

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Modelo de gestión en emprendimientos turísticos para promover
el impacto económico, zona norte de Manabí, Ecuador, 2023**

TESIS
**Para optar el grado académico de Doctora en Planificación y
Pública y Privada**

Autora: Mg. Ana Cecilia Vélez Falcones

Tumbes, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Modelo de gestión en emprendimientos turísticos para promover
el impacto económico, zona norte de Manabí, Ecuador, 2023**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Ubillus Agurto, Edwin Alberto (presidente)

Código Orcid: 0000-0003-2917-9959

Dr. Luy Navarrete, Wayky Alfredo (secretario)

Código Orcid: 0000-0003-0334-2498

Dr. García Barreto, Julio Sebastián (vocal)

Código Orcid: 0000-0002-4311-7538

Dra. Morán Baca, Armina Isabel (vocal)

Código Orcid: 0000-0002-2206-1571

Dr. Merino Velásquez, Jesús (vocal)

Código Orcid: 0000-0003-3301- 4487

Tumbes, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN PLANIFICACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA



**Modelo de gestión en emprendimientos turísticos para promover
el impacto económico, zona norte de Manabí, Ecuador, 2023**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido
y forma:**

Mg. Vélez Falcones, Ana Cecilia (autor) _____

ORCID: 0000-0001-7835-7075

Dr. Merino Velásquez, Jesús (asesor) _____

ORCID: 0000-003-3301- 4487

Dr. Lemoine Quintero Frank (coasesor) _____

ORCID: 0000-0001-8885-8498

Tumbes, 2026



ACTA DE SUSTENTACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

Licenciada

Resolución del Consejo Directivo N° 155-2019-SUNEDU/CD

ESCUELA DE POSGRADO

Tumbes – Perú

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los catorce días del mes de julio del dos mil veintiséis, siendo las doce horas treinta minutos, en el aula N° 02 de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, se reunieron los miembros del jurado calificador constituidos con la **RESOLUCIÓN N° 0145-2025/UNTUMBES-EPG-CE**, Tumbes, uno de agosto del dos mil veinticinco presidido por el **Dr. Edwin Alberto Ubillús Agurto** e integrado por el **Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete** (secretario), el **Dr. Julio Sebastián García Barreto** (vocal) y la **Dra. Armina Isabel Morán Baca** (vocal)

Instalado el jurado, se procedió a la evaluación, deliberación y calificación del acto de la sustentación de la tesis titulada: **"Modelo de gestión en emprendimientos turísticos para promover el impacto económico, zona norte de Manabí, Ecuador"**, presentada por la doctoranda: **Ana Cecilia Vélez Falcones**, Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la correspondiente, deliberación el jurado, conforme a lo normado en el artículo N° 111 del Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la doctoranda **APROBADA** por **UNANIMIDAD** con el calificativo de **BUENO**.

Por lo anterior, la sustentante está apta para iniciar los trámites correspondientes y conducentes a la obtención del grado académico de **Doctora en Planificación Pública y Privada**, en conformidad con lo normado en la Ley Universitaria N° 30220, el Texto Único Ordenado del Estatuto, El Reglamento General, el Reglamento General de Grados Títulos y el Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las trece horas y treinta minutos, del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia de público asistente.

Dr. Edwin Alberto Ubillús Agurto

Presidente

DNI 02875229

<https://orcid.org/0000-0003-2917-9959>

Dr. Julio Sebastián García Barreto

Vocal

DNI N° 00216224

<https://orcid.org/0000-0002-4311-7538>

Dr. Wayky Alfredo Luy Navarrete

Secretario

DNI 03585602

<https://orcid.org/0000-0003-0334-2498>

Dra. Armina Isabel Morán Baca

Vocal

DNI N° 00236697

<https://orcid.org/0000-0002-2206-1571>

Dr. Jesús Merino Velásquez

Vocal y Asesor

DNI 00240035

<https://orcid.org/0000-0003-3301-4487>

REPORTE TURNITIN



Página 1 de 119 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:612079877

Ana Cecilia Vélez Falcones

Informe final de tesis - Ana Cecilia Vélez Falcones 31-07-2026

 Modelo de gestión en emprendimientos turísticos para promover el impacto económico, zona norte de Manabí, Ecuador

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::3117:612079877

Fecha de entrega
3 ago 2026, 0:49 GMT-5

Fecha de descarga
3 ago 2026, 0:53 GMT-5

Nombre del archivo
Informe final de tesis - Ana Cecilia Vélez Falcones 31-07-2026 .docx

Tamaño del archivo
1.8 MB

Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

112 páginas

21.924 palabras

132.581 caracteres



Página 1 de 119 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:612079877

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 0%  Fuentes de Internet
- 7%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)



Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

0%  Fuentes de Internet
7%  Publicaciones
0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Publicación	Mamani Miranda, Rosario Maria. "Calidad de servicio de los alojamientos rurales ..."	<1%
2	Publicación	Sevinç Sütlü, Özge Kutlu. "Exploring the Determinants of Age-Friendly Cities and ..."	<1%
3	Publicación	Hinojosa Mamani, Jhonatan. "Procrastinación y estrés académico en estudiantes ..."	<1%
4	Publicación	RODRIGO ALBERTO MILÁN QUISBERT, VISMAR ÁLEX SAAVEDRA PABLO. "La iguald..."	<1%
5	Publicación	Edgar David Baquero Zúñiga, José Mauricio Quelal Guerrero, Cristian Ilich Duque ...	<1%
6	Publicación	Ronald Ariel Gutiérrez Gutiérrez. "Diferentes enfoques del marketing mix y su ap..."	<1%
7	Publicación	Clarkent Rubén Mackay Castro, Teodoro Mauricio Escalante Bourne, Rubén Alber...	<1%
8	Publicación	Isidro Ignacio Alcívar Vera, Jorge Luis Mendoza Mejía. "Modelo de gestión del turi..."	<1%
9	Publicación	Pham Quang Huy, Vu Kien Phuc. "Digital Environmental Management Accounting..."	<1%
10	Publicación	Katherin Tatiana Flores Tiban, Delia Alexandra Flores Muñoz, Francisco Javier San...	<1%
11	Publicación	Ester Mesa de león. "Protocolo de actuación ante confinamientos: Un estudio de c..."	<1%


Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

12	Publicación	Ahmad Abedi Sarvestani, Cecilia Tortajada. "Human-environment Dynamics and ...	<1%
13	Publicación	Aide Aracely Maldonado-Macías, Yordán Rodríguez, Juan Luis Hernández Arellano...	<1%
14	Publicación	Cuaspa Imbacuan, Beatriz Edilma. "Hacia la Autonomía Indígena Estudio para la ...	<1%
15	Publicación	Eilyn Catherine, Cuello Gómez Marcos Giovanni, Guerrero Peña Nury Carolina,...	<1%
16	Publicación	Nelson García-Reinoso. "Competitividad sostenible en el emprendimiento turístic...	<1%
17	Publicación	"Educación integral para el siglo XXI: cognición, aprendizaje y diversidad", Editor...	<1%
18	Publicación	Josefina Fernández-Guadaño, Sonia Martín-López. "Gender differences in Social E...	<1%
19	Publicación	Werner, Cristina Lecca. "Maltrato Infantil: Conceptualizaciones, Procedimientos y...	<1%
20	Publicación	Daniela Andrea Villacís Valle, Pamela Alejandra Bayas Chicaiza. "Teaching English ...	<1%
21	Publicación	Campos, Luis Alexander Alvarado Cuba, Gian Christian Cárdenas Plasencia, Cri...	<1%
22	Publicación	Yuhana Astuti. "Tourism Entrepreneurship", Elsevier BV, 2025	<1%
23	Publicación	Alexandra Lorena López-Naranjo, Gilma Gabriela Uquillas Granizo, Adrian Alejan...	<1%
24	Publicación	Jagdish Poudel, James E. Henderson, Ian A. Munn. "Economic contribution of hunt...	<1%
25	Publicación	Ramírez Rodríguez, Myriam Johanna García Lizcano, Leidy Daniela. "Estrategia ...	<1%

Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

26	Publicación	Dany Vazquez Ayala, Josemanuel Luna-Nemecio. "La sustentabilidad como asigna...	<1%
27	Publicación	Jazmin Araceli Lema Portugal, William Paul Núñez Sánchez, Nataly Juliana Alban ...	<1%
28	Publicación	Noelia Araújo Vila, Diego R. Toubes. "Los festivales de cine como parte de la ofert...	<1%
29	Publicación	Boris Miguel López-Vera, Norberto Pelegrín-Entenza. "Methodological Reflection ...	<1%
30	Publicación	Elsy Carlota Sandoya Valero, Marola Narcisa Beltrán Mora, Yomara Paola Haz Cad...	<1%
31	Publicación	Romano Gino Segrado Pavón. "Tourist Use Limits with Turtles in Cozumel", Enviro...	<1%
32	Publicación	Cuentas Yupanqui, Juan Pablo. "Impacto económico en relación a las actividades l...	<1%
33	Publicación	Elisa Povedano Marrugat. "Patrimonio cultural: sostenibilidad y responsabilidad t...	<1%
34	Publicación	Julio Alexander Paillacho Pérez, Andrea Stefania Dueñas Mendoza, Jessica Karina ...	<1%
35	Publicación	Hilter Farley Figueroa Saavedra, Maritza Tatiana Chaglla-Cango, Laura Esther Chu...	<1%
36	Publicación	Nicole Daniela Salas-Muentes, Elisa Juverly Zambrano-Zambrano. "Gestión financi...	<1%
37	Publicación	Rosa María Maliaños Altamirano. "Labor Reality of Communication Graduates an...	<1%
38	Publicación	Diana Carolina Ponce Holguín, Rita Mayda Zambrano Loo. "The Impact of Financi...	<1%
39	Publicación	Guillermo Cerna, David Mendoza Cordova, Wendy Jacqueline Palacios Rodriguez...	<1%



Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

40	Publicación	Franklin Astudillo-Villalba, Xavier Terán-Batista, Adrián De-Oleo-Comas. "Estudio ..."	<1%
41	Publicación	Lanuza Bustamante, Narda Naomi. "Gestión de incidencias basadas en ITIL 4.0 pa..."	<1%
42	Publicación	Mayra Julissa Guanotuña Pilalumbo, María Marlene Chisag Guamán. "Attitude to..."	<1%
43	Publicación	Adriana Ximena Rodríguez Veloz, Alex Bayardo Gamboa Ugalde. "The principle of ..."	<1%
44	Publicación	Egúez-Guevara, Pilar, and Flávia Cristina Drumond Andrade. "Gender differences ..."	<1%
45	Publicación	Nonalaya Ninahuanca, Milagros Guisella. "Propuesta de Mejora Del Entorno de C..."	<1%
46	Publicación	Pineda Serruto, Julio Rogelio. "Niveles de comprensión lectora y hábitos de estudi..."	<1%
47	Publicación	Frank Angel Lemoine Quintero, María Gabriela Montesdeoca Calderón, Jorge Ant...	<1%
48	Publicación	Gissella Michelle Encalada Carrera. "Institucionalización de los Dispute Boards co..."	<1%
49	Publicación	Valencia Calderon, Lucia Victoria. "Factibilidad de un proyecto inmobiliario de vivi..."	<1%
50	Publicación	Clide Rodriguez Vazquez, Felix Blazquez Lozano, Matias Menbiela Pollan. "Cultura..."	<1%
51	Publicación	Delgado Fierro, Suly Viviana Losada Rivas, María Paula. "Desarrollo socioafectivo:..."	<1%
52	Publicación	Genesis Garcia Santos, Belén Bricio Valencia, Iván Mendoza Montesdeoca. "Retos ..."	<1%
53	Publicación	María Cristina Useche Aguirre, Morela Josefina Pereira Burgos, Christian Andrés ...	<1%

Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

54	Publicación	"Diseño de la estrategia de Gestión de Personas para IdeaPaís", Pontificia Univer...	<1%
55	Publicación	Aréstegui Cahuana, Rubén Virgilio. "Evaluación de las actividades de mantenimie...	<1%
56	Publicación	Fernando Rogelio Sánchez-Altamirano, Yoni Mateo Valiente-Saldaña. "La gestión ...	<1%
57	Publicación	Jamiu Agbolade Ogunsola, Ganiyu O. Quadri, Olufemi Timothy Adigun. "The strat...	<1%
58	Publicación	María Paulina Brito Ochoa, Andrea Michelle Viera-Romero, Luz Elvira Vásquez-Lu...	<1%
59	Publicación	Peña Cruzalegui, Cesar Luis. "Validez normativa y técnicas jurídicas de interpreta...	<1%
60	Publicación	Serna Yance, Ingrid. "Técnicas de estudio para mejorar el aprendizaje cívico en es...	<1%
61	Publicación	Zela Paricahua, Melissa. "Gobierno electrónico y gestión administrativa en la Mu...	<1%



Dr. Jesús Merino Velásquez
ORCID: 0000-0003-3301-4487
Asesor

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional y apoyo constante, que me han guiado y motivado en todo el arduo camino académico.

A mis amigos, por su compañía y palabras de aliento en momentos difíciles.

A mis profesores y mentores, por compartir su conocimiento y sabiduría, y por inspirarme a alcanzar nuevas metas.

A todos aquellos que creyeron en mí y me ayudaron a hacer realidad este sueño.

Ana Cecilia.

AGRADECIMIENTO

A Dios, sobre todas las cosas, por ser guía y fortaleza en este camino.

A mis padres, cuyo apoyo incondicional y confianza han sido el impulso esencial para alcanzar este logro.

A mis amigos, por su compañía y aliento en los momentos difíciles, y a los profesores de la Universidad Nacional de Tumbes, por su paciencia, dedicación y valiosas enseñanzas. De manera especial, expreso mi valiosa gratitud al Dr. Jesús, Merino Velásquez y al Dr. Frank, Lemoine, cuyas enseñanzas resultaron invaluable en el proceso de investigación.

Reconozco que, este trabajo surge en el marco del Proyecto “Estudio de emprendimiento y negocio populares, para el desarrollo de zona 4, caso Pedernales”. ULEAM- Ext. Pedernales, con apoyo del señor decano Dr. Derli Alava R.

A la Coordinación de carrera de administración de Empresas. Mg. Gladys Salazar Olives.

Ana Cecilia.

ÍNDICE

RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix
RESUMO.....	xx
I. INTRODUCCIÓN.....	21
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	25
2.1. Bases teórico – científicas.....	25
2.2. Antecedentes	32
2.3. Definición de términos básicos.....	36
III. MATERIALES Y METODOS	42
3.1. Tipo de estudio, enfoque y diseño de investigación	42
3.2. Variables y operacionalización	43
3.3. Población, muestra y muestreo	44
3.4. Técnicas e instrumentos recolección de datos	46
3.5. Procesamiento y análisis de datos	47
3.6 validez y análisis de confiabilidad	47
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
4.1. Resultados	49
4.2. Discusión.....	55
V. CONCLUSIONES	60
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
ANEXOS	73

INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Población de emprendimientos turísticos por cantones	44
Tabla 2 Muestra de emprendimientos turísticos por cantones	45
Tabla 3 Nivel de impacto económico entre modelo de gestión	49
Tabla 4 Correlación de rho Spearman entre modelo de gestión e impacto económico	50
Tabla 5 Nivel de Impacto económico entre ordenamiento legal	51
Tabla 6 Correlación de rho Spearman entre ordenamiento legal entre impacto económico	51
Tabla 7 Nivel de impacto económico entre gestión y planes de negocios.....	52
Tabla 8 Correlación de rho Spearman entre gestión y planes de negocios e impacto económico	53
Tabla 9 Nivel de impacto económico y promoción de productos y/o servicios	53
Tabla 10 Correlación de rho Spearman entre promoción e impacto económico..	54

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Modelo de gestión de emprendimiento turístico	25
Figura 2. Propuesta de modelo de gestión de emprendimientos turísticos de la zona.....	55

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
Anexo 1. Matriz de Consistencia	74
Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables.....	76
Anexo 3. Ficha de Observación	78
Anexo 4. Ficha Bibliográfica.....	79
Anexo 5. Cuestionario de modelo de gestión de empresas turísticas	80
Anexo 6. Cuestionario de impacto económico	82
Anexo 7. Mapa de Ubicación de la Zona Norte de Manabí, Ecuador	84
Anexo 8. Coeficientes de correlación de Rho Espearman	85
Anexo 9. Tabla de rango de alfa de Cronbach	85
Anexo 10. Validez convergente del instrumento	86
Anexo 11. Validez Discriminante del Instrumento	86
Anexo 12. Validación del instrumento por Smart- PLS.....	87
Anexo 13. Primera fase de Propuesta Modelo de Gestión de emprendimiento	88
Anexo 14. Segunda fase de Propuesta de modelo de gestión de emprendimiento.....	92
Anexo 15. Tercera fase de propuesta de modelo de gestión de emprendimientos	99
Anexo 16. Cuarta fase de propuesta de modelo de gestión de emprendimiento	108

RESUMEN

Los emprendimientos turísticos constituyen una alternativa estratégica para impulsar el desarrollo económico de la zona norte de Manabí, Ecuador. No obstante, su crecimiento y sostenibilidad dependen de una gestión eficiente que integre aspectos legales, operativos y promocionales. El objetivo del estudio fue determinar la influencia del modelo de gestión de emprendimientos turísticos en el impacto económico de la región. Se desarrolló un estudio con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y alcance descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 358 propietarios de emprendimientos turísticos de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, seleccionados mediante muestreo por conveniencia. Para el análisis de los datos se aplicó la prueba de correlación rho de Spearman. Los resultados evidenciaron una relación positiva y significativa entre el modelo de gestión y el impacto económico ($\rho = 0,351$; $p < 0,001$). Asimismo, los planes de negocio y la gestión operativa presentaron la mayor asociación con el impacto económico ($\rho = 0,357$), seguidos de la promoción de productos y servicios ($\rho = 0,352$), mientras que el ordenamiento legal mostró una relación positiva de menor intensidad ($\rho = 0,123$). Se concluye que el fortalecimiento de la gestión empresarial favorece la competitividad y el desarrollo económico del sector turístico.

Palabras clave: Emprendimientos turísticos, modelo de gestión, impacto económico, gestión operativa, promoción turística

ABSTRACT

Tourism entrepreneurship constitutes a strategic alternative for fostering economic development in the northern region of Manabí, Ecuador. However, its growth and sustainability depend on the implementation of efficient management frameworks integrating legal, operational, and promotional dimensions. The objective of this study was to determine the influence of tourism entrepreneurship management models on the economic impact of the region. A quantitative approach was employed under a non-experimental, cross-sectional, descriptive-correlational research design. The sample consisted of 368 owners of tourism enterprises from the cantons of Sucre, San Vicente, Jama, and Pedernales, selected through convenience sampling. Data were analyzed using spearman's rank-order correlation coefficient (ρ). The findings revealed a positive and statistically significant relationship between the management model and economic impact ($\rho = 0.351$; $p < 0.001$). Furthermore, business planning and operational management exhibited the strongest association with economic impact ($\rho = 0.357$), followed by the promotion of products and services ($\rho = 0.352$), whereas the legal framework showed a weaker positive relationship ($\rho = 0.123$). It is concluded that strengthening managerial capabilities enhances competitiveness and contributes significantly to the economic development of the tourism sector.

Keywords: Tourism entrepreneurship, Management model, Economic impact, Operational management, Tourism promotion

RESUMO

Os empreendimentos turísticos constituem uma alternativa estratégica para impulsionar o desenvolvimento econômico da região norte de Manabí, Equador. No entanto, seu crescimento e sustentabilidade dependem da implementação de uma gestão eficiente que integre aspectos legais, operacionais e promocionais. O objetivo deste estudo foi determinar a influência do modelo de gestão dos empreendimentos turísticos sobre o impacto econômico da região. Foi realizada uma pesquisa com abordagem quantitativa, delineamento não experimental, transversal e alcance descritivo-correlacional. A amostra foi composta por 368 proprietários de empreendimentos turísticos dos cantões de Sucre, San Vicente, Jama e Pedernales, selecionados por amostragem por conveniência. Para a análise dos dados, aplicou-se o coeficiente de correlação de postos de Spearman (ρ). Os resultados evidenciaram uma relação positiva e estatisticamente significativa entre o modelo de gestão e o impacto econômico ($\rho = 0,351$; $p < 0,001$). Da mesma forma, os planos de negócios e a gestão operacional apresentaram a maior associação com o impacto econômico ($\rho = 0,357$), seguidos pela promoção de produtos e serviços ($\rho = 0,352$), enquanto o ordenamento legal demonstrou uma relação positiva de menor intensidade ($\rho = 0,123$). Conclui-se que o fortalecimento da gestão empresarial favorece a competitividade e contribui para o desenvolvimento econômico do setor turístico.

