede movilizar la mayor carga del mercado representada en la producción hacia la generación de una mayor renta nacional, haciendo que la distribución del ingreso per cápita mejore en buena proporción. Pero antes de esto, será conveniente observar los aspectos más sobresalientes del desarrollo económico.

Es así que Buvinić (2014) conceptualiza que “el proceso del desarrollo económico tiene tres etapas: en la primera, las comunidades son principalmente agrícolas y se autoabastecen. En la segunda se desarrolla un sistema de actividades comerciales y de intercambio, y en la tercera aparece la industria manufacturera” (p.97). Por tanto, un aspecto fundamental del desarrollo es la evolución del mercado en su más amplia categoría, como proceso de intercambio entre consumidores y oferentes. Cuando se desarrolla una industria manufacturera compleja, con la utilización de máquinas en una escala continuamente creciente, la especialización y aplicación de nuevas técnicas transforma el sistema de producción y absorbe el pequeño taller del artesano, por una factoría dotada de maquinaria como producto social que da valor a la producción y orienta la lógica del mercado a partir de una necesidad compleja de artículos por parte de la sociedad.

## Metodología

En la presente investigación, se empleó el método hipotético-deductivo, que de acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), se refiere al procedimiento que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. Este método asume algunos pasos fundamentales:

observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar el fenómeno, deducción de proposiciones más obvias en relación a la hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

### **Tipo y diseño de la investigación**

El tipo de estudio que corresponde utilizar es básico, ya que según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), busca el conocimiento puro por medio de la recolección de datos, de tal manera que adiciona información que excavan cada vez las sapiencias ya existidas en la realidad, lo que resulta en un mayor conocimiento de las hipótesis, teorías y leyes.

### **Diseño de la investigación**

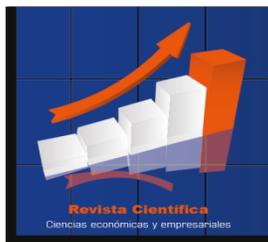
Se empleó la investigación no experimental, que de acuerdo a Hernández et al. (2010), este se realiza sin manipular deliberadamente las variables, además es longitudinal porque el fenómeno se podrá observar y recoger datos cualitativos y cuantitativos empleando medidas continuas o repetidas para dar seguimiento al objeto de estudio durante un período prolongado de tiempo. También, el estudio tiene un diseño correlacional, ya que trata de mediar el grado de relación entre las variables.

### **Nivel de la investigación**

El estudio, consta de un nivel descriptivo, de acuerdo a (Dankhe, 1986) este tipo de estudios usualmente dan fundamentación a las investigaciones, mismas que a su vez proveen información para realizar estudios altamente estructurados.

### **Unidad de análisis**

El estudio se realizó en todas las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas legalmente constituidas del sector turístico de Manabí, que de acuerdo al (Ministerio de Turismo, 2018) asciende a 1.524.



### Población de estudio

En el estudio se toma como población a las empresas del sector turístico de Manabí, que, según la clasificación del Ministerio de Turismo, citado por Ponce et al (2018), son aquellas que ofrecen servicio de alojamiento en sus diferentes categorías; así también las que brindan servicios de alimentos y bebidas; los parques de atracciones; ofrecen servicios de intermediación; las unidades de negocio denominadas de operación; y las empresas de transportación. En este sentido, cabe mencionar que de cada empresa se seleccionará un encuestado (en función del cálculo de la muestra), que generalmente serán del nivel de mando más alto, como gerentes y administradores. A continuación, se detalla la clasificación de empresas del sector turístico en Manabí:

**Figura 2:** Clasificación de empresas turísticas por actividad en Manabí

CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA		ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS (2018)
ACTIVIDAD	CLASE	
<b>Alojamiento</b>	Campamentos turísticos	4
	Casas de huéspedes	11
	Hostales	171
	Hosterías	57
	Hoteles	62
<b>Alimentos y bebidas</b>	Bares	88
	Cafeterías	87
	Discotecas	23
	Fuentes de soda	154
	Restaurantes	672
<b>Parques de atracciones</b>	Centros de recreación turística	9
	Termas y balnearios	26
<b>Intermediación</b>	Centro de convención	1
	Sala de recepciones y banquetes	44
<b>Operación</b>	Agencias de viaje dual	23
	Agencias de viaje internacional	17

	Agencia de viaje mayorista	1
	Operadores turísticos	65
<b>Transportación</b>	Transporte aéreo	2
	Transporte marítimo y fluvial	3
	Transporte terrestre	4
<b>TOTAL</b>		<b>1.524</b>

Fuente: Ponce et al (2018).

### Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se determinó empleando el muestreo probabilístico aleatorio simple; que según (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & & Baptista-Lucio, 2010) con la aplicación de la formula muestral para poblaciones finitas, se podrá medir el tamaño del error, intentando minimizarlo, así como conocer el nivel de confianza”.

Utilizando la formula se logran los siguientes datos:

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

N = Población / Universo (1.524)

ñ = Tamaño de la muestra (?)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad de aceptación (0.5)

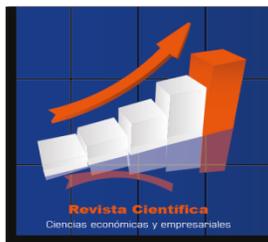
Q = Probabilidad de rechazo (0.5)

e = Margen de error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5) * (1.524)}{1,96^2 * (0,5) * (0,5) + (1.524) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 1.524}{3,8416 * 0,25 + 1.524 * 0.0025}$$

$$n = \frac{1463,6496}{4,7704} = 307$$



Aplicada la fórmula, los resultados indican que la muestra a tomar es de 307 empresas del sector turístico de la provincia de Manabí. Para tales efectos se desarrolló la siguiente distribución.

**Figura 3:** Muestra escogida por tipo de empresa

<b>ACTIVIDAD DE EMPRESA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>DE MUESTRA A TOMAR</b>
	<b>EMPRESAS</b>	
<b>Alojamiento</b>	305	75
<b>Alimentos y bebidas</b>	1024	153
<b>Parques de atracciones</b>	35	15
<b>Intermediación</b>	45	20
<b>Operación</b>	106	40
<b>Transportación</b>	9	4
<b>TOTALES</b>	<b>1.524</b>	<b>307</b>

**Fuente:** Ponce et al (2018).

### Técnicas de recolección de datos

La técnica empleada para el estudio, fue la encuesta, misma que de acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), corresponde a un procedimiento metodológico y sistemático, que faculta la implementación de métodos de investigación que facilitan la recolección de información de manera inmediata. Como instrumento se utilizó el cuestionario fue el instrumento utilizado, documento que permite a través de preguntas objetivas, permite recabar información de la muestra seleccionada. En este sentido, se empleó un instrumento policotómico en escala de Likert, para aplicarlo a 307 gerentes y administradores de las empresas turísticas de Manabí – Ecuador, mismo que fue validado por juicio de expertos, y que supo comprobar su confiabilidad a través del Coeficiente de Alfa de Cronbach en el Programa Estadístico SPSS 25. Este constructo tiene una estructura de 40 preguntas, es decir 20 por cada variable de la investigación (Gestión turística y Desarrollo socioeconómico).

## Resultados y discusión

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas desarrolladas, estas fueron ordenadas, codificadas y tabuladas los ítems (preguntas), para luego ser graficados en histogramas y otras técnicas de representación estadísticas, las cuales fueron arrojadas por medio del Software IBM SPSS. También se realizó un análisis de fiabilidad para poder validar y evaluar la confiabilidad del instrumento de medición utilizado y sus datos contenidos, para ello se determinó el Alfa de Cronbach. Dicho coeficiente permite determinar que el valor calculado sea más cercano a (1), mayor será la confiabilidad del instrumento. Con un total de 40 ítems evaluados en 307 elementos de muestra, el resultado del Alfa de Cronbach es el siguiente:

### Fiabilidad del instrumento

En la siguiente tabla. Se muestra la fiabilidad Alfa de Cronbach de 0,996 para los 40 ítems encuestados, por lo tanto, dicho resultado expresa una alta fiabilidad.

**Figura 4:** Fiabilidad Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,996	40

**Fuente:** Sistema estadístico SPSS - 25

### Prueba de Hipótesis

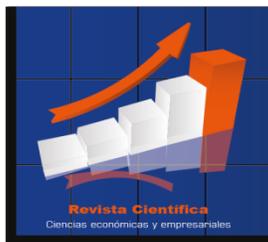
Para comprobar las hipótesis se aplican estadísticos descriptivos y el análisis de correlación Rho de Spearman, utilizando el programa estadístico “SPSS”. En este último caso se determina que:

- Si la significancia es  $< 0,05$  se acepta la hipótesis nula
- Si la significancia es  $\geq 0,05$  se rechaza la hipótesis nula

Ho: Las variables son independientes.

H1: Las variables no son independientes.