Palavras-chave: Empreendedorismo turístico, Modelo de gestão, Impacto econômico, Gestão operacional, Promoção turística.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento turístico en la zona norte de Manabí, Ecuador, se ha consolidado como una actividad económica principal, en contextos de países en desarrollo donde responde a desafíos laborales como el alto desempleo y bajos ingresos familiares. Por otro lado, emprendimientos turísticos enfrentan retos significativos en la gestión estratégica, operativa y financiera, así como obstáculos derivados de inestabilidad política, evasión fiscal y la corrupción, impactan negativamente el crecimiento económico y el desarrollo sostenible del país (Quintero et al., 2025).

En este contexto, Mujica et al. (2008) definen el modelo de gestión como una estrategia de construcción colectiva que impulsa el desarrollo equilibrado y sostenible de municipios mediante actividades productivas, como emprendimientos turísticos. Este enfoque promueve el talento humano, vocación productiva local, integrando el uso de tecnologías de la información y comunicación con criterios de sostenibilidad ambiental. El modelo de gestión articula un conjunto de proposiciones que identifican variables, para aplicar conocimientos y evaluar su influencia en el desarrollo de iniciativas emprendedoras (Pérez y González, 2013).

Por su parte, Lasio et al. (2020) destacan que Ecuador presenta niveles elevados de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), superando consistentemente el 20% entre 2010 y 2019. Esta tendencia se ha mantenido en años recientes, alcanzando valores superiores al 30%, como el 36% registrado en 2019 y el 33% en el periodo 2023–2024, posicionando al país como uno de los más dinámicos en emprendimiento a nivel de América Latina. (Amaya, 2026).

En términos poblacionales, esto implica que aproximadamente 3 de cada 10 adultos ecuatorianos se encuentran involucrados en la creación o gestión de negocios en etapas tempranas, evidenciando un alto dinamismo emprendedor, aunque con una marcada concentración en iniciativas nacientes y una menor proporción de emprendimientos consolidados (Forbes Digital, 2024)

Los emprendimientos turísticos han desempeñado un papel relevante en la dinamización de la economía ecuatoriana, al constituirse como un componente estratégico dentro del sistema productivo nacional. En términos macroeconómicos, el turismo aporta aproximadamente entre el 2% y el 2,5% del Producto Interno Bruto (PIB), generando además más de 400.000 empleos directos e indirectos, principalmente en micro, pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas vinculadas a iniciativas emprendedoras locales (Larrea, 2025).

Asimismo, los ingresos por turismo evidencian un crecimiento significativo en la última década, pasando de 787 millones de dólares en 2010 a más de 2.288 millones en 2019, con una tasa promedio de crecimiento anual cercana al 13,9%, lo que refleja la capacidad del sector para generar divisas y fortalecer la balanza económica del país (Avilés et al., 2026). En este contexto, los emprendimientos turísticos no solo aportan a la generación de ingresos y empleo, sino que también actúan como motores de desarrollo territorial, al dinamizar encadenamientos productivos en sectores como transporte, gastronomía y comercio. La sostenibilidad de emprendimientos enfrenta desafíos como dificultades personales, baja rentabilidad y carencia de financiamiento.

En Manabí, la actividad turística ha mostrado un crecimiento prometedor, con un incremento del 2,3% en el valor agregado bruto del sector de alojamiento en 2019, impulsado por un aumento del 1,6% en la llegada de turistas extranjeros (Banco Central del Ecuador (BCE), 2019); Ministerio de Turismo (MT), 2023). Este dinamismo evidencia el impacto positivo de modelos de gestión en el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos y su contribución al desarrollo económico de la zona norte de Manabí.

Asimismo, la presente investigación propuso determinar promover el impacto del modelo de gestión de emprendimientos turísticos en la economía de la zona norte de Manabí, Ecuador Este estudio se enfoca en analizar cómo factores como el ordenamiento legal turístico, los planes y modelos de negocios, la gestión operativa y la promoción de productos y servicios influyen en el desarrollo económico de la región.

La investigación se centra en la zona norte de Manabí, una región rica en atractivos turísticos culturales y naturales, con un clima favorable que capta el interés

internacional. Analiza emprendimientos turísticos de menos de cinco años (Registro Oficial No. 151 , 2020), incluyendo alojamiento, restauración, agroturismo, turismo rural, eventos culturales y deportivos. El estudio abarca a emprendedores locales, colaboradores del turismo y la comunidad beneficiada por el desarrollo económico de actividades turísticas.

Para la zona costeras de Manabí no se dispone de un modelo de gestión para emprendimientos turísticos que promueva el crecimiento y desarrollo económico del sector. Además, factores como automatización digital, carencia de recursos financieros y otras limitaciones de emprendimientos turísticos pueden restringir la diversificación económica de la provincia y mejora en la calidad de vida de los residentes locales.

Se diseñó un modelo de gestión que aborde las principales barreras enfrentadas por los emprendedores, incluyendo el manejo de recursos económicos, el apalancamiento financiero, la competencia en el mercado, y el cumplimiento de normativas. Con ello se plantea la interrogante general: ¿En qué medida un modelo de gestión de emprendimientos turísticos permite promover el impacto económico en la zona norte de Manabí, Ecuador?

Un modelo de gestión en emprendimientos turísticos en la zona norte de Manabí es vital para fomentar el desarrollo económico local. Esta región posee un alto potencial turístico que, con la puesta en práctica de un modelo de gestión adecuado, puede generar empleo y dinamizar la economía. La implementación de estrategias organizativas eficientes y eficaces fortalece la sostenibilidad de los negocios. Por ello, este estudio busca evidenciar el fomento de impacto económico de una gestión eficiente en el sector turístico durante 2023.

Por otro lado, la investigación también considera, que no existe en zona norte de Manabí, un modelo de gestión en emprendimientos de actividades turísticas, que permita contribuir el desarrollo económico del sector. Sumando a ello, la automatización digital, carencia de recursos económicos y otros factores de emprendimientos pueden limitar la diversificación económica provincial, mejorara calidad de vida de habitantes locales.

La metodología empleada es de diseño descriptivo correlacional, utilizando el enfoque cuantitativo, los métodos son de carácter inductivo, lógico, analítico y

sintético, puesto que, busca generar soluciones prácticas a los desafíos identificados. Se propone diseñar un modelo de gestión que aborde las principales barreras enfrentadas por emprendedores, incluyendo el manejo de recursos económicos, el apalancamiento financiero, la competencia en el mercado, y cumplimiento de normativas. Con ello se plantea la interrogante general: ¿En qué medida un modelo de gestión de emprendimientos turísticos permite promover el impacto económico en la zona norte de Manabí, Ecuador?

Este estudio tiene como objetivo general determinar el impacto del modelo de gestión de emprendimientos turísticos para promover el impacto económico de la zona norte de Manabí, Ecuador 2023; de donde se desprende los objetivos específicos: 1. Analizar el ordenamiento legal turísticos para promover el impacto económico de la zona norte de Manabí 2. Describir planes y modelos de negocios para fomentar el impacto económico de la zona norte de Manabí 3. Determinar la gestión operativa de negocios turísticos para incentivar el impacto de la economía de la zona norte de Manabí 4. Explicar la promoción de productos y/o servicios para promover el impacto de la economía de la zona norte de Manabí. 5. Proponer un modelo de gestión de emprendimientos turísticos para potenciar el impacto económico en la zona norte de Manabí, Ecuador.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

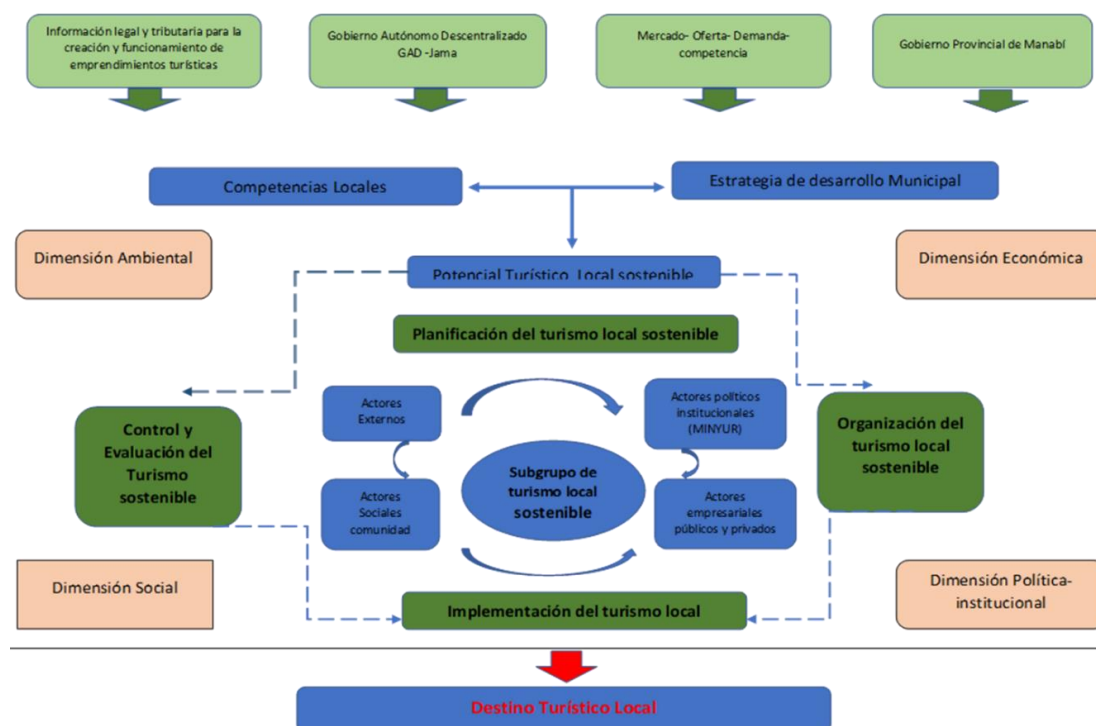
2.1. Bases teórico – científicas

Modelo de gestión de emprendimiento turístico.

Para Moreno et al. (2022) la implementación de un modelo de gestión comercial apoyado en tecnologías de información y comunicación (TIC) permite optimizar tanto la fuerza de ventas como los recursos disponibles. Esto facilita la fidelización de socios estratégicos, moderniza prácticas comerciales, mejora la competitividad en mercados actuales, proporciona indicadores precisos de productividad y rendimiento. El diagrama muestra los principales componentes de un modelo de gestión en donde se involucra algunos factores en el proceso de planificación, procesos, implementación y monitoreo para los emprendimientos turísticos como determina la figura siguiente:

Figura 1

Modelo de gestión de emprendimiento turístico



Nota. Gráfico tomado de (Proaño y et al.,2019)

Modelo de gestión es el conjunto de acciones realizadas con el fin de diseñar lineamientos, para que emprendimientos turísticos en sus actividades, y a través de acciones innovadoras, alcancen sus objetivos propuesto en un corto plazo (Mena, 2013). A partir de propuesta mediante un modelo de gestión de emprendimientos turísticos que fomenten destinos turísticos a favor de sector productivo del país, con ello mecanismo como la sostenibilidad desarrollo innovador. Sin embargo, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2013), sostiene que es un conjunto de proposiciones relativas a variables para tener que aplicar los conocimientos y su influencia. Es decir, considera todas las variables cómo realizar los pasos, basados en el sistema turístico, presentan forma interna y dinámica funcional.

a. Planificación y Desarrollo De Productos Turísticos (Planificación, Organización, Dirección y Control)

La gestión de emprendimientos se ha visto desde diferentes enfoques. A nivel de negocio, los emprendimientos son organizadas como un sistema, con funciones de: gestión, ventas, finanzas, producciones y talento humano, entre otros. Esto es importante, pero la función de gestión es vital para los emprendimientos, en este sentido pronosticar un mercado y las variables externas de los emprendimientos y planear para el establecimiento y el cumplimiento de sus objetivos Palomo (2018). Asimismo, organizar, planear, ejecutar, supervisar, Evaluar y Controlar, son procesos de la gestión que permiten el desarrollo de actividades de forma eficiente y eficaz, en cada uno de los emprendimientos.

Del mismo modo Cuervo (2019) da a conocer que la planificación es importante para la toma de decisiones que aporta al porvenir de la organización, implementando recursos necesarios, como: humano, materiales para el cumplimiento de objetivos, asimismo. Con ello se debe tratar con individuos, empresas con relaciones de responsabilidad, para cumplir eficientemente de las tareas con los objetivos propuestos en el proceso de planeación.

Podemos agregar que la gestión del conocimiento se ha convertido en un tema de interés, para aportar al rendimiento operativo de toda organización, en este

sentido permite el conocimiento permite mantener una estructura organizativa eficiente, además la dirección es otro elemento importante de la gestión, que mediante la autoridad de una organización se toma decisiones, y está a su vez vigila el cumplimiento de estas, para alcanzar el éxito Chinchillas (2019). En palabras de Fernandez (2017) para la constitución de un equipo socialmente responsable, cumpla con la misión desde la dirección, conlleva a obtener resultados positivos como organización. Para Hernández (2020) ello control en el proceso de la evaluación y medición de la ejecución de la planificación, con la finalidad de identificar y establecer acciones correctivas necesarias para el buen funcionamiento empresarial, desde luego al obtener datos para la solución de acciones correctivas se podrá mitigar afecciones encontradas y hacer las mejoras para cumplir con las metas planteadas. En los emprendimientos se debe tener un control de procesos administrativos para garantizar su correcto funcionamiento.

b. Gestión De Recursos (Humanos, Financieros, Materiales, Calidad Y Tecnológicos).

La gestión de recursos en el emprendimiento comercial es considerada un factor importante, para el buen funcionamiento de la organización, brindando crecimiento y sostenibilidad, además resulta imprescindible en el diseño y puesta en marcha de la empresa. Las facilidades y disponibilidad de los recursos pueden ocasionar que un emprendimiento aproveche la idea de negocio y funcione de forma adecuada. Recursos financieros de un emprendimiento recurre a principales ahorros propios, o entidades financieras y a inversiones privadas (Berger y Udell, 2003). Para la solvencia y capacidad el emprendedor, suele estar condicionada por la capacidad productora y requiere de recursos para poder producir y obtener beneficios (Grant, 2006).

Para Nicolás y Rubio (2014) el recurso humano manifiesta, en la constitución del emprendimiento implica que la dirección y gestión de los procesos organizativos la eficiencia y eficacia. El personal se torna indispensable, No obstante, distinguir algunas características fundamentales para llegar a la excelencia empresarial.

Recursos adicionales como la tecnología, requieren ser utilizadas para la operatividad de los emprendimientos turísticos.

c. Promoción de productos y/o servicios

Para Castro et al. (2021) el marketing es una herramienta indispensable para que las empresas difundan sus productos ofertados con el fin de captar y fidelizar a sus clientes en un mercado competitivo. Los emprendimiento requieren ampliar su mercado y que sea accesible al mundo, por medio de redes sociales y otros recursos para su difusión y promoción de sus productos.

d. Emprendedor turístico

Para Velásquez (2019) el emprendedor turístico es una persona natural ó jurídica que promueve un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos conexos al turismo (alimentación, hospedaje, artesanía, y otros). Así mismo el emprendedor deberán alinear su desarrollo microempresarial a los procesos de planificación local que permitan la sostenibilidad de la actividad turística en su territorio.

e. Ordenamiento legal turístico.

Se ha sido concebido como una intervención voluntaria y coordinada en el espacio físico, sea este de ámbito (nacional, regional, estatal y comunal) su finalidad para alcanzar el equilibrio entre actividades humanas y el manejo idóneo de recursos existentes en el territorio, de acuerdo con Massiris (2000) así mismo el ordenamiento territorial es una política de Estado y un proceso planificado de naturaleza política, técnica y administrativa, cuyo objetivo central es organizar, armonizar y administrar la ocupación y el uso del espacio de manera que estos contribuyan al desarrollo de la sociedad.

f. Plan o modelo de negocio turístico

Villarán (2009) describe que un modelo de negocio más adecuado para llevar a cabo la idea de negocio turístico, el paso siguiente del proceso emprendedor consiste en elaborar un plan de negocios de manera integral, con objetivos, estrategias y presupuestos. Para ello es necesario realizar un estudio, que

permita establecer los recursos necesarios, procedimiento que se va a seguir, para vencer obstáculos, sociales y ambientales, y lo suficientemente rentable en términos económicos y financieros.

g. Gestión operativa de negocios turística

Aréstegui (2023) plantea que la gestión de operaciones es importante para garantizar que las empresas turísticas brinden un servicio de alta calidad a los turistas. La gestión de operaciones constituye la gestión de la cadena de suministro, la gestión de la calidad, la gestión de la tecnología de la información y la gestión de la seguridad. Una buena gestión permite optimizar recursos y alcanzar la rentabilidad deseada.

Impacto económico

Es un efecto financiero que poseen los emprendimientos con la situación de cada uno ellos y con la sociedad en las cuales se desenvuelven como: aumento del turismo ha tenido un impacto económico significativo en la comunidad turística. Asimismo, la generación de empleos y la diversidad de actividades que se originan a partir de los emprendimientos locales para el desarrollo económico de los sectores.

Promover el impacto económico

consiste en fortalecer el desarrollo sostenible de emprendimientos para generar empleo, rentabilidad e innovación, contribuyendo al crecimiento económico y al bienestar social de la comunidad. (OECD, 2023; Banco Mundial, 2025). Es importante establecer el desarrollo económico para que emprendimientos turísticos que produce una actividad en la economía de una región. Para el desarrollo económico se describen ciertos factores, considerándose para el estudio como dimensiones; generación de empleo, rentabilidad, infraestructura, educación, aspecto social, aspecto ambiental; describiéndose a continuación:

a. Generación de empleo

La generación de empleo es el proceso de creación de nuevas oportunidades de trabajo en una economía concreta. Esto puede lograrse

estableciendo nuevas empresas, ampliando las existentes, haciendo avanzar la tecnología o invirtiendo en infraestructuras. El objetivo de la creación de empleo es aumentar el número de personas con un empleo remunerado y, en consecuencia, mejorar el bienestar económico general de la sociedad.

Para Zamora (2018) la importancia del emprendimiento en la economía por su contribución a la generación de empleos y al crecimiento económico. En este sentido el emprendimiento juega un rol importante en las economías latinoamericanas, pues por las altas tasas de desempleo se convierte en una alternativa de solución a través del autoempleo (p. 2).

b. Rentabilidad

La rentabilidad de los emprendimientos turísticos es la métrica de la eficacia en la generación de beneficios y ganancias de las operaciones de la empresa turística. En pocas palabras, la relación entre ingresos y los costes que generan las empresas turísticas durante un periodo determinado. Con ello la rentabilidad alta indica que el negocio está generando beneficios significativos en relación con inversiones y gastos realizados, mientras que una rentabilidad baja sugiere que el negocio está luchando por mantenerse a flote. Asimismo, es una medida importante para las empresas turísticas, ya que permite identificar áreas de mejora en las operaciones y estrategias empresariales. Para Rojas (2023) la rentabilidad en venta es una estrategia que involucra la distribución de productos y servicios a través de la eficiente operatividad de sus recursos, y es una forma de emprendimiento que ha ganado relevancia en la economía actual.

c. Infraestructura

La infraestructura de un emprendimiento abarca los recursos físicos, tecnológicos y humanos utilizados para las operaciones de la empresa. Con ello todo, desde instalaciones físicas como oficinas, fábricas y centros de distribución, hasta sistemas de información y comunicación, equipos de producción, recursos humanos y logística. Por otro lado, es crucial para el funcionamiento eficaz de la empresa, la entrega de productos o servicios de

alta calidad y la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Como indica Pinzón (2024) en un emprendimiento la responsabilidad de los integrantes y partícipes de asociaciones de emprendedores, cuyo mecanismo colectivos tienen como finalidad mejorar las infraestructuras, fortalecer las asociaciones emprendedoras, fomentan y dinamizan la economía local.

d. Educación

La educación para emprendimientos turísticos se refiere a la preparación y formación en habilidades y conocimientos necesarios para crear y administrar un negocio exitoso. Esto incluye aprender sobre finanzas, marketing, estrategias empresariales, gestión de recursos humanos, habilidades de liderazgo y toma de decisiones. También puede incluir el desarrollo de habilidades técnicas específicas, como programación o diseño gráfico, dependiendo del tipo de negocio que se quiera emprender. La educación para emprendimientos es una formación necesaria para desarrollar y dirigir una empresa. Para Namasembe y Manzanera (2024) la educación en emprendimiento afecta los atributos que tengan las personas y puede forjar actitudes emprendedoras e innovadoras en ellos, fomentando cualidades que favorecen la actividad emprendedora turística, sobre todo contribuyendo a la formación de comportamientos responsables y éticos.

e. Aspecto social

Los emprendimientos en aspectos sociales se refieren a cómo un negocio puede tener un impacto positivo en la comunidad en la que opera y en la sociedad en general. Asimismo, incluye una serie de prácticas empresariales responsables, como la responsabilidad social corporativa, la creación de empleos y oportunidades para los miembros de la comunidad, y la implementación de prácticas comerciales sostenibles. Los aspectos sociales de un emprendimiento también pueden incluir la participación en proyectos sociales y la colaboración con organizaciones benéficas y comunitarias para crear un impacto duradero y positivo en el mundo. En resumen, los aspectos sociales de los emprendimientos son importantes

para garantizar que las empresas operen de manera responsable y contribuyan a la sociedad en la que operan. (Milán y Saavedra, 2024) la implementación de emprendimientos productivos que permitan la equiparación de derechos en lo referido al aspecto económico- social.

f. Aspecto Ambiental

Por otro lado Roca (2023) manifiesta impacto ambiental es un cambio en el medio ambiente causado de manera directa o indirectamente una empresa turística en una actividad en un área determinada. Es decir, en pocas palabras, los impactos ambientales son cambios causados por influencias naturales o provocadas por el hombre en el medio ambiente.

2.2. Antecedentes

Con relación a la revisión de antecedentes a nivel internacional se tuvieron en cuenta los siguientes estudios, Chura y Flores (2024) en su artículo de investigación analizaron los efectos económicos del turismo en proveedores de servicios a nivel global, mediante un enfoque ixto y una revisión bibliográfica de 89 artículos (2013-2023), seleccionando 12 para su análisis. Los resultados destacan impactos positivos en alojamientos, restaurantes, centros de esparcimiento y operadores turísticos, fomentando el emprendimiento microeconómico. Se concluye que una gestión turística equitativa, responsable y respetuosa es clave para generar beneficios económicos, impulsar el desarrollo sostenible y promover la prosperidad de las comunidades.

Butler y Hart (2022) en su artículo de investigación examinaron problemas clave en destinos turísticos pre-COVID, utilizando el modelo TALC para analizar la capacidad de carga y fuerzas endógenas/externas que impactan estos lugares. Los resultados revelan resistencia de stakeholders, especialmente políticos, para gestionar la sostenibilidad, lo que lleva al turismo y pérdida de calidad de vida. Se destaca la necesidad de incluir la voluntad política como pilar de la sostenibilidad, redefinir la escala y calidad del turismo, y medir el éxito con parámetros cualitativos, priorizando sostenibilidad y seguridad para el futuro post-COVID.

Mestanza et al. (2019) en el artículo de investigación determinaron la capacidad de carga turística en senderos de una reserva para evitar impactos ambientales y promover sostenibilidad. Usó una metodología basada en la capacidad de carga física, real y efectiva, evaluando factores como social, accesibilidad, heredabilidad, anegamiento, vegetación y fauna. La capacidad de carga efectiva consideró la capacidad de Manejo. Los resultados revelaron saturación en temporada alta, destacando la necesidad de gestión equilibrada. La implementación de la capacidad de carga y proyectos como la restauración de senderos fomentaron el uso sostenible, reforzando la conservación de las zonas públicas.

Respecto a los antecedentes nacionales, García (2017) en su investigación diseñó un modelo de gestión turística para fomentar el turismo comunitario en Manabí, Ecuador, identificando y clasificando variables clave. Se fundamentaron bases teóricas, se determinaron indicadores de gestión y se diseñó un modelo para comunidades manabitas. La metodología incluyó diagnóstico situacional, análisis de gestión y un plan estratégico. Los resultados enfatizan la planificación, coordinación, registro de inversiones y monitoreo. El modelo promueve turismo rural sostenible, vinculando iniciativas comunitarias y privadas con el GAD Provincial.

Guacho y Chuquimarca (2024) en su estudio analizaron el impacto del turismo en la revitalización rural, centrado en la finca ecoturística el Arbolito, Pastaza, Ecuador. Explora el ecoturismo como solución a la migración y el declive agrícola, promoviendo sostenibilidad. La metodología resalta su capacidad para impulsar la economía y preservar la cultura. Los resultados revelaron que la finca reinvierte ingresos, fomenta participación local y preserva tradiciones Shuar. La educación ambiental fortalece la conciencia ecológica. Concluye que el turismo sostenible impulsa el desarrollo económico, ambiental y cultural.

Tibanlombo y Herrera (2024) en su artículo de investigación evaluaron el impacto del marketing 5.0 en emprendimientos turísticos de Baños, Tungurahua, usando un enfoque cuantitativo descriptivo. Aplicó un cuestionario compuesto de 8 preguntas generales, 23 en escala Likert con fiabilidad de 0,95 (Alfa de Cronbach). Los resultados muestran un desconocimiento generalizado sobre la relevancia de técnicas modernas de marketing, limitando la competitividad. Se urge sensibilizar a

emprendedores sobre los beneficios del marketing 5.0 para potenciar el desarrollo sostenible.

Según Asamblea Nacional del Ecuador. (2010), desde la COOTAD Art. 135.- establece que los gobiernos autónomos descentralizados deben impulsar estrategias participativas para fortalecer la producción, cadenas productivas y servicios técnicos y financieros con equidad. Además, promover investigación, transferencia tecnológica, preservación de saberes ancestrales, infraestructura, emprendimientos comunitarios y desarrollo local.

Artículo 5 de la Ley de Turismo. Entre ellas se incluyen el alojamiento, la prestación de servicios de alimentos y bebidas, la transportación dedicada principalmente al turismo ya sea aérea, marítima, fluvial, terrestre o mediante alquiler de vehículos, así como la operación turística y el agenciamiento de viajes. También forman parte la intermediación, las agencias de servicios turísticos, la organización de eventos, congresos y convenciones, además de casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones estables.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2023). Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo, en La Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo no fija un porcentaje directo para el turismo, pero otorga incentivos como exoneraciones tributarias y remisión de cargas accesorias de hasta el 100%. Además, concede exoneración del Impuesto a la Renta por 7 años a inversiones turísticas superiores a USD 100.000, con al menos un 10% destinado al sector rural, fortaleciendo la competitividad y sostenibilidad del emprendedor.

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Áreas Protegidas, el presidente puede disminuir el IVA del 15% al 8% en servicios turísticos durante feriados o fines de semana, hasta por 12 días al año. La medida abarca alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, agencias de viajes y organización de eventos. También se incluyen casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones. Con ello se busca incentivar el turismo, dinamizar la economía y fortalecer la competitividad del sector

En cuanto a los antecedentes locales, Tarazona et al. (2024) en su artículo de investigación estudiaron la resiliencia comunitaria en Manabí, Ecuador, frente a

desastres naturales como terremotos e inundaciones. A través de un enfoque descriptivo y revisión bibliográfica usando la herramienta. Los resultados mostraron que las comunidades gestionan el estrés, trabajan sinérgicamente y usan sus capacidades, aunque con limitada conciencia de riesgos. Se concluye que, pese a depender de autoridades, la valentía comunitaria fomenta la superación y el aprendizaje.

Parrales et al. (2024) en su artículo de investigación promovió el desarrollo sostenible en la zona sur de Manabí, fortaleciendo sectores económicos y sociales mediante estrategias para emprendimientos. Usó una metodología inductiva, deductiva, exploratoria y descriptiva, con observación y encuestas. Los resultados demostraron que los emprendimientos familiares, motivados por independencia, generan empleo. El turismo y la modernización de actividades impulsan el desarrollo sostenible, equilibrando lo económico y social.

Chica et al. (2024) en su estudio examinaron la identidad cultural de Pedernales, abarcando tradiciones, mitos y gastronomía, para entender su memoria social. Empleó métodos empíricos (observación, encuestas, entrevistas) y documentales, con 148 emprendedores turísticos. Identificó siete manifestaciones culturales, destacando el monumento de la mitad del mundo. Propuso un programa para fortalecer la identidad, impulsando pertenencia y turismo.

Prefectura de Manabí Desarrollo y Equidad (2021- 2030) la provincia de Manabí en vistas de convertirse en un territorio único, donde se fomente la identidad, construyendo proyectos colectivos desde la integración, innovación e inclusión, un instrumento, como guía para un desarrollo local. Las metas, conjunta a la lucha contra la pobreza y desigualdad, al cambio climático y la globalización en Ecuador, en específico en la provincia de Manabí, el reconocer que es necesario revisar los principios, estrategias básicas el buen desempeño en el desarrollo territorial.

Los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, ubicados en la zona costera del litoral norte de la provincia de Manabí, tienen como base de su economía actividades como la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura, que representan el 34.5 % de su actividad económica. Seguido el comercio, tanto al por menor como al por mayor, con un 11.4 %, en tercer lugar, el turismo, que aporta un 55 %.

Para alcanzar el crecimiento de económico, a través de una alternativa de negocios como es los emprendimientos turísticos, beneficia a muchos hogares con carencia económica en la provincia de Manabí, en donde trabajar en conjunto con gobiernos locales se hace indispensable para alcanzar su dinamismo económico. Emprendimientos de actividades turísticos más relevantes en el muestreo son restaurantes, seguidos por establecimientos de alojamiento y, en menor medida, la construcción, que se emplea principalmente para el desarrollo de infraestructura.

Para la investigación en actividad turística, representativa en la costa de Manabí es la restauración, es una tendencia de emprendimientos dinamizadores de la economía. En cuanto a la variable 1: modelo de gestión de emprendimientos turístico, trabajará con las dimensiones de ordenamiento legal turístico, planes y modelos de negocios, gestión operativa de negocios turísticos y promoción de productos y/o servicios, asimismo para la variable promover el impacto económico, se considerará las dimensiones: generación de empleo, rentabilidad, infraestructura, educación, ambiental, social.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2023–2027 sostiene que los bionegocios son emprendimientos de la bioeconomía que utilizan recursos renovables para generar competitividad e ingresos sostenibles. En Manabí, el gobierno provincial impulsa cultivos sostenibles y proyectos de bioemprendimiento que fortalecen la producción local y acceso a mercados internacionales. La Ley de Fortalecimiento Turístico (2024) impulsa la competitividad mediante el alivio financiero y tributario para negocios afectados, estableciendo además el Fondo de Desarrollo Turístico para potenciar la promoción internacional y el empleo en el sector.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Modelo de Gestión

Los modelos de gestión de emprendimientos turísticos constituyen herramientas analíticas y estratégicas que permiten identificar desafíos, definir dimensiones clave y articular componentes para una planificación integral y coordinada (García, 2021). Estas estructuras simplifican procesos turísticos y facilitan la toma de decisiones orientadas al desarrollo sostenible de los destinos al integrar los elementos

esenciales para la implementación y la sostenibilidad de las iniciativas empresariales en el sector (Buriticá y Ocampo, 2021).

Un modelo de gestión puede entenderse, como una estructura conceptual que habilita a las organizaciones para adaptarse a entornos dinámicos y cumplir su misión con sostenibilidad operativa (Huertas et al., 2020).

2.3.2. Turismo

Se define como el tipo de actividad, donde la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico y revela que en el turismo cultural los atractivos/productos culturales son muy variados y se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019). Es un fenómeno social, cultural y económico que consiste en el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

2.3.3. Emprendimiento

El emprendimiento constituye un fenómeno clave en el desarrollo económico y social contemporáneo. Ley de Emprendimiento e innovación (2020) lo define como un proyecto con una antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para satisfacer necesidades o aprovechar oportunidades, implicando organización, desarrollo, asunción de riesgos y la generación de utilidad, empleo y desarrollo.

En este marco, se entiende como el proceso de impulsar cambios y generar oportunidades de negocio, consolidándose como un elemento fundamental en los procesos socioeconómicos (Arévalo, 2016). Asimismo, implica la capacidad de identificar oportunidades en el mercado y transformarlas en proyectos sostenibles mediante la integración de innovación y gestión estratégica (Awan et al., 2026).

2.3.4. Promoción y Marketing

Para Castro et al. (2021) El marketing es una herramienta indispensable para que las empresas difundan sus productos ofertados con el fin de captar y fidelizar a sus clientes en un mercado competitivo. Los emprendimiento requieren ampliar su

mercado y que sea accesible al mundo, por medio de redes sociales y otros recursos para su difusión y promoción de sus productos.

El marketing se define como el conjunto de actividades, procesos y estrategias orientadas a identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente de manera rentable, generando valor tanto para organizaciones como para consumidores (Ramos et al., 2024). En este marco, la promoción constituye una de sus variables fundamentales, entendida como el conjunto de herramientas de comunicación utilizadas para informar, persuadir y recordar al mercado objetivo sobre productos o servicios (Sarmiento y Gomez, 2025). Desde una perspectiva estratégica, la promoción integra diversas acciones como la publicidad, las relaciones públicas, la venta personal y la promoción de ventas, orientadas a influir en el comportamiento del consumidor (Yucra, 2024).

En conjunto, la promoción y el marketing se configuran como procesos interrelacionados que permiten a las organizaciones comunicar valor, fortalecer su presencia en el mercado y alcanzar sus objetivos comerciales de manera sostenible (Salazar, 2023).

2.3.5. Emprendedor Turístico

Para Velásquez (2019) el emprendedor turístico es una persona natural ó jurídica que promueve un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos conexos al turismo (alimentación, hospedaje, artesanía, y otros). Así mismo el emprendedor deberán alinear su desarrollo microempresarial a los procesos de planificación local que permitan la sostenibilidad de la actividad turística en su territorio. el emprendimiento turístico implica un proceso complejo que articula innovación, sostenibilidad y gestión estratégica para responder a las dinámicas cambiantes del mercado (García, 2017). Por otro lado, es un individuo que orienta y gestiona un negocio con el propósito de alcanzar beneficios y asegurar su crecimiento. En este sentido, se diferencia, por su capacidad innovadora y por el uso de estrategias que le permiten administrar de manera eficiente las actividades empresariales (Gartner, 1988).

2.3.6. Impacto económico

De acuerdo con Fuentes (2015), el impacto económico se entiende como la modificación del sistema económico que puede generar pérdidas o beneficios significativos en los activos, la producción, el empleo y el consumo. Estas variaciones se manifiestan tanto en efectos directos, expresados en cambios inmediatos en la inversión o los ingresos, como en efectos indirectos, vinculados a la productividad y al bienestar social.

En una línea similar, Anguisaca et al. (2025) definen el impacto económico como el conjunto de efectos financieros, directos e indirectos, que una actividad o fenómeno produce sobre los recursos y la eficiencia productiva de un sistema. Dichos efectos se reflejan en la generación de empleo, la movilización de capital y los costos o beneficios asociados al uso de bienes y servicios.

En el contexto del desarrollo local de Pedernales, el impacto económico del turismo y de los emprendimientos se expresa en la capacidad de estas actividades para transformar la estructura productiva del territorio. Al dinamizar los ingresos, estimular la inversión, generar fuentes de empleo y promover el uso sostenible de los recursos, el turismo contribuye al fortalecimiento del tejido económico y social de la comunidad, consolidándose como un eje fundamental para evaluar su aporte al desarrollo local y al bienestar colectivo. Jiménez (2013) señala que el turismo puede producir impactos económicos negativos en las comunidades locales, debido a la precariedad del empleo y a posibles afectaciones sobre actividades productivas como la agricultura.

Asimismo, el impacto económico derivado de estas actividades se evidencia en las transformaciones generadas en las localidades y en las empresas locales de la región. La provisión de insumos y servicios por parte del sector empresarial local permite a los inversionistas reducir los costos de importación de materias primas esenciales para la producción de bienes y servicios, lo que supone un ahorro de tiempo y recursos económicos, además de beneficios directos para la economía local (Romero et al., 2022).

2.3.7. Generación de empleo

Es la construcción de nuevas oportunidades laborales a través el establecimiento o expansión de empresas, avances tecnológicos e inversión en infraestructura, buscando aumentar el empleo remunerado y mejorar el bienestar económico. Según Zamora (2017) el emprendimiento es clave en las economías latinoamericanas, ya que, ante altas tasas de desempleo, fomenta el autoempleo y contribuye significativamente a la generación de empleos y al crecimiento económico. La generación de empleo se concibe como un indicador social esencial dentro de la responsabilidad social empresarial, que permite medir el impacto de las organizaciones en la creación de oportunidades laborales y en la sostenibilidad comunitaria (Guananga, 2025). Asimismo, consiste en crear oportunidades laborales que fortalecen la economía, reducen la desigualdad y mejoran la calidad de vida de la población (Landeta y Cadena, 2024). Bajo este contexto es un fenómeno socioeconómico que implica la expansión de oportunidades laborales derivadas del desarrollo productivo, la inversión y la planificación de gobierno, con impactos de crecimiento y desarrollo.

2.3.8. Ordenamiento territorial turístico

El ordenamiento territorial ha sido concebido como una intervención voluntaria y coordinada sobre el espacio físico, ya sea a escala nacional, regional, estatal o comunal, cuya finalidad es alcanzar un equilibrio entre las actividades humanas y el manejo adecuado de los recursos disponibles en el territorio. En este sentido, Massiris (2000) señala que el ordenamiento territorial constituye una política de Estado y un proceso planificado de carácter político, técnico y administrativo, orientado a organizar, armonizar y administrar la ocupación y el uso del espacio para contribuir al desarrollo integral de la sociedad.

En el ámbito del turismo, el ordenamiento territorial adquiere especial importancia, dado que la actividad turística se desarrolla en un espacio concreto donde los recursos naturales y culturales conforman el producto turístico del destino. Con ello, el ordenamiento territorial turístico se constituye en una acción estratégica para la gestión del desarrollo turístico, al permitir una adecuada articulación entre el territorio y las actividades que en él se implementan (Larrea, 2022).

Asimismo, el ordenamiento territorial cumple la función de planificar y regular el uso adecuado del espacio, especialmente en ciudades y municipios destinados al desarrollo de la actividad turística, garantizando una distribución equilibrada de las actividades y la conservación de los recursos (González, 2018). En consecuencia, el ordenamiento territorial en el contexto del desarrollo turístico cobra una importancia creciente, ya que responde a la necesidad de gestionar los espacios de manera racional, promoviendo un desarrollo humano sostenible, ecológicamente responsable, equilibrado en su planificación y socialmente equitativo.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. Tipo de estudio, enfoque y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

La investigación se enmarcó en un diseño descriptivo-correlacional, dado que pretendió describir las características de los emprendimientos turísticos y determinar su relación para promover el impacto económico generado en la zona norte de Manabí. Los estudios descriptivos permiten caracterizar de manera sistemática los fenómenos objeto de análisis sin establecer vínculos causales (Slater y Hasson, 2025), mientras que los estudios correlacionales buscan identificar el grado de asociación entre variables sin intervención directa del investigador (Miksza et al., 2023). Bajo esta perspectiva, se adoptó un enfoque cuantitativo, que facilitó la medición y el análisis estadístico de los datos para evaluar la contribución de los emprendimientos turísticos al desarrollo socioeconómico del área de estudio (Hernández y Baptista, 2010).

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación fue no experimental y de corte transversal, al estudiar las variables en su contexto natural y en un único momento de observación (Wang y Cheng, 2020). Su carácter aplicado y propositivo permitió diseñar un modelo de gestión para fortalecer los emprendimientos turísticos y para promover el impacto económico en la zona norte de Manabí (Castro et al., 2023; Hurtado, 2024). Además, se empleó un enfoque cuantitativo para analizar estadísticamente la relación entre ambas variables, encontrándose una asociación alta y positiva (Acosta, 2023).

Hipótesis Específicas

1. La relación de planificación estratégica y ordenamiento legal turísticos promueve en la economía de la costa de Manabí Relacionada con promover el impacto estratégico y de planificación es directa
2. La relación de tecnología y promoción digital y planes y modelos de negocios promueve en la economía de la zona norte de Manabí es directa.
3. El nivel de gestión operativa y financiera de negocios turísticos fomenta en la economía de la zona norte de Manabí es alto.
4. La relación entre Modelo de gestión de emprendimientos turísticos y la promover el impacto económico en la zona norte de Manabí es directa.

3.2. Variables y operacionalización

Respecto a la definición conceptual de la variable gestión de emprendimiento turístico, Manalu et al. (2024) sostienen que el modelo de gestión en emprendimientos turísticos es un sistema estratégico, organizativo y operativo que orienta la planificación, dirección, articulación de recursos, prestación de servicios, innovación, comercialización y evaluación de un emprendimiento turístico, con la finalidad de crear, entregar y capturar valor económico, social, cultural y ambiental en interacción con el destino, los visitantes, la comunidad local, las instituciones y el mercado.

A nivel operacional de la variable modelo de gestión de emprendimiento turístico, los datos se obtendrán mediante la estructura de un cuestionario con 16 preguntas relacionadas a sus dimensiones, con la escala de Likert:(1) Totalmente en desacuerdo, (2) En Desacuerdo, (3) Indeciso, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo (Anexo 1 y 2).