### Hipótesis general



La gestión en la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H0: La gestión en la actividad turística **NO** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H1: La gestión en la actividad turística **SI** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

**Figura 5:** Correlación Rho Spearman, hipótesis general

Correlaciones			<b>GESTIÓN TURISTICA</b>	<b>DESARROLLO SOCIECONOMI CO</b>
<b>GESTIÓN TURISTICA</b>	<b>Correlación</b>	de	1,000	,995**
	<b>Pearson</b>			
	<b>Sig. (bilateral)</b>			,000
	<b>N</b>		307	307
<b>DESARROLLO SOCIECONOMICO</b>	<b>Correlación</b>	de	,995**	1,000
	<b>Pearson</b>			
	<b>Sig. (bilateral)</b>		,000	
	<b>N</b>		307	307

**Fuente:** Encuesta procesada en el SPSS-25.

La tabla N° 4 muestra un nivel de correlación positiva significativa con el nivel 0,000 (0,995). El análisis de la significación 0,00 es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 1:

La competitividad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H0: La competitividad **NO** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H1: La competitividad **SI** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

**Figura 6:** Correlación competitividad y desarrollo socioeconómico

Correlaciones		COMPETITIVI DAD	DESARROLLO SOCIOECONÓMI CO
COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	1,000	,965**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	307	307
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	Correlación de Pearson	,965**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	307	307

Fuente: Encuesta procesada en el SPSS-25.

La tabla N° 5 muestra un nivel de correlación positiva significativa con el nivel 0,000 (0,965). El análisis de la significación 0,00 es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 2:

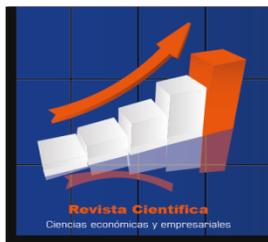
El servicio turístico impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H0: el servicio turístico **NO** en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H1: el servicio turístico **SI** en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

**Figura 7:** Correlación servicio turístico y desarrollo socioeconómico

Correlaciones		SERVICIO TURISTICO	DESARROLLO SOCIOECONÓMI CO
SERVICIO TURISTICO	Correlación de Pearson	1,000	,985**
	Sig. (bilateral)		,000



	N	307	307
<b>DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	,985**	1,000
	<b>Sig. (bilateral)</b>	,000	
	N	307	307

**Fuente:** Encuesta procesada en el SPSS-25.

La tabla N° 6 muestra un nivel de correlación positiva significativa con el nivel 0,000 (0,985). El análisis de la significación 0,00 es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 3:

La infraestructura turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H0: La infraestructura turística **NO** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H1: La infraestructura turística **SI** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

**Figura 8:** Correlación infraestructura turística y desarrollo socioeconómico

<b>Correlaciones</b>			
		<b>INFRAESTRUCTURA TURISTICA</b>	<b>DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>
<b>INFRAESTRUCTURA TURISTICA</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	1,000	,991**
	<b>Sig. (bilateral)</b>		,000
	N	307	307
<b>DESARROLLO SOCIOECONÓMICO</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	,991**	1,000
	<b>Sig. (bilateral)</b>	,000	
	N	307	307

**Fuente:** Encuesta procesada en el SPSS-25.

La tabla N° 7 muestra un nivel de correlación positiva significativa con el nivel 0,000 (0,991). El análisis de la significación 0,00 es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica:

La seguridad impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H0: La seguridad **NO** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

H1: La seguridad **SI** impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador.

**Figura 9:** Correlación seguridad y desarrollo socioeconómico

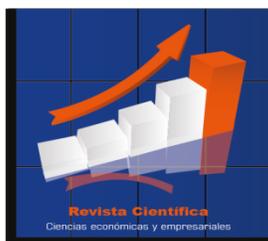
Correlaciones		SEGURIDAD	DESARROLLO SOCIOECONÓMICO
SEGURIDAD	Correlación de Pearson	de 1,000	,964**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	307	307
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	Correlación de Pearson	,964**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	307	307

Fuente: Encuesta procesada en el SPSS-25.

La tabla N° 8 muestra un nivel de correlación positiva significativa con el nivel 0,000 (0,964). El análisis de la significación 0,00 es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01, lo que demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Se rechaza la hipótesis nula.

## Discusión

El estudio, sus resultados y hallazgos, revelan trascendentales enfoques diacrónicos respecto a las variables de la investigación, conjuntamente con sus dimensiones; se da un abordaje



teórico/practico en cuanto a la “Gestión Turística y el Desarrollo Socioeconómico”, congregando por una lado a connotados escritores de la administración clásica y moderna, lo cual evidencia que el presente trabajo cuenta con los fundamentos conceptuales-científicos, de quienes han contribuido con memorias alineadas bibliográficamente al tema objeto de la investigación. Bajo una orientación practica se torna en un instrumento útil para aquellas organizaciones dedicadas a la actividad turística, pues no solo se describen los problemas que están afectando al sector, sino que se proveen insumos académicos para que las empresas tomen decisiones y puedan mejorar la gestión del turismo en Manabí, lo cual trae por añadidura el desarrollo socioeconómico de la región y el país.