En cuanto a la definición conceptual de la variable impacto económico Watson et al. (2007) establece que es la variación neta, atribuible y territorialmente delimitada de la actividad económica generada por una intervención, proyecto, programa, política, empresa o sector, expresada mediante cambios en producción, valor agregado, ingresos, empleo, inversión, recaudación o gasto económico.

Asimismo, la definición operacional, los datos de la variable en promover el impacto económico se obtuvieron mediante el diseño de un cuestionario estructurado con 16 preguntas relacionadas a sus dimensiones: Generación de empleo, infraestructura, aspecto social y rentabilidad con la escala de Likert: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) Indeciso, (3) De acuerdo, (4) Totalmente de acuerdo (Anexo 1, 2).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Se trabajó con la población que corresponde a los propietarios de emprendimientos turísticos de los cantones del sector los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales (Anexo 7), en donde la población que ascienden a de 8.307, como se detalla (Tabla 1).

Tabla 1 Población de emprendimientos turísticos por cantones

Nombre del Cantón	Población
Sucre	3050
San Vicente	1175
Jama	732
Pedernales	3350
Total	8307

Nota. Adaptada del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2022).

3.3.2. Muestra

La muestra estuvo integrada por 368 propietarios de emprendimientos turísticos de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales (Tabla 3). La muestra fue estratificada por cantones Para Hernández et al., (2018) se considera la muestra como una parte del universo el cual se recolectan los datos. En la realización y cálculo respectivo de la primera población con relación a la muestra de los emprendimientos se desarrolla la siguiente fórmula de poblaciones finitas, como lo describe Gould y Eppen, (1993); como se aprecia:

$$n = Z^2 Npq / pqZ^2 + (N - 1) e^2$$

Donde:

Z = nivel de confianza en este caso al 95% que da un valor de 1,95

p = posibilidad de éxito, en este caso el 50%

q = posibilidad de fracaso, en este caso el 50%.

N = 8.307 Emprendimiento.

e = error de muestreo, en este caso el 5%.

Sustituyendo cada uno de los elementos:

$$n = (1,96)^2 (8.307) (0,50) (0,50) / (0,50) (0,50) (1,96)^2 + (8.307 - 1) (0,05)^2$$

$$n = 368 \text{ emprendimientos}$$

Con el tamaño de la muestra requerida para este estudio es de 368 emprendimiento lo que garantiza con el nivel de confianza del 95% y una tolerancia de error del 5%, se asegura la representatividad estadística respecto a la población que es de 8.307 de emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabi.

Tabla 2 Muestra de emprendimientos turísticos por cantones

Nombre del Cantón	Población	Muestra
Sucre	3050	136
San Vicente	1175	52
Jama	732	33
Pedernales	3350	147
Total	8307	368

3.3.3. Muestreo

Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico por conveniencia. La recolección de información se realizó a través de un cuestionario estructurado aplicado en los establecimientos seleccionados. Según Etikan et al. (2016), este tipo de muestreo se basa en la accesibilidad de los participantes de la población de estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos recolección de datos

Se aplicó la técnica de la encuesta la cual permitió recopilar la información de forma objetiva mediante una muestra de los propietarios de emprendimientos turísticos de los cantones San Vicente, Jama y Pedernales. Mujíca et al. (2008) manifiestan que esta técnica se utiliza en diversos campos, como en la política, marketing, investigación de mercado, salud, educación, entre otros, además con la herramienta se pretende, analizar e interpretar el tema objeto de estudio, cuya elaboración y aplicación requiere tiempo, recursos, hasta llegar a la interpretación de los resultados. Del mismo modo, se recurrió a la técnica documental para la recolección y sistematización de información proveniente de fuentes bibliográficas, mediante el uso de fichas bibliográficas como instrumento de registro (Anexo 4).

Reyes y Carmona (2020) sostienen que la investigación documental juega un rol fundamental en el análisis, identificación y vinculación de datos con el objeto de estudio. Por otro lado, para la recopilación de la información se utilizó la ficha observación (Anexo 3). Rodríguez (2022) sostiene que es técnica importante para obtener una comprensión profunda de un fenómeno o de una situación, ya que permite recolectar información en tiempo real y en el contexto donde se lleva a cabo el estudio que dependen de la forma de aproximación al objeto de estudio, a la cantidad de investigadores involucrados.

Para la recolección de la información empírica, se utilizaron dos cuestionarios estructurados. El primer instrumento fue diseñado para evaluar el constructo gestión en emprendimientos turísticos, compuesto por 17 preguntas; en tanto que el segundo estuvo destinado a medir el constructo promover el impacto económico, integrado por 16 preguntas. En ambos casos, las alternativas de respuesta fueron codificadas mediante una escala tipo Likert de cinco categorías ordinales: 1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi siempre y 5 = Siempre. La modalidad de medición de las dimensiones a través de las encuestas realizadas por Google forms en cada ítem (Anexo 5 y 6). Asimismo se aplicó la tabla de coeficiente de correlación de Spearman de acuerdo con Anexo 8.

Sánchez (2021) señala que la recolección de datos implica reunir y medir información desde diversas fuentes, y que dicha obtención puede realizarse mediante

instrumentos como observación, cuestionarios, entrevistas y escalas; por tanto, la elección del instrumento depende del objetivo de investigación.

3.5. Procesamiento y análisis de datos

La base principal dentro de la investigación científica es el procesamiento de datos, puesto que permite analizar, transformar, datos recolectada con resultados confiables. Este proceso se desarrolló de manera ordenada a través de fases de organización, codificación, análisis descriptivo con su respectiva tabulación. En primer lugar, la información se recopiló, revisó y fue depurado en hojas de cálculo, como Excel, con el fin de verificar su integridad y corregir errores o valores atípicos. Luego, mediante la codificación, se asignan valores numéricos o categorías a las variables, asegurando coherencia y precisión en el manejo de la información.

El análisis estadístico, realizado con programas especializados como Excel, SPSS, Smart PLS4, utilizado en análisis de datos incluye procedimientos descriptivos - correlacional, que permitió interpretar resultados y comprobar las hipótesis planteadas. Finalmente, los datos se presentan mediante tablas y gráficos que facilitan su comprensión e interpretación. Cada etapa se registró para garantizar la transparencia metodológica, la replicabilidad del estudio y la confiabilidad de los resultados obtenidos.

3.5.1. Análisis de datos

Después de haber obtenido los resultados mediante el procesamiento de datos se presentó en tablas de frecuencia, indicadores coeficientes, como el rho de Spearman para encontrar la correlación de variables y P-Valué, para probar la hipótesis, con esa nueva información se discutirá con las bases teórico- científicas y hallazgos de otros investigadores, para alcanzar el objetivo general: Determinar el impacto del modelo de gestión de emprendimientos turísticos en promover impacto económico en la zona norte de Manabí, Ecuador 2023.

3.6 validez y análisis de confiabilidad

En esta investigación la confiabilidad de los instrumentos fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach, a partir del cuestionario aplicado a 368 participantes por cada variable de estudio. Para la Variable 1: Gestión del emprendimiento

turístico, integrada por 17 ítems, se obtuvo un coeficiente de 0,866 considerado de excelente confiabilidad. Por su parte, la Variable 2: Impacto económico, también conformada por 16 ítems, alcanzó un coeficiente de 0,867, clasificándose como de muy buena confiabilidad (Anexo 9). En consecuencia, ambas variables demuestran una adecuada consistencia interna, garantizando la fiabilidad de las mediciones y respaldando su aplicación en la investigación.

Los resultados de la validez convergente del instrumento, obtenidos mediante Smart-PLS, evidencian adecuados niveles de confiabilidad y consistencia interna en todas las dimensiones analizadas. Los valores de Alfa de Cronbach oscilan entre 0.786 y 0.944, superando el criterio mínimo recomendado de 0.70, lo que indica una alta fiabilidad de los constructos (Anexo 9). De igual manera, los índices de fiabilidad compuesta (ρ_a y ρ_c) presentan valores superiores a 0.85 en todas las dimensiones, confirmando una sólida consistencia interna. Respecto a la Varianza Media Extraída (AVE), los valores fluctúan entre 0.604 y 0.856, excediendo el umbral de 0.50 establecido en la literatura metodológica, lo que demuestra que los indicadores explican más del 50 % de la variabilidad de cada constructo (Anexo 10). En conjunto, estos resultados confirman una adecuada validez convergente del instrumento.

En relación con la validez discriminante, los resultados muestran correlaciones moderadas y diferenciadas entre las dimensiones evaluadas, lo que permite evidenciar que cada constructo mide aspectos conceptualmente distintos. Aunque algunas asociaciones presentan valores relativamente elevados, como entre V1D3P y V2D2P (0.875) o entre V1D1P y V1D3P (0.682), las dimensiones mantienen independencia conceptual suficiente para ser consideradas variables diferenciadas dentro del modelo. Asimismo, la validación realizada mediante Smart-PLS respalda la calidad psicométrica del instrumento, al demostrar adecuados niveles de confiabilidad, validez convergente y validez discriminante (Anexo 11 y 12). Por tanto, se concluye que el instrumento posee características metodológicas satisfactorias para la medición de los constructos de estudio y puede ser utilizado con confianza en el análisis de los datos de la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Para resultados se evidencian la relación entre diversos factores de modelo de gestión y el impacto económico de emprendimientos turísticos en la zona norte de Manabí. A través de análisis estadísticos, se identificaron correlaciones significativas que orientan propuestas de mejora. Estos hallazgos permiten cumplir con los objetivos planteados en la presente investigación:

Objetivo general: Determinar el impacto del modelo de gestión de emprendimientos turísticos en la economía de la zona norte de Manabí, Ecuador. Resultados revelan que el impacto económico medio (52%), constituye la categoría predominante, seguido por el nivel bajo (32%), mientras que el alto (16%) se presenta como el menos frecuente. En cuanto al modelo de gestión, destaca la categoría alta (45%), que supera al nivel medio (41%) y al bajo (37%) (Tabla 4), evidenciando una tendencia hacia prácticas más estructuradas. La combinación de variables de estudio sugiere que, aunque la gestión institucional se orienta hacia niveles altos, el impacto económico aún se concentra principalmente en un rango medio. Este hallazgo confirma la existencia de una relación consistente entre ambas variables y aporta evidencia empírica sobre la importancia de la gestión en la generación de resultados económicos sostenibles en zonas rurales de la provincia de Manabí.

Tabla 3

Nivel de impacto económico entre modelo de gestión

Variables		Impacto económico							
		Bajo		Medio		Alto		Totales	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Modelo de gestión	Bajo	60	19	49	11	28	7	137	37
	Medio	19	13	50	23	25	5	94	41
	Alto	62	20	54	20	21	5	137	45
Totales		148	32	153	52	74	16	368	100

Prueba de hipótesis en relación del objetivo general:

Se evidenció una correlación de Spearman mostraron una correlación positiva, baja y estadísticamente significativa entre el modelo de gestión y el impacto económico ($\rho = 0,351$; $p < 0,001$) (Tabla 5). Esto evidencia que un mejor desempeño del modelo de gestión se asocia con mayores niveles de fomento del impacto económico. Dado que el valor de significancia es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre ambas variables.

Tabla 4

Correlación de rho Spearman entre modelo de gestión e impacto económico

Variables	ρ Spearman	p Valué
Impacto Económico - Modelo de gestión	0.351**	<.001

Objetivo específico 1: Analizar el impacto del ordenamiento legal turísticos en la economía de la zona norte de Manabí

Dado el análisis de resultados se evidencia que el impacto económico medio (52%) constituye el porcentaje que resalta, mientras que el nivel bajo (32%) mantiene una presencia significativa y el alto (16%) resulta marginal. La variable legal muestra mayor concentración en el nivel alto (44%), seguido por el bajo (42%), con un menor peso del nivel medio (15%) (Tabla.6). Se sugiere que, aunque existe una fuerte presencia de marcos legales altos, el efecto económico se percibe principalmente en un rango intermedio. Los resultados confirman una relación consistente entre las condiciones legales y el impacto económico, destacando la necesidad de fortalecer la gestión institucional para combinar el cumplimiento de normativa en beneficios económicos para emprendedores turísticos.

Tabla 5

Nivel de Impacto económico entre ordenamiento legal

Variables		Impacto económico						Totales	
		Bajo		Medio		Alto			
		f	%	f	%	f	%	f	%
Legal (Agrupada)	Bajo	60	19	66	14	30	9	156	42
	Medio	19	4	44	10	3	0,6	66	15
	Alto	62	9	53	28	31	7	146	44
Totales		141	32	163	52	74	16	368	100

La relación de planificación estratégica y ordenamiento legal turísticos promueve en la economía de la costa de Manabí relacionada con el impacto estratégico y de planificación es directa.

Prueba de primera hipótesis específica:

El análisis de prueba de correlación rho de spearman demostró una correlación positiva, muy débil y estadísticamente significativa entre el ordenamiento legal y el impacto económico ($p = 0,123$; $p < 0,001$) (Tabla 7). Estos resultados sugieren que mejores condiciones de ordenamiento legal se relacionan con mayores niveles de impacto económico; no obstante, la fuerza de la asociación es reducida. Asimismo, al obtenerse un valor de significancia menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre el ordenamiento legal y el impacto económico.

Tabla 6

Correlación de rho Spearman entre ordenamiento legal entre impacto económico

Variables	ρ Spearman	p Valué
Ordenamiento legal - Impacto económico	0.123**	<.001

Objetivo específico 2 y 3: Analizar el impacto de planes, modelos de negocios y gestión operativa de emprendimientos turísticas en el impacto económico de la zona norte de Manabí.

En base al análisis se determinó que, la mayor proporción de casos se concentra en planes y modelos de gestión bajos (80%), se asocian con un impacto económico medios (19%) y altos (1.4%) de gestión presentan una menor representación (Tabla 8), aunque se muestran una tendencia hacia impactos económicos favorables. Asimismo, se revela que, pese a la relevancia de prácticas de gestión limitadas, existe capacidades de mejora cuando se fortalecen los modelos y la operatividad. Confirman que la calidad de la planificación estratégica y gestión empresarial constituye un factor indispensable para alcanzar el impacto económico en la zona norte de Manabí.

Tabla 7

Nivel de impacto económico entre gestión y planes de negocios.

Variables		Impacto económico							
		Bajo		Medio		Alto		Totales	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Planes, Modelos de negocios y Gestión Operativa	Bajo	139	30	94	41	42	9	275	80
	Medio	8	2	51	11	21	6	86	19
	Alto	1	0,2	1	0,2	5	1	7	1,4
Totales		148	32	146	52	68	16	368	100

Prueba de segunda y tercera hipótesis específica:

La prueba de correlación rho de Spearman evidenció una correlación positiva, baja y estadísticamente significativa entre los modelos de gestión operativa y planes de negocio con el impacto económico ($\rho = 0,357$; $p < 0,001$) (Tabla 9). Esto sugiere que, a medida que se fortalecen los procesos de gestión y planificación empresarial, se incrementa y promueve el impacto económico. Dado que el nivel de significancia

fue menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que existe una relación significativa entre las variables estudiadas.

Tabla 8

Correlación de rho Spearman entre gestión y planes de negocios e impacto económico

Variables	ρ Spearman	p Valué
Modelos, gestión operativa - Impacto económico	0.357**	<.001

Objetivo específico 4: Explicar el impacto promoción de productos y/o servicios en economía de la zona norte de Manabí.

La promoción de productos y servicios en nivel alto (57%) se relaciona con un impacto económico medio (33%) y alto (13%), refleja un rol protagónico en la dinamización económica. Los niveles bajo (26%) y medio (18%) de promoción muestran una menor incidencia (Tabla 10), con impacto económico bajo y medio. Con ello se confirma que la intensidad de las estrategias de promoción influye directamente en la magnitud del impacto económico. Se subraya el nivel importancia de fortalecer la promoción, y difusión empresarial como guía de crecimiento en la zona norte de Manabí.

Tabla 9

Nivel de impacto económico y promoción de productos y/o servicios

Variables		Impacto económico							
		Bajo		Medio		Alto		Totales	
		f	%	f	%	f	%	f	%
Promoción de Producto / Servicios	Bajo	53	16	25	8	7	1,5	85	26
	Medio	21	5	54	12	5	1,1	80	18
	Alto	40	11	101	33	62	13	203	57
Totales		114	32	240	52	74	16	368	100

Prueba de cuarta hipótesis específica:

La correlación de spearman mostró una asociación positiva, baja y estadísticamente significativa entre la promoción y el impacto económico ($p = 0,352$; $p < 0,001$) (Tabla 11). Esto evidencia que el fortalecimiento de las estrategias de promoción se relaciona con un incremento del impacto económico. Si bien la intensidad de la correlación no es elevada, los resultados sugieren que las acciones promocionales desempeñan un papel importante en la dinamización económica. El nivel de significancia inferior a 0,05 permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la existencia de una relación significativa entre ambas variables.

Tabla 10

Correlación de rho Spearman entre promoción e impacto económico

Variables	ρ Spearman	p Valué
Promoción - Impacto económico	0.352**	<.001

Objetivo 5: Propuesta de un modelo de gestión de emprendimientos turísticos en la economía de la zona norte de Manabí, Ecuador.

La propuesta de modelo de gestión de emprendimientos turísticos para la zona norte Manabí, consiste en un proceso integral de gestión para el emprendimiento turístico, estructurado en tres etapas secuenciales y complementarias, orientadas a generar emprendimientos sostenibles capaces de transformar la economía local del territorio. Este proceso se desarrolla dentro de un entorno regulatorio y marco normativo, e incorpora mecanismos de retroalimentación continua.

En la Etapa I: Diagnóstico y mercado, se analizan las condiciones iniciales del entorno turístico mediante encuestas a los actores locales, el estudio de la percepción del consumidor y un análisis comparativo de resultados, lo que permite identificar oportunidades, necesidades y características del mercado.

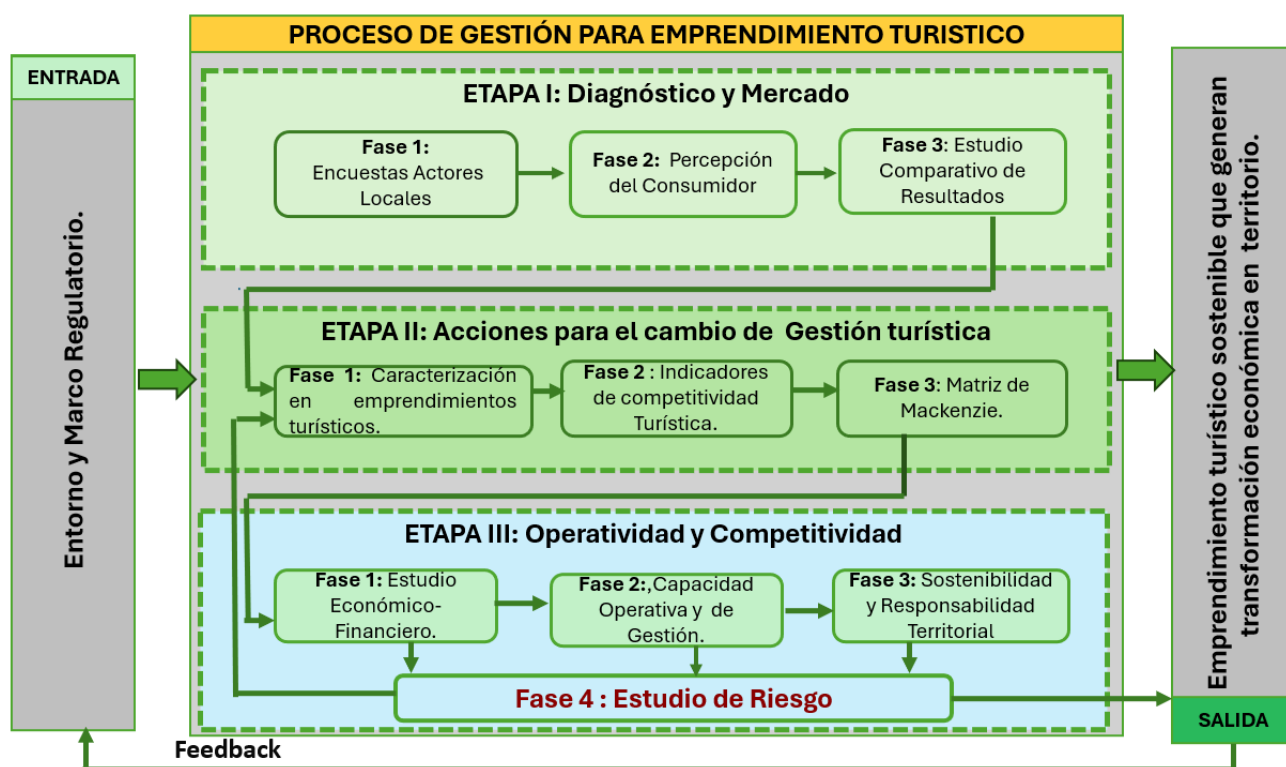
La Etapa II: Acciones para el cambio de la gestión turística se concentra en la caracterización de los emprendimientos turísticos, el análisis de indicadores de competitividad y la aplicación de herramientas estratégicas como la matriz de McKinsey, con el fin de orientar la toma de decisiones y fortalecer la gestión turística del territorio.

Posteriormente, la Etapa III: Operatividad y competitividad evalúa la viabilidad económica y financiera de los emprendimientos, la capacidad operativa y de gestión, así como los criterios de sostenibilidad y responsabilidad territorial. De manera transversal, se incorpora un estudio de riesgos, que permite anticipar y mitigar posibles limitaciones para el éxito del emprendimiento.

En conjunto, el proceso propuesto articula diagnóstico, planificación estratégica y evaluación operativa, con el objetivo de impulsar emprendimientos turísticos sostenibles que fomenten la competitividad, la sostenibilidad y la transformación económica del territorio (Figura 2).

Figura 2

Propuesta de modelo de gestión de emprendimientos turísticos de la zona



4.2. Discusión

Se evidenciaron que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el modelo de gestión de los emprendimientos turísticos y el impacto económico en la zona norte de Manabí ($p = 0,351$; $p < 0,001$), lo que permite afirmar que el fortalecimiento de los procesos de gestión se asocia con una mayor

capacidad para generar beneficios económicos en el territorio. Este hallazgo coincide con lo planteado por Manalu et al. (2024), quienes sostienen que la gestión turística constituye un sistema estratégico y operativo orientado a generar valor económico, social y ambiental mediante la articulación eficiente de recursos y actores del destino. De igual manera, respalda la postura de García (2017), quien señala que la implementación de modelos estructurados de gestión favorece la sostenibilidad y competitividad de los emprendimientos turísticos.

No obstante, aunque una proporción importante de los emprendedores reportó niveles altos de gestión, el impacto económico se concentró principalmente en niveles medios, lo que sugiere que la existencia de prácticas de gestión no garantiza por sí sola resultados económicos elevados. Este comportamiento permite inferir que la efectividad de la gestión depende también de factores externos relacionados con las condiciones del mercado, el entorno institucional y el acceso a recursos estratégicos. En tal sentido, los resultados amplían los planteamientos de Mujíca et al. (2008) y Pérez y González (2013), al evidenciar que la influencia de la gestión debe analizarse no únicamente desde su diseño conceptual, sino también desde su capacidad real de implementación y generación de resultados tangibles.

Respecto al ordenamiento legal, se encontró una correlación positiva, aunque de magnitud muy débil, con el impacto económico ($\rho = 0,123$; $p < 0,001$). Este resultado indica que el cumplimiento de las normativas turísticas aporta al desarrollo económico, pero su incidencia directa es limitada. Los hallazgos contrastan parcialmente con las expectativas derivadas del marco normativo vigente en Ecuador, particularmente las disposiciones contempladas en la Ley de Turismo, el COOTAD y la Ley orgánica de eficiencia económica y generación de empleo, las cuales promueven incentivos dirigidos al fortalecimiento del sector turístico. Sin embargo, la baja intensidad de la relación observada sugiere que dichos instrumentos legales no siempre se traducen en beneficios económicos inmediatos para los emprendimientos locales.

Este resultado coincide con Butler y Hart (2022), quienes argumentan que la efectividad de las políticas turísticas depende en gran medida de la voluntad política, la coordinación institucional y la participación de los actores locales.

Asimismo, guarda relación con los planteamientos de Massiris (2000), quien sostiene que el ordenamiento territorial solo genera efectos relevantes cuando existe una adecuada articulación entre la planificación, la administración y los procesos de desarrollo local. En consecuencia, los resultados permiten inferir que el marco regulatorio constituye una condición necesaria para el desarrollo turístico, pero insuficiente para garantizar mejoras económicas sin mecanismos efectivos de implementación y control.

Por otra parte, la dimensión relacionada con los planes de negocio, modelos empresariales y gestión operativa presentó la correlación más alta del estudio ($\rho = 0,357$; $p < 0,001$). Este resultado confirma que la planificación estratégica y la administración eficiente de los recursos representan factores determinantes para el desempeño económico de los emprendimientos turísticos. Lo anterior coincide con Villarán (2009), quien destaca la importancia de los planes de negocio como instrumentos que orientan la toma de decisiones, la asignación de recursos y la sostenibilidad financiera. Asimismo, respalda los planteamientos de Aréstegui (2023), quien señala que la gestión operativa contribuye directamente a mejorar la calidad del servicio, la productividad y la rentabilidad empresarial.

Sin embargo, resulta relevante destacar que una proporción considerable de los emprendedores se ubicó en niveles bajos de esta dimensión, lo que evidencia debilidades en la planificación y administración de los negocios turísticos. Este hallazgo es consistente con lo reportado por Tibanlombo y Herrera (2024), quienes identificaron limitaciones en el uso de herramientas modernas de gestión y marketing en emprendimientos turísticos ecuatorianos. De igual manera, coincide con Parrales et al. (2024), quienes señalan que gran parte de los emprendimientos en Manabí surgen por necesidad económica y motivaciones familiares, antes que por procesos formales de planificación empresarial. En consecuencia, los resultados sugieren la necesidad de fortalecer programas de capacitación dirigidos a mejorar las capacidades gerenciales de los emprendedores turísticos.

En relación con la promoción de productos y servicios, los resultados mostraron una correlación positiva y significativa con el impacto económico ($\rho = 0,352$; $p < 0,001$). Esta evidencia confirma que las acciones promocionales constituyen un elemento importante para incrementar la visibilidad de los emprendimientos

turísticos, atraer visitantes y dinamizar la economía local. Los hallazgos coinciden con Castro et al. (2021), quienes destacan el papel estratégico del marketing en la captación y fidelización de clientes, así como con los planteamientos de Ramos et al. (2024), quienes consideran que las actividades promocionales permiten generar valor y fortalecer la competitividad empresarial.

Además, la elevada proporción de emprendimientos con niveles altos de promoción refleja una creciente adopción de herramientas digitales y redes sociales para la difusión de productos y servicios turísticos. Estos resultados son consistentes con las observaciones de Chica et al. (2024), quienes evidenciaron que la promoción de la identidad cultural y de los atractivos locales contribuye al fortalecimiento de la actividad turística en Pedernales. En este contexto, la promoción emerge como una de las estrategias más accesibles para los pequeños emprendedores, debido a sus menores costos de implementación y su amplio alcance comunicacional.

En términos generales, las correlaciones obtenidas, comprendidas entre 0,123 y 0,357, evidencian que el impacto económico de los emprendimientos turísticos responde a un fenómeno complejo y multidimensional. Ninguna de las dimensiones analizadas explica por sí sola el comportamiento económico de los emprendimientos, lo que confirma la existencia de múltiples factores interrelacionados que intervienen en la generación de beneficios económicos. Este hallazgo coincide con Quintero et al. (2025), quienes destacan la influencia de variables externas como las condiciones económicas, políticas e institucionales sobre el desarrollo de los emprendimientos turísticos, así como con Jiménez (2013), quien advierte que los efectos del turismo pueden variar según las características del contexto local.

Desde una perspectiva científica, los resultados respaldan la necesidad de concebir la gestión turística como un sistema integral en el que converjan el ordenamiento legal, la planificación empresarial, la gestión operativa y la promoción. En este sentido, los hallazgos proporcionan sustento empírico a la propuesta de modelo de gestión desarrollada en esta investigación, estructurada en las etapas de diagnóstico y mercado, fortalecimiento de la gestión turística y evaluación de la operatividad y competitividad. Dicho modelo constituye un aporte teórico y práctico para la gestión de emprendimientos turísticos en territorios con características

similares a la zona norte de Manabí, contribuyendo al fortalecimiento de la competitividad y al desarrollo económico sostenible.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que el modelo de gestión de los emprendimientos turísticos mantiene una relación positiva y estadísticamente significativa con el impacto económico en la zona norte de Manabí ($p = 0,351$; $p < 0,001$), evidenciando que el fortalecimiento de los procesos de gestión contribuye al mejoramiento de la generación de empleo, rentabilidad, infraestructura y desarrollo local. No obstante, la magnitud de la correlación indica que el impacto económico también depende de otros factores externos asociados al entorno empresarial y territorial.
2. Se evidenció que el ordenamiento legal turístico presenta una relación positiva y significativa con el impacto económico ($p = 0,123$; $p < 0,001$); sin embargo, la intensidad de dicha asociación fue muy débil. Demostrando que la existencia de normativas, incentivos y regulaciones constituye una condición favorable para el desarrollo turístico, aunque su efecto económico depende de la capacidad institucional y del nivel de aplicación efectiva de dichas políticas en el territorial.
3. Se determinó que los planes de negocio, modelos empresariales y gestión operativa constituyen la dimensión con mayor influencia sobre el impacto económico ($p = 0,357$; $p < 0,001$). Evidenciándose que la planificación estratégica, la adecuada administración de recursos y la gestión eficiente de las operaciones son factores determinantes para mejorar la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí.
4. Se comprobó que la promoción de productos y servicios turísticos mantiene una relación positiva y significativa con el impacto económico ($p = 0,352$; $p < 0,001$), demostrando que las acciones de marketing, la difusión digital y el posicionamiento de la oferta turística favorecen la atracción de visitantes y el incremento de los beneficios económicos de los emprendimientos locales.
5. Se diseñó una propuesta de modelo de gestión para emprendimientos turísticos estructurada en tres etapas: diagnóstico y análisis de mercado, acciones para el fortalecimiento de la gestión turística y operatividad y competitividad. Integrando

aspectos legales, estratégicos, operativos y promocionales, orientados a fortalecer la sostenibilidad empresarial y potenciar el impacto económico en la zona norte de Manabí.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, A., Barriga, A., Espinoza, D., Coronel, K., Fernández, M. F., Espinosa, M. P. y Moreno, V. (2026). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2025.
- Acosta, S. F. (2023). *Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales*. Revista Latinoamericana Ogmios, 3(8), 82–95.: <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Awan, U., Shamim, S., Rahman, M., & Aydin, E. (2026). Integrating the circular economy into public organisations: The impact of digital transformations and circular insights on resource-conscious innovative behaviour. *Technological Forecasting and Social Change*, 222, 124388. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.124388>
- Aréstegui, Y. (2023). Gestión de empresas turísticas. Caso Lima. *Turismo y patrimonio*, (3), 11-15. <https://doi.org/http://aplicaciones.bibliolatino.com:81/index.php/typ/article/view/280>
- Arévalo Avecillas, D. y Padilla Lozano, C. (2016). edición de la Confiabilidad del Aprendizaje del Programa RStudio Mediante Alfa de Cronbach. *Revista Politécnica*, 37(1), 68. https://doi.org/https://revistapolitecnica.epn.edu.ec/ojs2/index.php/revista_politecnica2/article/view/469
- Anguisaca Anguisaca, D. M., Changoluisa Franco, J. G., Albarrasin Reinoso, M. V. y Medina López, E. G. (2025). Análisis del impacto económico de los emprendimientos socio productivos en el cantón La Maná. *Revista Científica Kosmos*, 4(2), 24-49. <https://doi.org/10.62943/rck.v4n2.2025.307>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)*. Registro Oficial Suplemento 303, 19 de octubre de 2010. <https://www.gob.ec>

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2023). Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo. Registro Oficial Suplemento No. 461, 20 de diciembre de 2023.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2024). *Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo*. Suplemento del Registro Oficial No. 525, 25 de marzo de 2024.
- Avilés, P. A., Pérez, B. R., Martillo, D. A., Alejandro, G. D., y Hidalgo, W. A. (2026). *La industria del turismo en Ecuador como sector estratégico de desarrollo. Periodo 2010-2024. Perspectivas post pandemia*. Polo del Conocimiento, 11(1), 454–478.: <https://doi.org/10.23857/pc.v11i1.11021>
- Banco Central del Ecuador. (2019). La Economía Ecuatoriana Creció 0,1% En 2019. *Boletín de prensa*. <https://doi.org/https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>
- Berger, A. y Udell, G. (2003). Small business and debt finance”, Handbook of entrepreneurship research. 299-328.
- Buriticá , P. A. y Ocampo, E. L. (2021). *Impacto de la implementación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible. Caso de estudio múltiple en los establecimientos de alojamiento y hospedaje y las agencias de viajes de la ciudad de Manizales*. Universidad de Manizales.: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=3zJieZ8AAAAJ>
- Butler, R. y Hart-Robertson, M. (2022). Gestión turística ¿asignatura pendiente?. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural,,* 20(2), (265–274.). <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.019>
- Castro, C., R., Bourne, T., M., Véliz, R., A., y Ramírez, T., A. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista publicando*, 8(31). <https://doi.org/142-152>.
- Castro, J. J., Leidy , K. G., y Camargo, E. (2023). *La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la*

sociedad del siglo XXI. Tecnura, 27(75).:
<https://doi.org/10.14483/22487638.19171>

- Catagua Solórzano, J. B. ., Montesdeoca Loor, D. A. . y Vera Vera, J. R. . (2025). Emprendimiento en el turismo de Manabí: Oportunidades y Desafíos para la Mipymes. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria De Ciencias Contables, Auditoría Y Tributación: CORPORATUM 360 - ISSN: 2737-6443.*, 8(15), 181–199. <https://doi.org/10.56124/corporatum-360.v8i15.010>
- Chica Andrade, M., Anchundia Delgado, B., & Alcívar Vera, I. (2024). Identidad cultural y expresiones en el desarrollo del turismo en Pedernales, Manabí. *Textos Y Contextos*, 1(28). <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/tyc.v1i28.5825>
- Chinchillas, D. (2019). Diseño en la Naturaleza del proyecto. https://doi.org/http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa16/direccion_naturaleza_proyectos/x9.htm#:~:text=La%20direcci%C3%B3n%20es%20aquel%20elemento,cumpla n%20en%20la%20forma%20adecuadas
- Chura, D. y Flores-Vargas, S. (2023). Impactos económicos del turismo en proveedores de servicios turísticos a nivel mundial: Una revisión sistemática. *Puriq*, 5(e540-e540.). <https://doi.org/https://doi.org/10.37073/puriq.5.540>
- Cuervo, A. (2019). La planificación en el proceso de decisión de la empresa. <https://doi.org/LaPlanificacionEnElProcesoDeDecisionDeLaEmpresa-2494710.pdf>
- Etikan , I., Musa, S. A. y Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.: <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fernandez, C. (2017). Dirección. [https://doi.org/http://files.uladech.edu.pe/docente/32887828/ADMINISTRACION%20GENERAL/Sesion_4/ DIRECCION\(4\).pdf](https://doi.org/http://files.uladech.edu.pe/docente/32887828/ADMINISTRACION%20GENERAL/Sesion_4/ DIRECCION(4).pdf)

- Forbes Digital. (2024). *Los 5 países de la región con mayor tasa de actividad emprendedora*. Forbes Ecuador.: <https://www.forbes.com.ec/rankings/los-5-paises-region-mayor-tasa-actividad-emprendedora-n55118>
- Fuentes Saguar, P. D. y Mainar Causapé, A. J. (2015). Impacto económico y en el empleo de la economía social en España: *Un análisis multisectorial*. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17440036004.pdf>
- García Peña, S. y Pinedo Lopez, P. (2021). Estudio De Caso Del Impacto Economico En Las Empresas Hoteleras A Causa Del Covid-19 En La Ciudad De Iquitos–Periodo 2020-2021. <https://repositorio.ucp.edu.pe/items/c238110e-e4a8-445a-976a-eea897194809>
- Garcia Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *Revista de Cultura e Turismo*, 2, 81-108. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570>
- Gartner, R 1988, Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones, Cívitas. 3ª edición, Madrid.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. (2023). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: Visión prospectiva al 2030, Manabí 2023-2027*. Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí.
- Gould, F., y Eppen, E. (1993). *Investigaciones en operaciones de la ciencia administrativa*, México. Editora Prentice Hall Inc., México. <https://surl.li/ulzzvk>
- Gonzáles, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación cinetífica. Arequipa, Peru.
- Guacho-Tipán, I. y Chuquimarca-Guacho, R. (2024). El Turismo rural en el Ecuador revitaliza las comunidades, protege el patrimonio natural y cultural; Caso: Finca ecoturística el Arbolito, San Miguel de Llandia, Pastaza. *Bastcorp*

- Guananga Quishpe, A., Gamboa-Proañón, M., Franco Delgado, G., y Ibarra Pérez, L. (2025). Factores de éxito en indicadores de gestión para emprendimientos sociales, solidarios y sostenibles. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 150, e104245. <https://doi.org/10.5209/reve.104245>
- Hernandez, S., y Mendoza, C. (2018). *Métodología de investigación cualitativa, cuantitativa y mixta Méico.*. MC. Graw Hill. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>.
- Hernández, M. (2020). La importancia del control en la administración. <https://doi.org/https://www.uic.mx/noticias/la-importancia-del-control-en-la-administracion/>
- Hernández, R. Fernández, C. y Batista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta. Ed.). México: Mc Graw Hill
- Huertas, T. E., Salgado, M., Jadán, L. R., & Jiménez, B. (2020). *Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración.* Universidad y Sociedad, 12(1), 165–177.: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1439>
- Hurtado de Barrera, J. (2024). *Investigación proyectiva: más allá de la investigación tecnológica.* Impacto Científico, 19(1), 13–26.: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11717982>
- INEC. (2022). REEM Visualizador de registro de empresas. <https://doi.org/https://n9.cl/pd082>
- Landeta Bolaños, D. N., y Cadena Cortez, S. J. (2024). Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 5191-5215. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9852
- Jiménez, L. y Jiménez, W. (2013). Turismo: Tendencias Globales y Planificación Estratégica. (1ra ed.). Bogotá: Eco Ediciones

- Larrea, E. (2025). *Panorama del sector turismo en Ecuador al momento de la fusión del Mintur con el Ministerio de Producción*. Revista Turisec, Turismo en el Ecuador.: <https://www.turisec.com/panorama-del-sector-turismo-en-ecuador/>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., y Ordeñana, J. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020. *ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL*. <https://doi.org/https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador-2>
- Ley Orgánica De Emprendimiento E Innovación. (2020). ART. 3- Definiciones. *Asamblea Nacional Republica Del Ecuador*. <https://doi.org/https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- Martínez Rebolar, A., y Campos Francisco, W. (2015). *Correlación entre actividades de interacción social registradas con nuevas tecnologías y el grado de aislamiento social en los adultos mayores*. Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica, 36(3), 201-213. <https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>
- Manalu, S. A., Simatupang, T. M., y Novani, S. (2024). *Tourism entrepreneurship research: A mixed embeddedness approach*. Cogent Business & Management, 11(1), 2418421.: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2418421>
- Massiris, Á. (2000). Planejamento territorial, experiências internacionais e. *Biblioteca Luis Ángel Arango*. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7183625>
- Mena, A. (2013). Projeto de um modelo de gestão sustentável do turismo para o uso do patrimonio natural e cultural da bacia do rio Chimborazo. Escola. <https://doi.org/http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/2764>
- Mestanza, C., Sánchez Capa, M., y Gutiérrez, M. (2019). Capacidad de Carga turística una herramienta para la gestión sostenible en áreas protegidas. *Tierra Infinita,, 5(1), 5-21*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32645/26028131.952>

- Miksza, P., Shaw, J. T., Kapalka, L., Hash, F. M., Hodges, D. A., y Parker, E. C. (2023). *Quantitative descriptive and correlational research*. En *Music education research: An introduction* (pp. 241–262). Oxford University Press.: <https://doi.org/10.1093/oso/9780197639757.003.0012>
- Milán Quisbert, R., y Saavedra Pablo, V. (2024). La igualdad de oportunidades y la transversalización de políticas públicas enfocadas al desarrollo de emprendimientos productivos para personas con discapacidad en el marco del vivir bien. *Juris Studia*, 1(1), 87-95. <https://doi.org/https://doi.org/10.52428/12345678.v1i1.1089>
- Ministerio de Turismo. (2023). El Plan de Trabajo 2024 para el turismo se construye con el aporte de los gremios. *Boletín N°1*. <https://doi.org/https://www.turismo.gob.ec/el-plan-de-trabajo-2024-para-el-turismo-se-construye-con-el-aporte-de-los-gremios/>
- Moreno, M. R., Nohely, C. V., y Figueroa, D. M. (2022). *Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la Asociación de Agricultores 11 de octubre, Parroquia El Anegado*. Dominio de las Ciencias, 8(2), 562–587.: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2663>
- Mujíca, H., Marín, F., Smith, H., y Lovera, M. (2008). Municipio innovador, un modelo para el desarrollo local sostenible. *Multicines*, 8, 130-136. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411691019>
- Namaseembe, O., y Manzanera, R. (2024). Educación y emprendimiento entre las mujeres empresarias en Uganda. Un estudio de caso desde las ciudades de Kampala y Wakiso. *Iberoamerican Journal of Development Studies*, 11(2), 290-311. https://doi.org/DOI: 10.26754/ojs_ried/ijds.688
- Nicólas, C., y Rubio, A. (2014). GESTIÓN DE RECURSOS EN LA EMPRESA SOCIAL.: *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2 (2014)(7 - 25). <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5098413>