La investigación pretende marcar una hoja de ruta para buscar el camino hacia la competitividad de quienes hacen parte del “sector turístico”, donde no solo están inmersas las instituciones privadas, sino también públicas, compartiendo la responsabilidad del desarrollo de acciones para levantar a este sector tan golpeado, más en una época critica, producto de la pandemia global del Covid-19. La recuperación del “sector turístico” va a depender de la capacidad de resiliencia y adaptación que muestren los entes involucrados, donde sin duda el liderazgo de los gestores será la piedra angular para reflotar al turismo manabita. Las nuevas formas de encarar la “gestión turística” van a requerir de un gran nivel del recurso humano, capacitado y proactivo, para otorgar la mejor calidad de servicios, percibidos con calidez por parte de los paseantes nacionales y extranjeros.

Se deben emprender campañas de empoderamiento ciudadano, con el fin de lograr conciencia en la población, brindando la mejor cara al visitante local y foráneo. La recuperación del sector dará la posibilidad de recobrar las plazas de trabajo que se han perdido por la pandemia, por tanto, es una tarea cooperada y asociativa. Sobre la base de los problemas identificados, se debe trabajar en una pronta solución, esto dará pauta a un restablecimiento de mediano y largo plazo.

## **Conclusiones**

### **En relación a la hipótesis general**

Del resultado obtenido se puede afirmar que la gestión de la actividad turística impacta en el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador. Además, la correlación es positiva y significativa, logrando alcanzar un nivel de (0,995), con una significancia de 0,00 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 lo que demuestra que la correlación que se estableció previamente es cierta. En consecuencia y conclusión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

### **En relación a la hipótesis específica 1**

La competitividad se relaciona de forma significativa con desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,965), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. En consecuencia, se concluye que al existir un mayor número de competidores en el mercado existirá la posibilidad de un mayor desarrollo socioeconómico que permitirá ofrecer al usuario una variedad de servicios turísticos que busca probar cosas nuevas.

### **En relación a la hipótesis específica 2**

El servicio turístico se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,985), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. De acuerdo con este resultado se establece que, al ofertar un mayor número de servicios turísticos por parte de las empresas turísticas, mayor será el desarrollo socioeconómico que se tendrá.

### **En relación a la hipótesis específica 3**

La infraestructura turística se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,991), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha

establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Se relaciona porque al contar con una infraestructura de calidad, se logrará un mayor desarrollo.

#### En relación a la hipótesis específica 4

La seguridad se relaciona de forma significativa con el desarrollo socioeconómico de la provincia de Manabí – Ecuador, con un nivel de correlación positiva (0,964), una significancia de 0,000 que es menor a 0,05 e incluso menor a 0,01 esto demuestra que la correlación que se ha establecido es cierta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por los resultados obtenidos se deduce que entre más seguro sea el sector turístico, se tendrá un mayor desarrollo sentido.

#### Referencias

1. Arcarons, . (2010). *Gestión pública del turismo. Barcelona - España: Editorial UOC.*
2. Buvinić, M. (2014). *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina. New York - Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.*
3. Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración. New York - Estados Unidos: McGraw-Hill Education.*
4. FEPTCE, F. P. (2015). *Estudio del perfil de los turistas de visitan la provincia de Manabí. Quito. Obtenido de: [dehttp://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)*
5. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación”. McGraw-Hill. México.*
6. Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. (2016). *Informe del sector turístico en Manabí. Portoviejo - Ecuador: Dirección de Turismo del GAD Provincial de Manabí.*
7. Martínez Guillén, M. D. (2013). *La gestión empresarial. Madrid - España: Ediciones Diaz de Santos S.A.*

8. Ministerio de Turismo. (2015). *Inventario Turístico de la Provincia de Manabí. Portoviejo: Dirección Provincial del Ministerio de Turismo - Manabí.*
9. MINTUR. (2016). *Catastro Turístico Consolidado Nacional. Dirección de investigación de la Oferta.*
10. Organización Mundial de Turismo. (15 de julio de 1999). *Guía para Administradores locales: Recuperado el 23 de noviembre de 2014, de Desarrollo turístico sostenible: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/13092/manual25.pdf>*
11. Organización de Naciones Unidas (1987). *Informe Brundtland: Nuestro futuro común. Ed. ONU. Londres*
12. Ponce, J., Solís X., Quijije, P., Villafuerte., Mero, U., Cruz, R. (2018). *Problemas que afectan a las PYMES hoteleras de Manabí - Ecuador. Ed. Mar y Trinchera. Ecuador.*
13. Sepulveda, G. (2010). *Zona económica. Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de Aspectos del Desarrollo Económico: <http://www.zonaeconomica.com/desarrolloeconomico/aspectos>*

©2022 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/>).