- Organización Mundial del Turismo. (2019). UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT. *World Tourism Organization (UNWTO)*. . <https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *SMEs and entrepreneurship*. OECD. <https://www.oecd.org/en/topics/smes-and-entrepreneurship.html>
- Palomo, M. (2018). La integración de los conceptos de gestión en las PYMES . https://doi.org/https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/32_la_integracion.pdf
- Parrales Reyes, J., Merino Murillo, J., Sumba Bustamante,, R., y Nieto Parrales, D. (2024). Desarrollo local sostenible de los sectores económicos social y productivos de la zona sur de Manabí. *RECIAMUC*, 8(1), 478-488. [https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.\(1\).ene.2024.478-488](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.(1).ene.2024.478-488)
- Pérez , L. F., y González, R. (2013). *Propuesta de un modelo de gestión de la reputación on line en las empresas turísticas*. TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo Local Sostenible, 6(15), 1–33.: <https://www.eumed.net/rev/curydes/15/reputacion-online-turismo.html>
- Pinzón L., R. (2024). Emprendimiento rural. Definiciones y tipologías en América Latina desde los Andes colombo-venezolanos. *Revista de ciencias sociales*, 30(1, 188-204. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9370033>
- Proaño Ponce, W. P., Ramírez Pérez, J. F., y Pérez Hernández, I. (2019). *Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador*. Avances, 21(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6789901>
- Prefectura de Manabí Desarrollo y Equidad. (2021- 2030). Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial; 2021-2030. https://doi.org/chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.manabi.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/PDOT_Manabi_2021-2030_Borrador.pdf

- Ramos Rendón L. D., Cruz Zepeda, A. G., y García Serna, E. (2024). Marketing digital para instituciones educativas. Una revisión de literatura: Digital Marketing for Educational Institutions. A literature reviews. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(6), 3045 – 3057. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3224>
- Registro oficial Oficial No. 151 . (2020). *Ley Orgánica de emprendimiento e innovación*. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf.
- Reyes Ruiz, L., y Carmona Alvarado, F. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Universidad Simon Bolivar*.
- Roca Peralta, M. (2023). Impacto ambiental de la actividad turística en el humedal Abras de Mantequilla. (*Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB*, 15. <https://doi.org/http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14570/E-UTB-FCJSE-TURISMO-000028.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodriguez, E. (2022). *Modelo de gestión para el desarrollo de estrategia comercial a microempresas en Salina Cruz, Oaxaca*. Repositorio de la UNACH. <https://doi.org/https://repositorio.unach.mx/jspui/handle/123456789/3799>
- Rojas Avila, F. (2023). La rentabilidad en los emprendimientos en venta directa. caso:Yanbal en Azogues-Ecuador. <https://doi.org/https://dspace.ucacue.edu.ec/items/f595bad7-8794-48d6-aace-e0d3384fcd26>
- Romero-Carazas, R., Mayta-Huiza, D., Ancaya-Martínez, M., Tasayco-Barrios, S., y Berrio-Quispe, M. (2024). Método de investigación científica: Diseño de proyectos y elaboración de protocolos en las Ciencias Sociales. *Editorial Idicap Pacífico*, 1–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.53595/eip.012.2024>
- Salazar-Duque, D. A. (2023). La planificación del marketing en las micros y pequeñas empresas de alimentos y bebidas. *Innova Research Journal*, 8(2), 1-19. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n2.2023.2249>
- Sanchez, M., Fernandez, M., y Diaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el

- investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sarmiento Bocanegra, J y Gómez Trujillo, M. (2025). Análisis de los Elementos de Marketing que Influyen en la Decisión de Compra en Restaurantes de Pollo en el Mall de Comidas Fundadores, Centro Comercial Ubicado en Manizales. Universidad Católica de Pereira. Disponible en: <https://hdl.handle.net/10785/16817>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. SENPLADES. <https://www.buenvivir.gob.ec>
- Yucra Ticona, D. (2024). Influencia de la promoción de marketing en el posicionamiento de las agrupaciones musicales de la ciudad de Juliaca, 2024 [Tesis de grado, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. <https://repositorio.uancv.edu.pe/items/44f3b35c-3b99-4c69-ad3b-725612263bff>
- Tarazona, A., Alonso, J., Saldarriaga, K., & Bergmann, R. (2024). Constatación de lo comunitario en la. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, XXX(1), , 297-312. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9370040>
- Tibanlombo, V. P., y Herrera, J. B. (2024). *La planificación estratégica de emprendimientos turísticos basados en marketing 5.0 del cantón Baños, provincia Tungurahua*. DATEH. Revista Multidisciplinaria de Desarrollo Agropecuario, Tecnológico, Empresarial y Humanista, 6(1).: <https://doi.org/10.61236/dateh.v6i1.839>
- Velásquez, J. (2019). *Gestion De Empresas TuristicaS. Fundamentos y organización*. Hecho El Depósito Legal En La Biblioteca Nacional Del Peru N° 2019-18962. <https://surl.li/ekhrcd>
- Villarán, K. (2009). *PLAN DE NEGOCIO: HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA VIABILIDAD DE UN NEGOCIO*. Eduardo Lastra, Alejandro Arce:USAID/PERU/. https://doi.org/https://www.crecemype.pe/1_crecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf

- Wang, X., y Cheng, Z. (2020). *Cross-sectional studies: Strengths, weaknesses, and recommendations*. Chest, 158(1S), S65–S71.:
<https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>
- Watson, F., Wilson, J., Thilmany, D. D., & Invierno , S. (2007). *Determining economic contributions and impacts: What is the difference and why do we care?*. Journal of Regional Analysis & Policy, 37(2), 140–146.:
- Zamora Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 15.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Título: Modelo de gestión en emprendimientos de actividades turísticas, impacto en desarrollo económico sostenible, zona norte, Manabí Ecuador, 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general ¿En qué medida un modelo de gestión de emprendimientos turísticos permite el impacto económico en la zona norte de Manabí, Ecuador? Problemas específicos ¿Cuál es el impacto de la planeación en emprendimientos de actividades turísticas, en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023? ¿Cuál es el impacto de la Organización en emprendimientos de actividades turísticas, en	Objetivo general Diseñar un modelo de gestión de emprendimientos turísticos, para promover impacto económico de la zona norte de Manabí, Ecuador 2023. Objetivos específicos 1. Analizar el impacto del ordenamiento legal turísticos en la economía de la zona norte de Manabí 2. Describir el impacto de los planes y modelos de negocios en la economía de la zona norte de Manabí 3. Establecer el impacto gestión operativa de negocios turísticos en la	Hipótesis general Un diseño de modelo gestión en emprendimientos turísticos permite promover el impacto económico la zona norte de Manabí, Ecuador, en el año 2023. Hipótesis específicas El impacto de la planeación en emprendimientos de actividades turísticas es directa y significativa en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023. El impacto de la Organización en	Variable 1: Modelo de Gestión en emprendimiento actividades turísticas. Variable 2: Impacto Económico	Tipo y diseño de investigación: Explicativo Enfoque cuantitativo, cualitativo Descriptivo- Correlacional Población. 8307 emprendimientos de la provincia de Manabí (INEC, 2022) Muestra: 400 emprendimientos Muestreo: probabilístico, MAS, distribución proporcional, a las

el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023? ¿Cuál es el impacto de la Dirección en emprendimientos de actividades turísticas, en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023? ¿Cuál es el impacto del Control en emprendimientos de actividades turísticas, en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023?	economía de la zona norte de Manabí 4. Explicar el impacto promoción de productos y/o servicios en la economía de la zona norte de Manabí 5. Proponer un modelo de gestión de emprendimientos turísticos en la economía de la zona norte de Manabí, Ecuador Establecer el impacto del Control en emprendimientos de actividades turísticas, en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023.	emprendimientos de actividades turísticas es directa y significativa en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023 El impacto de la Dirección en emprendimientos de actividades turísticas es directa y significativa en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023 El impacto del control en emprendimientos de actividades turísticas es directa y significativa en el desarrollo económico sostenible en la zona norte, Manabí Ecuador, 2023		viviendas representadas por el jefe de familia Métodos: Deductivo Inductivo Estadístico Hipotético Técnicas de recolección Encuesta Análisis documental Observación Entrevista Instrumentos Cuestionario Fichas bibliográficas Guías de observación Guía de entrevistas
---	---	--	--	--

Anexo 2 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica y escala de medición
Modelo de Gestión en emprendimiento actividades turísticas.	Un modelo de gestión es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad, región u organización. Mismo que contempla la manera óptima de organización y coordinación de los factores estructurales humanos, de ejecución, ambientales, financieros y tecnológicas, con la finalidad de alcanzar objetivos estratégicos y de sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo (Contreras, 2003).	Lacalle, (2016) define es una representación estructurada, sistemática de un evento de carácter general de unas corporaciones, que requiere de procesos de administración de recursos materiales, financieros y humanos para alcanzar los objetivos. García Y. y García E., (2021) sostienen, los emprendimientos turísticos se inician de la necesidad de una población o región de satisfacer al turistas nacionales o extranjeros; refiriéndose a personas naturales o jurídicas que desarrollan numerosas actividades empresariales, con relación a las actividades turísticas.	Ordenamiento legal turístico	Normatividad Incentivos Políticas de GAD Tecnología Planes de negocio Financiación	1,2,3 y 4	Encuestas Escala de Likert:
			Planes y modelos de negocios	Capacitación Gestión operativa	5,6,7 y 8	
			Gestión operativa de negocios turísticos	Procedimientos contables Gestión tributaria Colaboradores Transformación digital- redes sociales		
			Promoción de productos y/o servicios	Calidad Estrategias de promoción de difusión. La Innovación	9, 10, 11, 12 y 13 14, 15, 16 y 17	

Impacto económico	El impacto económico puede determinarse estimando el coste total, suma de llevar a cabo el proyecto de mejora, el coste de los fallos y identificación de sistema de medición. (Vilar J.1997)	Permite a las organizaciones tomar medidas correctivas, que permiten tomar decisiones a las organizaciones García y Pinedo	Generación de empleo	1,2,3	¿Usted considera que los emprendimientos en la actualidad tienen impacto positivo en su desarrollo?	Ficha de observación Encuestas Escala de Likert: Indeciso
		(2021) es el nivel, que afecta a una medida, de una acción genera movimientos económicos. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo, por consiguiente, los estudios demuestran que sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios.	Rentabilidad	4,5,6,7		
			Infraestructura			
			Educación	8, 9, 10, 11, 12	¿Usted considera que los emprendimientos aplican estrategias de competencias en el mercado?	
			Ambiental			
			Social	13, 14, 15, y 16	¿Usted considera que los emprendimientos tienen progreso acelerado?	

Anexo 3 Ficha de Observación

Emprendimientos turísticos, Ecuador 2023

Aspectos que observar	Registro
1.Observación y estudio previo del emprendimiento turístico en la zona norte de Manabí: ✓ Ofertas turísticas ✓ Demandas basadas en la información que desean los turistas. ✓ Indicadores que manifiestan la rentabilidad de su negocio	
2.Normativas Vigente ✓ Se pueden identificar leyes específicas relacionadas con el buen funcionamiento de su emprendimiento. ✓ ¿Hay evidencia de la implementación y aplicación de estas normativas en los emprendimientos?	
3.Planificación cooperativa: ✓ ¿Desarrollan planificación para alcanzar sus objetivos? ✓ ¿Trabaja usted en conjunto con los gobiernos locales, empresa privada y académica para el fomento de la innovación?)	
4.Consideraciones recomendaciones del producto turísticos ✓ Conservación y protección del medio ambiente ✓ Respeta la cultura, tradiciones de la zona ✓ Mejora los conocimientos a nivel interno de su emprendimiento.	

Anexo 4 Ficha Bibliográfica

Para libros	Valdiviezo Jorge <i>El Redentor</i> (cursiva o subrayado) Editora Latinoamericana SA. México 1998 Primera 99 ISBN:0-8769-26413
Para artículos de revista	Córdova-Parrales “La responsabilidad comunitaria para el cuidado ecológico”. <i>Magazine</i> 5 1 89-140 abril-2024

Anexo 5 Cuestionario de modelo de gestión de empresas turísticas

I. Presentación:

Buenos días,

Señor gerente/propietario:

El propósito principal de este cuestionario es recopilar información que respalde la investigación relacionada con el **“Modelo de gestión en emprendimientos turísticos y su impacto económico: Caso zona norte de Manabí, Ecuador 2023”**. Por lo tanto, este cuestionario se considera estrictamente confidencial, y los datos proporcionados se utilizarán exclusivamente para los fines de esta investigación. Le agradecemos sinceramente que comparta su opinión de manera veraz en los siguientes ítems, basada en su experiencia como emprendedor de actividades turísticas.

II. Instrucciones

Se le presentarán preguntas sobre el modelo a gestión de emprendimiento de actividades turísticas. Responda con un aspa (X) en la casilla que refleje su opinión según cada enunciado.

Responda a todas las preguntas:

Totalmente en desacuerdo **(TD)** = 1 En Desacuerdo **(ED)** = 2 Indeciso **(I)** = 3

De acuerdo **(DA)** = 4

Totalmente de acuerdo **(TA)** = 5

III. Test de Escala: Modelo de gestión de emprendimiento turístico

N°	Ítems	TD	ED	I	DA	TA
	Ordenamiento legal turístico					
1	Las normativas y leyes han favorecido a los emprendimientos turísticos del sector, para mejorar sus procesos organizativos.					
2	Los incentivos y beneficios locales y nacionales dispuestos por el GAD- Gobierno Nacional han promovido a los emprendimientos turísticos.					
3	Las políticas públicas emitidas por el Gobiernos Autónomo-Descentralizados, y el gobierno nacional están contribuyendo al fortalecimiento y consolidación de los emprendimientos existentes.					
4	Existe un ordenamiento territorial físico, con una estructura definida para fomentar el desarrollo de emprendimientos turísticos.					

	Planes y modelos de negocios					
5	Los negocios constituidos y/o emprendimientos se basan en planes de negocios					
6	Los planes y modelos de negocio han permitido poner en marcha y generar estabilidad en el negocio.					
7	Existe productos financieros crediticios de instituciones financieras para fomentar los emprendimientos turísticos.					
8	Es efectiva la capacitación de plan de negocio por parte del estado o instituciones afines, para asegurar el éxito en los negocios.					
	Gestión operativa de negocios turísticos					
9	El control de inventarios de los negocios turístico se maneja con niveles optimo.					
10	La aplicación de técnicas y procedimientos contables encaminan la toma decisiones efectiva en los emprendimientos turístico,					
11	Posee conocimientos en cuanto a la gestión tributaria para la continuidad de su negocio.					
12	El gerente propietario conoce la cadena de suministros que ofertan en cuanto al producto y/o servicio.					
13	La gestión de costo permite tomar decisiones en la política de precio del emprendimiento turísticos.					
	Promoción de productos y/o servicios					
14	La transformación digital y redes sociales han contribuido para la promoción y difusión de los productos y/ o servicios de los emprendimientos locales.					
15	La calidad del producto o servicios a través de su difusión y promoción asegura la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos.					
16	Se emplean estrategias de promoción y difusión para posicionar los productos y/o servicios y la imagen corporativa de los emprendimientos turísticos.					
17	La innovación en sus productos y servicios fomentan la eficiencia operativa					

Anexo 6 Cuestionario de impacto económico

I. Presentación:

Buenos días,

Ciudadano de Manabí:

El propósito principal de este cuestionario es recopilar información que respalde la investigación relacionada con el “**Modelo de gestión en emprendimientos turísticos y su impacto económico: Caso zona norte de Manabí, Ecuador 2023**”. Por lo tanto, este cuestionario se considera estrictamente confidencial, y los datos proporcionados se utilizarán exclusivamente para los fines de esta investigación. Le agradecemos sinceramente que comparta su opinión de manera veraz en los siguientes ítems, basada en su experiencia como emprendedor de actividades turísticas.

II. Instrucciones

Se le presentarán preguntas sobre el impacto económico de los emprendimientos emprendimiento de actividades turísticas. Responda con un aspa en la casilla que refleje su opinión según cada enunciado. Responda a todas las preguntas.

Totalmente en desacuerdo (TD): 1

En Desacuerdo (ED) 2

Indeciso (I) 3

De acuerdo (DA): 4

Totalmente de acuerdo (TA): 5

III. Test de Escala: Impacto económico

Nº	Ítems	TD	ED	I	DA	TA
	Generación de empleo					
1	Los emprendimientos turísticos han contribuido al sostenibilidad y creación de nuevos empleos, para el desarrollo del sector					
2	Las capacitaciones y los incentivos fiscales han permitido contribuir con la generación de nuevas oportunidades de empleo de forma sostenible.					
3	Los emprendimientos turísticos han contribuido a la crean expectativas de empleo en la provincia de Manabí.					
	Rentabilidad					
4	La rentabilidad del negocio permite incrementar el patrimonio de los emprendimientos turísticos.					

5	Los emprendedores turísticos transparentan sus costos para determinar su nivel rentabilidad.					
6	La rentabilidad en su negocio ha cubierto sus expectativas como inversión, como fuente de empleo.					
7	Se evalúa la rentabilidad del negocio de forma periódica.					
	Infraestructura					
8	Los emprendimientos turísticos cuentan con infraestructuras sólidas, para garantizar los procesos productivos.					
9	La infraestructura, cuentan con espacios, rotulaciones para cumplir con las medidas de seguridad de acuerdo con las normativas vigentes.					
	Educación					
10	La formación continua en negocio turísticos ha favorecido rendimiento económico de los emprendimientos turísticos.					
11	La educación ha facilitado la implementación de nuevas tecnologías o procesos más eficientes en la gestión del negocio turístico.					
	Ambiental					
12	La práctica de sostenibilidad (reciclaje, ahorro de energía y agua, uso de energías renovables, y otros.) han fomentado el desarrollo operativo de los emprendimientos turísticos					
13	Las actividades de educación ambiental y sensibilización a los turistas han permitido el cuidado del entorno natural en los emprendimientos turísticos.					
	Social					
14	Las tradiciones, costumbres y expresiones culturales locales, se han arraigado y mejorado en el emprendimiento turístico.					
15	Se involucra en temas de responsabilidad social con la comunidad de los emprendimientos turísticos.					
16	Los emprendimientos turísticos, promueven el desarrollo local y social en la jurisdicción territorial.					

Anexo 7 Mapa de Ubicación de la Zona Norte de Manabí, Ecuador



Anexo 8 Coeficientes de correlación de rho Espearman

Tabla 2. Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. (Martinez y Campos 2015)

Anexo 9 Tabla de rango de alfa de Cronbach

Niveles	Criterios
De 91 a 100	Excelente confiabilidad
71 a 90	Muy buena confiabilidad
51 a 70	Buena confiabilidad
31 a 50	Regular confiabilidad
0 a 30	Deficiente confiabilidad

Nota. Niveles y criterios de rango de Alfa de Cronbach por Arévalo y Padilla, 2016.
https://doi.org/https://revistapolitecnica.epn.edu.ec/ojs2/index.php/revista_politecnica2/article/view/469

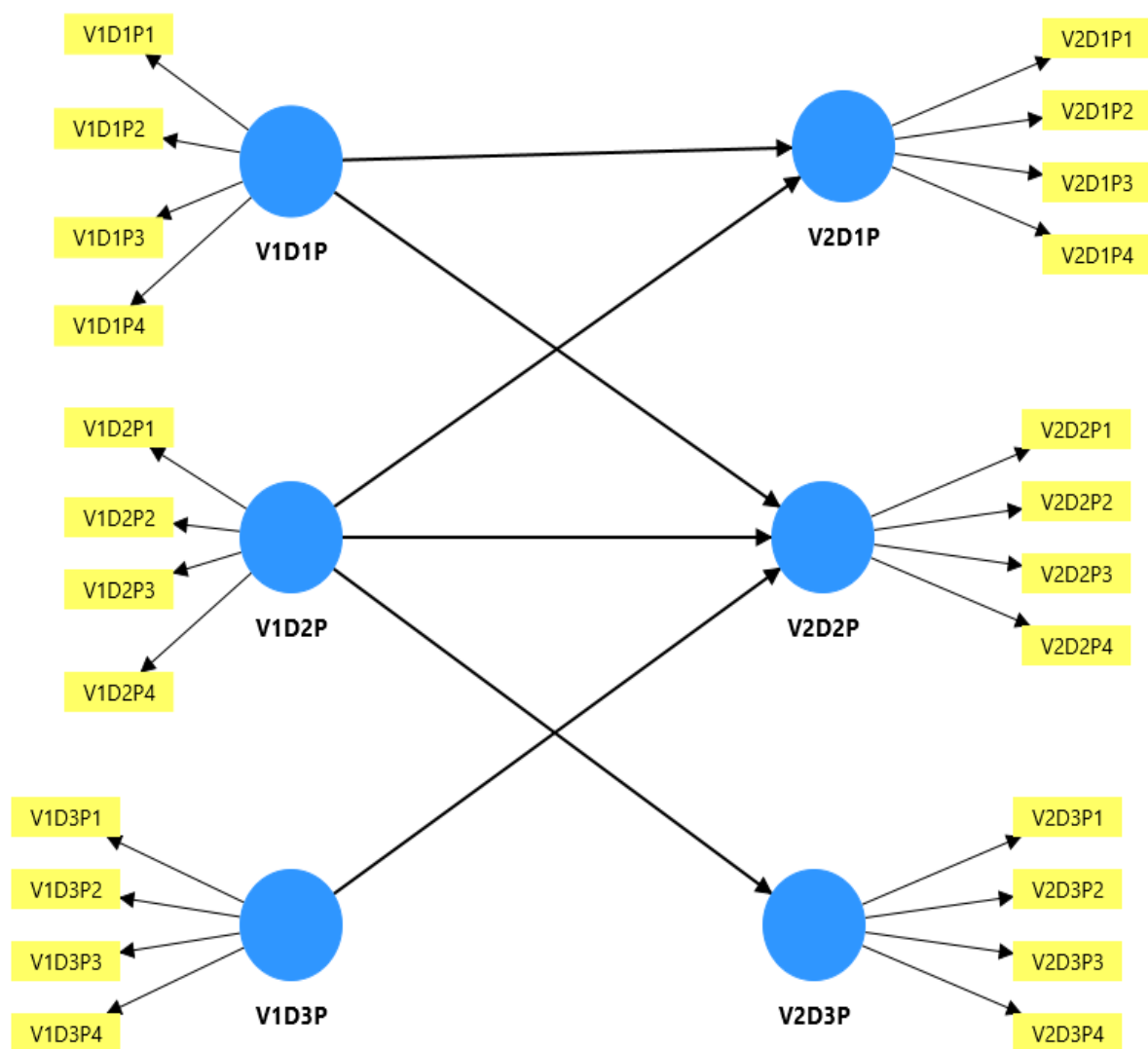
Anexo 10 Validez convergente del instrumento

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
V1D1P	0.944	0.944	0.959	0.856
V1D2P	0.786	0.868	0.855	0.604
V1D3P	0.868	0.870	0.910	0.716
V2D1P	0.859	0.879	0.903	0.701
V2D2P	0.888	0.890	0.923	0.750
V2D3P	0.855	0.861	0.902	0.698

Anexo 11 Validez Discriminante del Instrumento

	V1D1P	V1D2P	V1D3P	V2D1P	V2D2P	V2D3P
V1D1P						
V1D2P	0.198					
V1D3P	0.682	0.157				
V2D1P	0.175	0.307	0.100			
V2D2P	0.639	0.072	0.875	0.143		
V2D3P	0.194	0.556	0.075	0.562	0.113	

Anexo 12 Validación del instrumento por Smart- PLS



Anexo 13 Primera fase de Propuesta Modelo de Gestión de emprendimiento

Entrada Entorno y Marco Regulatorio

Para el análisis de los objetivos del fomento al emprendimiento turístico nacional y territorial zona norte de Manabí.

Leyes para emprendimientos turísticos a nivel nacional (Ecuador)

Código Orgánico de Organización Territorial Autónomo y Descentralizado (COOTAD), esta ley guía las operaciones de los gobiernos locales, regula los gobiernos descentralizados, municipios, prefecturas y juntas parroquiales rurales, este define las competencias de cada nivel de gobierno, sobre su autonomía administrativa y financiera, planificación de territorio y la gestión de servicios de obras públicas, con esta norma cada territorio toma decisiones sobre su desarrollo local.

La COOTAD Art. 135.-Los gobiernos autónomos descentralizados deben impulsar estrategias participativas para fortalecer la producción, cadenas productivas y servicios técnicos y financieros con equidad. Además, promover investigación, transferencia tecnológica, preservación de saberes ancestrales, infraestructura, emprendimientos comunitarios y desarrollo local.

Artículo 5 de la Ley de Turismo. Entre ellas se incluyen el alojamiento, la prestación de servicios de alimentos y bebidas, la transportación dedicada principalmente al turismo ya sea aérea, marítima, fluvial, terrestre o mediante alquiler de vehículos, así como la operación turística y el agenciamiento de viajes. También forman parte la intermediación, las agencias de servicios turísticos, la organización de eventos, congresos y convenciones, además de casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones estables.

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Áreas Protegidas, el presidente puede disminuir el IVA del 15% al 8% en servicios turísticos durante feriados o fines de semana, hasta por 12 días al año. La medida abarca alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, agencias de viajes y organización de eventos.

También se incluyen casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones. Con ello se busca incentivar el turismo, dinamizar la economía y fortalecer la competitividad del sector.

Leyes para emprendimientos turísticos a nivel Territorial (Manabí)

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2023–2027, sostiene que, los bionegocios son emprendimientos de la bioeconomía que utilizan recursos renovables para generar competitividad e ingresos sostenibles. En Manabí, el gobierno provincial impulsa cultivos sostenibles y proyectos de bioemprendimiento que fortalecen la producción local y acceso a mercados internacionales.

La Ley de Fortalecimiento Turístico (2024) impulsa la competitividad mediante el alivio financiero y tributario para negocios afectados, estableciendo además el Fondo de Desarrollo Turístico para potenciar la promoción internacional y el empleo en el sector.

Asimismo, se propone aplicar la matriz de congruencia entre en objetivos del fomento al emprendimiento turístico nacional y territorial zona norte de Manabí. Esta demostrará el análisis de congruencia entre el territorio en donde se aplicó la investigación con relación al país.

Componentes para su diseño:

1. Identificación de los objetivos del fomento al emprendimiento turístico nacional y los de territorio de zona norte de Manabí que se investiga.
2. Construcción de la Matriz de congruencia entre los objetivos de fomento al emprendimiento turístico del país y los objetivos del territorio zona norte de Manabí.

Tabla 1. Matriz de congruencia entre objetivos de fomento al emprendimiento turístico del país y objetivo del territorio.

Objetivos del Destino (Manabí) Objetivos Nacionales (Ecuador)	OP1 (Financiamiento)	OP2 (Profesionalización)	OP3 (Turismo Comunitario)	OP4 (Incentivos Fiscales)	Total ($\sum C_{il}$)
OT1 (Alojamiento)	C11	C21	C31	C41	$\sum C_{i1}$
OT2 (Artes y Recreación)	C12	C22	C32	C42	$\sum C_{i2}$
OT3 (Hogares Empleadores)	C13	C23	C33	C43	$\sum C_{i3}$
OT4 (Servicios Generales)	C14	C24	C34	C44	$\sum C_{i4}$
Total ($\sum C_{kj}$)	$\sum C_{1j}$	$\sum C_{2j}$	$\sum C_{3j}$	$\sum C_{4j}$	$\sum \sum C_{ij}$

3. Criterios de Evaluación y Regla de Decisión

Para el llenado de la matriz, se aplicará la siguiente escala de valoración:

C_{ij} 0: Si el objetivo del país i no es congruente con el objetivo j del territorio.

$C_{ij} = 1$, Si el objetivo del país i es congruente de forma débil con el objetivo j del Territorio.

$C_{ij} = 2$, Si el objetivo del país i es congruente de forma media con el objetivo j del territorio.

$C_{ij} = 3$, Si el objetivo del país i no es congruente de forma fuerte con el objetivo j del territorio.

Donde:

C_{ij} – Valor para el nivel de congruencia.

O_{Pi} – Objetivos del emprendimiento turístico del país.

O_{Tj} - Objetivos del territorio.

n - Número de objetivos del emprendimiento turístico en el país

m - Número de objetivos del territorio.

Para validar la efectividad de la política de fomento en Manabí, se utiliza el valor de corte basado en $n=4$ (objetivos país) y $m=4$ (objetivos territorio):

1. Valor Máximo: $4 \times 4 \times 3 = 48$.
2. Umbral de Congruencia: $4 \times 4 \times 3 / 2 = 24$.
3. Los objetivos son congruentes si: $\sum \sum C_{ij} > 24$.
4. Los objetivos NO son congruentes si: $\sum \sum C_{ij} \geq 24$.

En este caso, el modelo de gestión debe proponer la reformulación de las estrategias locales para alinearse a la normativa nacional y el COOTAD

Etapas I: Diagnostico y mercado

El diagnóstico y análisis de mercado constituyen la fase inicial y estratégica que se realiza a través de encuestas, clientes, propietarios, en su análisis de resultados comparativos de sus resultados para un modelo de gestión de emprendimientos turísticos, al permitir la identificación de las condiciones territoriales, socioeconómicas y productivas que influyen en el desarrollo del turismo en la zona norte de Manabí. Esta etapa se orienta a caracterizar la oferta existente, evaluar la demanda potencial y analizar las dinámicas del mercado turístico, considerando las percepciones de los actores locales y de los consumidores, así como las tendencias del entorno competitivo. Un diagnóstico integral, se reconocen las oportunidades y limitaciones del territorio, facilitando la toma de decisiones fundamentadas para el diseño de emprendimientos turísticos sostenibles que respondan a las necesidades del mercado y contribuyan a la dinamización económica local. De este modo, el análisis de diagnóstico y mercado se configura como un elemento fundamental para alinear la planificación estratégica del emprendimiento con los objetivos de desarrollo económico sostenible del territorio.

Anexo 14 Segunda fase de Propuesta de modelo de gestión de emprendimiento

Etapla II.- Acciones para el cambio de la gestión Turística

Los modelos de gestión de emprendimientos turísticos se estructuran en torno a diversos tipos de actividades que integran alojamiento, servicios gastronómicos, transporte especializado, operación de viajes, organización de eventos y espacios de entretenimiento, los cuales constituyen la base para dinamizar la oferta turística y fortalecer la sostenibilidad del sector.

El análisis comparativo de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales evidencia que Sucre concentra la mayor cantidad de atractivos turísticos y servicios de alojamiento, mientras que Pedernales destaca en infraestructura hotelera y número de camas disponibles. Jama y San Vicente presentan menor oferta, pero mantienen participación en agencias de viajes y servicios gastronómicos. En cuanto al empleo, se observa una distribución desigual entre hombres y mujeres, con predominio masculino en la mayoría de las localidades. Estos resultados reflejan diferencias significativas en el desarrollo turístico y en la capacidad de atención a visitantes en cada territorio (Tabla 3).

Tabla 1. Tipos de actividades: Alojamiento, servicios gastronómicos y artes, entrenamiento y recreación.

Parámetros	Sucre	%	San Vicente	%	Jama	%	Pedernales	%	Totales
Total, de atractivos	30	25	21	17	38	31	32	26	121
Atractivos de naturaleza	17	27	11	17	19	30	17	27	64
Atractivos culturales	13	23	10	18	19	33	15	26	57
Total, entretenimiento	1	13	0	0	3	38	4	50	8
Total, agencias de viajes	N/D	0	N/D	0	N/D	0	N/D	0	–
Total, hoteles	12	11	14	13	21	19	63	57	110
Total, de camas (aprox.)	355	10	327	9	186	5	2798	76	3666
Total, AA & BB (alojamientos)	35	24	12	8	37	26	60	42	144
Total, plazas AA & BB	1204	33	304	8	128	4	1967	55	3603

Parámetros	Sucre	%	San Vicente	%	Jama	%	Pedernales	%	Totales
Servicios gastronómicos (restaurantes, bares, cafeterías)	85	28	46	15	52	17	120	40	303
Artes, entretenimiento y recreación	18	28	9	14	12	19	25	39	64
Otros subsectores turísticos	N/D	0	N/D		N/D	0	N/D	0	–
Hombres empleados (turismo)	156	44	45	13	19	5	132	38	352
Mujeres empleadas (turismo)	128	30	66	16	21	5	210	49	425

Fuente: Elaboración propia

La Matriz de Indicadores de Competitividad Turística constituye una herramienta clave para evaluar la atractividad del mercado y la posición competitiva de los cantones, considerando factores como flujo turístico, inversión pública, infraestructura y calidad de servicios. Su utilidad radica en identificar fortalezas y debilidades de cada territorio, permitiendo orientar estrategias de desarrollo. Es importante porque facilita la priorización de inversiones y el diseño de políticas que fortalezcan la competitividad regional. En síntesis, esta matriz ofrece una base científica para planificar de manera sostenible los emprendimientos turísticos.

La metodología para la interpretación de indicadores en emprendimientos turísticos a nivel cantonal en la zona norte de Manabí se basa en un enfoque cuantitativo comparativo, que integra las dimensiones de atractividad del mercado y posición competitiva. En primer lugar, se ponderan los indicadores según su peso relativo y se calculan sus valores ponderados, lo que permite identificar el desempeño de cada cantón en sectores clave como hotelería, gastronomía, arte y recreación, y atractivos y recursos. Posteriormente, se realiza un análisis comparativo de los resultados totales, estableciendo niveles de desempeño (alto, medio, bajo) que faciliten la interpretación territorial y sectorial.

En una segunda fase, se incorpora el análisis de evolución de los indicadores, lo que permite identificar tendencias de crecimiento, estancamiento o retroceso en cada dimensión evaluada. Este proceso se complementa con la triangulación de resultados entre atractividad y competitividad, generando una lectura integral que

orienta la toma de decisiones estratégicas para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos, priorizando aquellos sectores con mayor potencial de desarrollo y brechas identificadas en el contexto cantonal.

Tabla 2. Matriz de indicadores de competitividad turística

Atractividad del Mercado	Canton (Hoteleria)			Cantón (Gastronomía)		Cantón (Arte y recreación)		Cantón (Atractivo y recursos)	
	Peso	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evolución
Crecimiento del flujo turístico	0,2	2,5	0,5	3,0	0,6	2,0	0,4	4,0	0,8
Diversidad y diversificación	0,3	3,0	0,8	3,0	0,8	2,0	0,5	3,0	0,8
Inversión pública en turismo	0,2	2,2	0,3	2,5	0,4	2,5	0,4	2,5	0,4
Demanda potencial	0,1	4,5	0,5	4,5	0,5	3,5	0,4	4,5	0,5
Infraestructura regional	0,2	3,7	0,7	3,5	0,7	2,5	0,5	2,5	0,5
Seguridad	0,1	1,6	2,8	1,6	0,2	1,6	0,2	1,0	0,1
Totales	1		5,5		3,0		2,3		3,0

Posición Competitiva	Cantón (Hoteleria)			Cantón (Gastronomía)		Cantón (Arte y recreación)		Cantón (Atractivo y recursos)	
	Peso	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evolución	Calif. Pond.	Evaluación
Infraestructura turística	0,2	3,5	0,5	3,5	0,5	3,5	0,5	2,5	0,4
Capacidades instaladas	0,1	3,5	0,4	3,5	0,4	2,5	0,3	2,5	0,3
Servicios gastronómicos	0,4	4,5	1,8	4,5	1,8	2,5	1,0	3,5	1,4
Diversificación de oferta	0,1	3,0	0,2	3,0	0,2	4,5	0,4	3,5	0,3
Calidad del servicio	0,1	3,0	0,2	3,0	0,2	3,5	0,2	3,8	0,3
Empleo turístico	0,1	2,5	0,2	2,5	0,2	4,0	0,4	3,5	0,3
Imagen y posicionamiento	0,1	4,0	0,4	4,0	0,4	3,0	0,3	2,8	0,3
Totales	1		3,78		3,8		3,1		3,2

La Matriz McKinsey-GE es una herramienta estratégica que permite evaluar negocios o proyectos según la atractividad del mercado y la posición competitiva. Su importancia radica en orientar decisiones de inversión, crecimiento o desinversión, dependiendo de la ubicación en la matriz. Al clasificar las unidades en categorías como “invertir para crecer” o “maximizar flujo de efectivo”, facilita priorizar recursos de manera eficiente. En síntesis, sirve para definir estrategias empresariales basadas en evidencia y optimizar la gestión de portafolios.

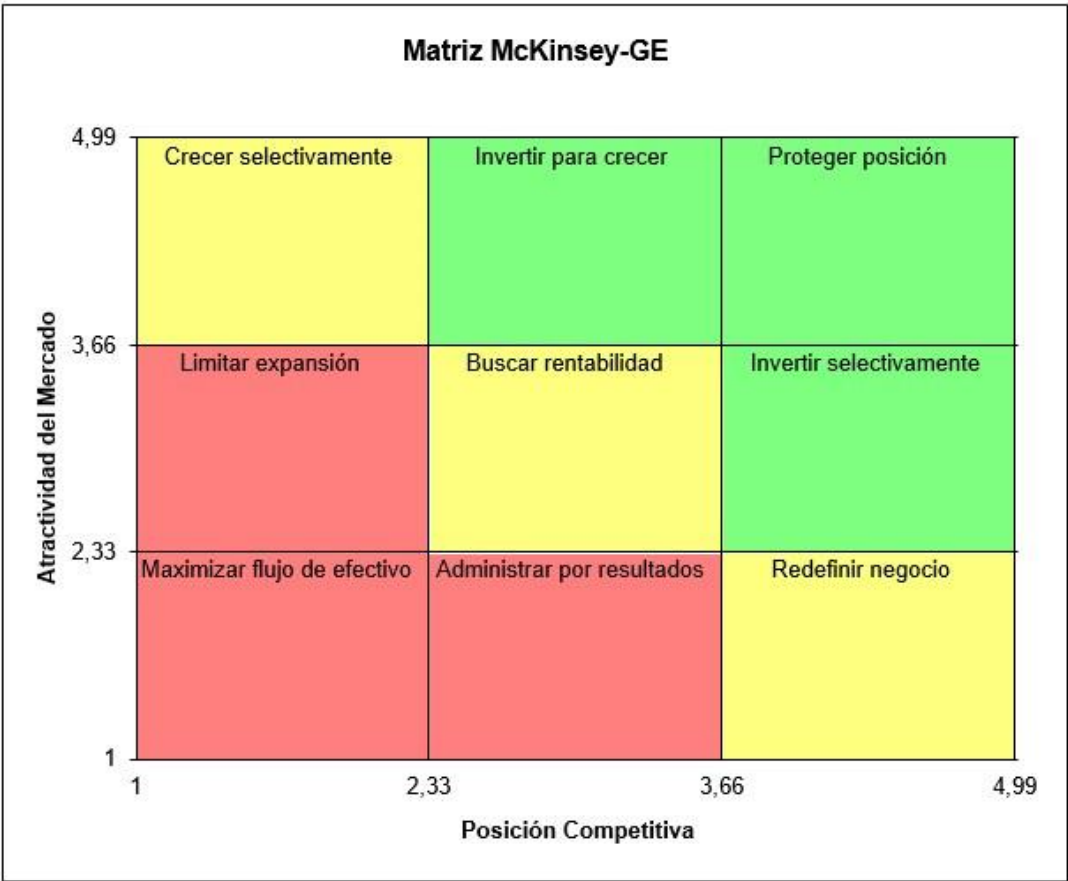
La matriz McKinsey, se identificaron áreas de mejora que permiten aprovechar oportunidades de expansión y optimizar la toma de decisiones estratégicas para fortalecer el sector (Jiménez et al.,2025).

La metodología para la aplicación de la Matriz McKinsey-GE en emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí, Ecuador, se estructura en un enfoque analítico multicriterio que permite evaluar simultáneamente la atractividad del mercado y la posición competitiva de los cantones o segmentos turísticos. En una primera fase, se identifican y seleccionan indicadores clave para cada dimensión: en la atractividad del mercado se incluyen variables como crecimiento del flujo turístico, demanda potencial, infraestructura regional, seguridad e inversión pública; mientras que en la posición competitiva se consideran aspectos como infraestructura turística, calidad del servicio, diversificación de la oferta, capacidades instaladas e imagen del destino. A cada indicador se le asigna un peso relativo según su importancia estratégica (la suma de los pesos debe ser igual a 1), y posteriormente se otorgan calificaciones en una escala homogénea (por ejemplo, de 1 a 5). El resultado ponderado se obtiene multiplicando cada calificación por su peso, y la suma de estos valores determina el puntaje total por dimensión.

En una segunda fase, los puntajes obtenidos se ubican en la Matriz McKinsey-GE, la cual se divide en tres niveles para cada eje: bajo (1–2,33), medio (2,34–3,66) y alto (3,67–5). Esta clasificación permite posicionar cada sector turístico (hotelería, gastronomía, arte y recreación, atractivos y recursos) dentro de una de las nueve celdas estratégicas. A partir de esta ubicación, se definen lineamientos de acción: invertir para crecer en zonas de alta atractividad y competitividad; invertir selectivamente o buscar rentabilidad en posiciones intermedias; y limitar la expansión o redefinir el negocio en contextos de baja puntuación. Finalmente, se

complementa el análisis con la evaluación de la evolución de los indicadores, lo que permite incorporar una perspectiva dinámica para la toma de decisiones y priorización de estrategias de desarrollo turístico sostenible a nivel cantonal.

Figura 1 Matriz MACKinsey-GE



Las entrevistas a propietarios y las encuestas a consumidores en la zona norte de Manabí evidencian que los modelos de gestión de emprendimientos turísticos requieren integrar la visión empresarial con las expectativas de los visitantes. Los propietarios destacan la necesidad de fortalecer infraestructura y servicios diferenciados, mientras que los consumidores valoran la calidad, sostenibilidad y autenticidad de la oferta. Esta interacción permite identificar oportunidades de mejora y consolidar estrategias de competitividad. En conjunto, los resultados aportan insumos científicos para diseñar un modelo de gestión adaptado al contexto local.

La metodología para la aplicación del Perfil Competitivo en emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí (cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre) se fundamenta en un enfoque cuantitativo de evaluación multicriterio que permite comparar el desempeño relativo entre territorios. En una primera fase, se identifican los factores críticos de éxito del sector turístico, tales como innovación, factores económico-financieros, tecnología y TIC, infraestructura, servicios, precios, marketing, gobernanza, capital humano, benchmarking y atractivos turísticos. A cada factor se le asigna un peso relativo en función de su importancia estratégica (con suma total igual a 1), y posteriormente se otorgan calificaciones estandarizadas en una escala de 1 a 5 para cada cantón. Estas calificaciones se multiplican por su peso correspondiente, obteniendo así los valores ponderados que reflejan el nivel de desempeño en cada variable.

En una segunda fase, se realiza la agregación de los puntajes ponderados para cada cantón, lo que permite construir un índice global de competitividad turística. Los resultados se interpretan mediante rangos comparativos (bajo, medio y alto desempeño), facilitando la identificación de fortalezas y debilidades relativas entre los territorios analizados. Finalmente, el perfil competitivo se utiliza como herramienta para la formulación de estrategias diferenciadas de desarrollo turístico, priorizando intervenciones en factores críticos con menor puntuación y potenciando aquellos con mayor desempeño, con el objetivo de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos a nivel cantonal.

Tabla 1 Matriz de perfil de competitividad

Factores Críticos para el éxito	Peso	Pedernales		Jama		San Vicente		Sucre	
		Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución
Innovación	0,2	3,5	0,6	1,2	0,2	4,2	0,7	4,5	0,8
Factores económicos financieros	0,2	2,3	0,5	1,4	0,3	3,7	0,7	3,2	0,6
Tecnología y TICs	0,1	2,1	0,2	1,4	0,1	3,1	0,3	3,8	0,4
Infraestructura, cultura y accesibilidad	0,1	1,7	0,2	2,6	0,3	2,8	0,3	4,2	0,4
Servicios atención	0,0	2,3	0,1	2,1	0,1	3,7	0,1	4,0	0,2
Precio correlación	0,1	4,5	0,3	4,3	0,3	4,4	0,3	4,0	0,3

Factores Críticos para el éxito	Peso	Pedernales		Jama		San Vicente		Sucre	
		Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución	Cal. Pond.	Evolución
Marketing y posicionamiento	0,1	2,4	0,1	2,4	0,1	4,8	0,2	4,6	0,2
gestión y gobernanza	0,1	2,1	0,2	1,8	0,1	4,1	0,3	4,7	0,4
turística									
Capital humano y Profesionalización	0,1	1,7	0,1	1,5	0,1	4,2	0,2	4,9	0,2
Benchmarking	0,1	1,5	0,1	1,3	0,1	4,2	0,3	4,5	0,3
estratégico									
Atractivo y recursos turísticos	0,1	3,6	0,3	3,8	0,3	4,5	0,4	4,7	0,4
Totales	1,0		2,6		2,0		3,9		4,1

Anexo 15 Tercera fase de propuesta de modelo de gestión de emprendimientos

ETAPA III: Operatividad y Competitividad

Para continuar con el desarrollo metodológico del modelo se propone elaborar las siguientes fases:

Fase 1. Estudio Económico financiero

El estudio económico-financiero constituye una fase fundamental del modelo, permitiendo evaluar la viabilidad de los emprendimientos turísticos mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Retorno sobre la Inversión (ROI) y el punto de equilibrio. Estos indicadores se aplican considerando las particularidades de cada tipo de emprendimiento —gastronómico, hotelero y recreativo— incorporando además métricas específicas como la tasa de ocupación, el ingreso por habitación disponible (RevPAR), el ticket promedio y el flujo de visitantes. Esta integración permite no solo determinar la rentabilidad del proyecto, sino también su sostenibilidad operativa y su capacidad de generar impacto económico en el territorio.

El análisis económico-financiero de los emprendimientos turísticos debe considerar las particularidades de cada tipo de actividad, dado que las estructuras de costos, ingresos y niveles de riesgo difieren significativamente entre emprendimientos hoteleros, gastronómicos y de recreación. En el caso de los establecimientos de alojamiento, la evaluación se centra en la tasa de ocupación, la tarifa promedio y la recuperación de la inversión, mientras que en los emprendimientos gastronómicos adquieren mayor relevancia el control de costos y el margen de contribución. Por su parte, los emprendimientos de artes, entretenimiento y recreación dependen en gran medida del flujo de visitantes y la demanda turística. En este contexto, indicadores como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Retorno sobre la Inversión y el punto de equilibrio permiten determinar la viabilidad económica, incorporando además métricas específicas que fortalecen el análisis de sostenibilidad y competitividad de cada tipo de emprendimiento.

La evaluación económico-financiera de los emprendimientos turísticos requiere un enfoque diferenciado según la naturaleza de la actividad, considerando que las estructuras de ingresos, costos y niveles de riesgo varían entre emprendimientos hoteleros, gastronómicos y de recreación. En este sentido, la aplicación de indicadores como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Retorno sobre la Inversión y el punto de equilibrio permite determinar la viabilidad del proyecto, adaptando su cálculo a variables específicas como la ocupación en el sector hotelero, el volumen de ventas en el ámbito gastronómico y el flujo de visitantes en actividades recreativas. Esta integración facilita una evaluación comparativa que fortalece la toma de decisiones y la sostenibilidad de los emprendimientos en el contexto territorial. A continuación, se representa la matriz de estudio Económico financiero para emprendimientos turísticos.

Tipo de emprendimiento	VAN (Valor Actual Neto)	TIR (Tasa Interna de Retorno)	ROI (Retorno sobre la inversión)	Punto de Equilibrio
Hoteles alojamiento y	Se calcula con flujos proyectados basados en ingresos por habitaciones (ocupación × tarifa). Horizonte largo (5–10 años). Alta inversión inicial.	Debe superar el costo de capital. Sensible a ocupación y estacionalidad.	Utilidad neta anual / inversión total. Evaluar recuperación en el largo plazo.	Expresado en % de ocupación mínima necesaria para cubrir costos fijos.
Gastronómico	Se calcula con flujos diarios/mensuales basados en ventas (clientes × ticket promedio). Horizonte medio (3–5 años).	Generalmente más alta que en hotelería por menor inversión. Sensible a volumen de ventas.	Utilidad neta / inversión. Alta rotación permite recuperación más rápida.	Expresado en número de clientes o platos vendidos necesarios para cubrir costos.
Artes, entretenimiento y recreación	Se basa en ingresos por visitantes (flujo × precio). Se recomienda evaluar escenarios (alto, medio, bajo).	Variable, depende del flujo turístico. Mayor incertidumbre que otros sectores.	Utilidad / inversión. Puede ser volátil por cambios en la demanda.	Expresado en número de visitantes mínimos necesarios para cubrir costos.

Fase 2: Operativa y de gestión permite evaluar la aptitud del emprendimiento turístico para ejecutar sus actividades de manera eficiente, considerando dimensiones como la infraestructura, la gestión administrativa, el talento humano, la calidad del servicio y la adopción tecnológica. A través de una matriz de evaluación con escala de valoración, se determina el nivel de preparación del negocio para operar en el mercado, lo que facilita la identificación de brechas y la toma de decisiones orientadas a la mejora continua. Esta fase se articula con el sistema de decisión del modelo, permitiendo validar, ajustar o rediseñar el emprendimiento en función de su desempeño operativo.

La matriz de capacidad operativa y de gestión constituye un instrumento de evaluación integral diseñado para analizar el nivel de preparación de los emprendimientos turísticos en función de cinco dimensiones clave: capacidad operativa, gestión administrativa, talento humano, gestión de calidad y gestión tecnológica. A través de un conjunto de variables e indicadores específicos, adaptados a las particularidades de los emprendimientos hoteleros, gastronómicos y de artes, entretenimiento y recreación, se asigna una valoración en escala de 1 a 5 que permite medir el desempeño de cada componente. El promedio obtenido refleja el nivel global de capacidad del emprendimiento, el cual se interpreta mediante un sistema de semáforo que clasifica los resultados en alto, medio o bajo, orientando la toma de decisiones hacia la validación, el ajuste estratégico o el rediseño del modelo de negocio. De esta manera, la matriz no solo permite identificar brechas operativas y de gestión, sino que también se articula con el sistema general del modelo, garantizando que los emprendimientos evaluados cuenten con condiciones reales para su sostenibilidad y competitividad en el territorio.

Dimensión	Variable	Indicador	Escala (1–5)	Hotelero y alojamiento	Gastronómico	Artes, entretenimiento y recreación
Capacidad Operativa	Infraestructura	Adecuación del espacio	1–5	Estado de habitaciones	Condiciones del local	Espacios recreativos
	Equipamiento	Disponibilidad y estado	1–5	Equipos hoteleros	Equipos de cocina	Equipos recreativos
	Capacidad instalada	Nivel de atención	1–5	Nº de habitaciones	Nº de mesas	Nº de visitantes
	Procesos operativos	Protocolos definidos	1–5	Check-in/out	Procesos cocina	Operación actividades
Gestión Administrativa	Planificación	Plan operativo	1–5	Plan hotelero	Plan de producción	Plan de actividades
	Organización	Definición de roles	1–5	Personal asignado	Roles en cocina	Personal operativo
	Control	Seguimiento	1–5	Control ocupación	Control ventas	Control visitantes
	Decisiones	Uso de información	1–5	Reportes gestión	Reportes ventas	Reportes actividad
Talento Humano	Capacitación	Nivel de formación	1–5	Formación hotelera	Manipulación alimentos	Atención al cliente
	Experiencia	Años en actividad	1–5	Experiencia sector	Experiencia culinaria	Experiencia recreativa
	Atención cliente	Calidad servicio	1–5	Servicio huésped	Servicio comensal	Experiencia usuario
	Trabajo en equipo	Cultura organizacional	1–5	Coordinación staff	Coordinación cocina	Coordinación equipo
Gestión Calidad de	Estándares	Protocolos calidad	1–5	Normas hoteleras	Normas sanitarias	Normas seguridad
	Satisfacción	Evaluación cliente	1–5	Opinión huésped	Opinión cliente	Opinión visitante
	Mejora continua	Retroalimentación	1–5	Ajustes servicio	Ajustes menú	Mejora experiencia
	Control calidad	Supervisión	1–5	Supervisión hotel	Control cocina	Control actividades
Gestión Tecnológica	Presencia digital	Redes sociales	1–5	Booking/redes	Redes sociales	Promoción digital
	Sistemas gestión	Uso de software	1–5	Reservas	Ventas	Control visitantes
	Marketing digital	Estrategias online	1–5	Promoción turística	Promoción local	Promoción eventos
	Uso TIC	Nivel tecnológico	1–5	Automatización	Digitalización	Innovación tecnológica

Fase 3: Sostenibilidad y Responsabilidad Territorial

La matriz de sostenibilidad y responsabilidad territorial permite evaluar el impacto integral de los emprendimientos turísticos en el entorno, considerando dimensiones ambientales, económicas, sociales y territoriales. A través de indicadores específicos y una escala de valoración, se determina el nivel de sostenibilidad de cada tipo de emprendimiento —hotelero, gastronómico y recreativo— adaptando los criterios a sus características operativas. El resultado obtenido se interpreta mediante un sistema de semáforo que orienta la toma de decisiones hacia la validación, ajuste o rediseño del emprendimiento, garantizando su contribución al desarrollo local y a la transformación económica del territorio bajo principios de sostenibilidad.

La fase de sostenibilidad y responsabilidad territorial constituye un componente fundamental del modelo, ya que permite trascender el análisis tradicional centrado únicamente en la rentabilidad económica, incorporando una visión integral orientada al desarrollo sostenible. Su importancia radica en evaluar cómo los emprendimientos turísticos interactúan con su entorno ambiental, social y territorial, garantizando que su operación no solo sea viable, sino también responsable y generadora de valor para la comunidad. A través de esta fase, se identifican prácticas que promueven el uso eficiente de los recursos, la inclusión social, el fortalecimiento de la identidad local y la articulación con el desarrollo del territorio. De esta manera, se asegura que los emprendimientos no solo contribuyan al crecimiento económico, sino que lo hagan de forma equilibrada, sostenible y alineada con las necesidades del contexto, consolidándose como verdaderos agentes de transformación territorial.

Matriz de sostenibilidad y responsabilidad territorial

Sostenibilidad ambiental

Dimensión	Variable	Indicador	Escala	Hotelero	Gastronómico	Recreativo
Ambiental	Uso de recursos	Consumo eficiente de agua y energía	1–5	Gestión de consumo en habitaciones	Uso eficiente en cocina	Uso en actividades
	Gestión de residuos	Separación y reciclaje	1–5	Manejo de desechos	Manejo de residuos orgánicos	Manejo en actividades
	Impacto ambiental	Minimización de afectación	1–5	Conservación entorno	Reducción de desechos	Protección del entorno
	Prácticas sostenibles	Implementación ecológica	1–5	Programas verdes	Insumos sostenibles	Actividades eco

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

Dimensión	Variable	Indicador	Escala	Hotelero	Gastronómico	Recreativo
Económica	Rentabilidad	Generación de ingresos	1–5	Ocupación rentable	Ventas sostenidas	Flujo de visitantes
	Empleo	Generación de trabajo	1–5	Personal hotelero	Personal cocina	Personal operativo
	Encadenamiento productivo	Relación con proveedores locales	1–5	Compras locales	Insumos locales	Servicios locales
	Permanencia	Sostenibilidad en el tiempo	1–5	Operación continua	Estabilidad negocio	Continuidad actividad

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Dimensión	Variable	Indicador	Escala	Hotelero	Gastronómico	Recreativo
Social	Inclusión	Participación comunitaria	1–5	Empleo local	Inclusión laboral	Participación social
	Cultura local	Rescate de identidad	1–5	Promoción cultural	Gastronomía local	Expresión cultural
	Equidad	Igualdad de oportunidades	1–5	Igualdad laboral	Igualdad empleo	en Inclusión social
	Responsabilidad social	Acciones comunitarias	1–5	Proyectos sociales	Apoyo comunitario	Actividades sociales

RESPONSABILIDAD TERRITORIAL

Dimensión	Variable	Indicador	Escala	Hotelero	Gastronómico	Recreativo
Territorial	Integración territorial	Articulación con entorno	el 1–5	Integración destino	Relación con comunidad	Integración turística
	Ordenamiento territorial	Cumplimiento normativo	1–5	Regulación hotelera	Normas sanitarias	Normas de uso
	Valor del territorio	Aporte al desarrollo local	1–5	Dinamización económica	Impacto local	Activación turística
	Identidad territorial	Promoción del destino	1–5	Promoción turística	Identidad gastronómica	Identidad cultural

Fase 4: Análisis de Riesgo

El procedimiento de evaluación de riesgos se fundamenta en la identificación, análisis y clasificación de los riesgos asociados a los emprendimientos turísticos. Cada riesgo es evaluado en función de su probabilidad de ocurrencia (P) y su impacto (I), utilizando una escala de 1 a 5. El nivel de riesgo se obtiene mediante la multiplicación de ambas variables ($P \times I$), permitiendo su clasificación en tres niveles: aceptable, moderado e inaceptable. Los riesgos moderados e inaceptables activan procesos de retroalimentación hacia la etapa de acciones para el cambio de gestión turística.

Escala de Probabilidad:

1 = Muy baja 2 = Baja 3 = Media 4 = Alta 5 = Muy alta

Escala de Impacto:

1 = Mínimo 2 = Bajo 3 = Moderado 4 = Alto 5 = Crítico

Clasificación del Riesgo:

1–6 = Aceptable | 7–14 = Moderado | 15–25 = Inaceptable

Procedimiento de evaluación de riesgos

Pasos del 2 al 4

Tipo de riesgo		Frecuencia de ocurrencia (Ponderación). A	Impacto . B	Resultado	Clasificación
Riesgos Demográficos	Estado y conservación de atractivos		De 1 a 5	A*B	Aceptable, moderado e inaceptable
	Tamaño del mercado local				
	Vías y Accesos al destinos				
	Planes de contingencias				
	Flujo turístico potencial				
	Migración				
Riesgos Percibidos	Riesgo funcional				
	Riesgo físico				
	Riesgo financiero				
	Riesgo social				
	Riesgo psicológico				
	Riesgo de oportunidad				
Riesgos Infraestructurales	Vías de acceso				
	Conservación de estuarios, ríos y playas				
	Leyes y políticas de ordenanzas de los GAD				
	Servicios básicos (alcantarillados y vertientes)				
	Recolección de desechos basado en la economía circular				
Riesgos Económicos	Empleo				
	Inversión				
	Tecnología				
	Costos				
	Precios				
	Proyectos I+D+i				

La regla de decisión del modelo se fundamenta en la evaluación del nivel de riesgo obtenido a partir de la multiplicación entre la probabilidad de ocurrencia y el impacto

de los factores identificados. Cuando el nivel de riesgo se clasifica como aceptable (1–6), el emprendimiento se considera viable y continúa hacia la salida del modelo como una iniciativa turística sostenible con capacidad de contribuir a la transformación económica del territorio. En los casos en que el riesgo se clasifica como moderado (7–14), se activa un proceso de retroalimentación hacia la etapa de acciones para el cambio de gestión turística, con el objetivo de realizar ajustes estratégicos, operativos y de mercado. Finalmente, cuando el nivel de riesgo es inaceptable (15–25), se establece una retroalimentación obligatoria que implica el rediseño estructural del emprendimiento, garantizando que únicamente las iniciativas con condiciones adecuadas de sostenibilidad y competitividad sean validadas.

Condición 1: Validación del modelo (salida final)

Si: El riesgo residual es bajo ($R \leq 6$), y no compromete la viabilidad económica, operativa ni territorial

Entonces: El emprendimiento continúa a la salida del modelo: “Emprendimientos turísticos sostenibles que generan transformación económica en el territorio”

Condición 2: Retroalimentación (feedback)

Si: El riesgo es medio o alto ($R > 6$). Se activa la retroalimentación hacia la entrada.

Anexo 16 Cuarta fase de propuesta de modelo de gestión de emprendimiento

SALIDA: Emprendimiento turístico sostenible que generan transformación económica en los territorios.

El modelo de gestión de emprendimiento turístico sostenible generador de transformación económica territorial funciona eficazmente cuando es gestionado de manera planificada e integrada, articulando el uso responsable de los recursos naturales y culturales del territorio con la viabilidad económica, la inclusión social y el fortalecimiento institucional. Su funcionamiento se evidencia cuando logra dinamizar la economía local mediante la generación de empleo digno, el fortalecimiento del tejido productivo, la atracción de inversión y el incremento de ingresos, sin comprometer la capacidad del territorio para sostener el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

En el marco del modelo de gestión de emprendimiento turístico, estos emprendimientos operan adecuadamente cuando el proceso de diagnóstico del territorio, la planificación estratégica, la gestión operativa y la evaluación de riesgos se alinean con los principios de sostenibilidad, competitividad y responsabilidad territorial. De este modo, el emprendimiento turístico se convierte en un mecanismo de transformación económica, capaz de impulsar el desarrollo local de la zona norte de Manabí, promover la diversificación productiva y mejorar la calidad de vida de la población, manteniendo el equilibrio entre crecimiento económico, conservación ambiental y cohesión social.