



Factores clave de la competitividad que promueven los emprendimientos turísticos sostenibles en la zona norte de la provincia de Manabí

Key factors of competitiveness promoting sustainable tourism entrepreneurship in the northern zone of Manabí province

Álava-García, Denisy Jaquelin¹

Balderrama-Vera, Laura Daleska¹

Garcia-Reinoso, Nelson^{1*}

¹Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Félix López, Ecuador

Recibido: 11 Feb. 2024 | **Aceptado:** 23 May. 2024 | **Publicado:** 10 Jul. 2024

Autor de correspondencia*: ngarcia@espam.edu.ec

Cómo citar este artículo: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. & Garcia-Reinoso, N. (2024). Factores clave de la competitividad que promueven los emprendimientos turísticos sostenibles en la zona norte de la provincia de Manabí. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 3(2), e747. <https://doi.org/10.51252/race.v3i2.747>

RESUMEN

El desarrollo empresarial en el sector turístico es fundamental para el crecimiento económico y la sostenibilidad de los destinos turísticos en Ecuador. Los emprendimientos turísticos enfrentan desafíos críticos, como la falta de modelos empresariales robustos, gestión inadecuada de recursos humanos y limitada integración de tecnologías emergentes, lo que impacta negativamente en su competitividad y sostenibilidad. Este estudio adoptó una metodología exploratoria de tipo mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos para descubrir los factores determinantes que promueven la competitividad de los emprendimientos turísticos sostenibles en la zona norte de la provincia de Manabí. Se aplicó una encuesta a 74 emprendimientos para evaluar los factores de competitividad con un énfasis en la innovación de modelos de negocio sostenibles en el contexto ecuatoriano. Los resultados destacaron la necesidad de implementar estrategias concretas para fortalecer aspectos tales como incentivos fiscales, acceso a financiamiento, programas de capacitación y alianzas estratégicas. La mejora en estas áreas puede impulsar significativamente la competitividad y sostenibilidad del sector turístico en la región.

Palabras clave: competitividad turística; desarrollo local; emprendimientos turísticos; sostenibilidad

ABSTRACT

Business development in the tourism sector is essential for the economic growth and sustainability of tourist destinations in Ecuador. Tourism entrepreneurship face critical challenges, such as a lack of robust business models, inadequate human resource management, and limited integration of emerging technologies, which negatively impact their competitiveness and sustainability. This study adopted an exploratory mixed-methods approach, integrating qualitative and quantitative methods to identify the key factors that promote the competitiveness of sustainable tourism entrepreneurship in the northern zone of the province of Manabí. A survey was conducted with 74 entrepreneurship to evaluate competitiveness factors, with an emphasis on sustainable business model innovation in the Ecuadorian context. The results highlighted the need to implement concrete strategies to strengthen areas such as fiscal incentives, access to financing, training programs, and strategic alliances. Improvements in these areas can significantly boost the competitiveness and sustainability of the tourism sector in the region.

Keywords: tourism competitiveness; local development; tourism entrepreneurship; sustainability



1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial en el sector turístico es fundamental para el crecimiento económico y la sostenibilidad de los destinos turísticos, representando una parte significativa de las contribuciones económicas en países desarrollados (Imali N., 2020). Estas empresas generan ingresos directos, empleo y contribuyen a la promoción y preservación de la identidad cultural y natural de un lugar. Sin embargo, enfrentan desafíos sustanciales que limitan su capacidad para competir eficazmente en el mercado global.

La competitividad en la economía se refiere a la capacidad de una empresa, persona o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus competidores (González-Rodríguez et al., 2023). Este concepto abarca la eficiencia de los sistemas de producción y el aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios. Una empresa será más competitiva si logra altos niveles de productividad, eficiencia y calidad, traduciéndose en una elevada rentabilidad (Díaz Muñoz et al., 2021).

Los emprendimientos en turismo y hostelería juegan un papel crucial en el desarrollo de los destinos, ofreciendo una amplia gama de productos y servicios que impulsan la economía y generan empleo (García Reinoso, 2024). En Ecuador, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan el 90% de las unidades productivas registradas y son responsables del 60% de los empleos generados, contribuyendo significativamente al producto interno bruto (PIB) (Fu et al., 2019).

Sin embargo, el entorno empresarial en Ecuador enfrenta desafíos considerables, incluyendo políticas gubernamentales poco favorables, obstáculos en el acceso al financiamiento y limitaciones en la transferencia de investigación y desarrollo (Lasio et al., 2020). Estas dificultades afectan la capacidad de crecimiento de las PYMES y sectores estratégicos como el turismo.

A nivel nacional, los emprendimientos turísticos promueven la innovación y la competitividad, generan empleo y contribuyen al bienestar económico y social del país (Spigel, 2017; Di Vaio et al., 2022). Este sector abarca desde microempresas hasta grandes corporaciones, contribuyendo significativamente al desarrollo de destinos a través de una oferta diversificada de servicios (Lin et al., 2023).

En Manabí, los emprendimientos turísticos presentan una oferta basada en variados atractivos turísticos e infraestructura, especialmente en la costa. Según el catastro turístico nacional del MINTUR (2018), Manabí cuenta con 348 establecimientos turísticos, muchos de ellos emprendimientos familiares, ofreciendo principalmente servicios de alimentos y bebidas y alojamiento (García Reinoso, 2022).

Uno de los principales desafíos que enfrentan estos emprendimientos es la falta de modelos empresariales sólidos y estratégicos, dificultando la diferenciación y adaptación necesarias para mantenerse competitivos (Cong & Thu, 2021). La gestión inadecuada de los recursos humanos y la falta de una visión empresarial clara también contribuyen a la disolución de empresas turísticas (Camisón, 2019).

El sector turístico enfrenta desafíos adicionales como deficiencias infraestructurales que limitan la accesibilidad y calidad de los servicios turísticos (Mustafá Coban, 2021). La variabilidad en la calidad del servicio impacta la percepción del destino entre los turistas (Park & Jeong, 2019). Además, la adaptación insuficiente a las tendencias tecnológicas emergentes afecta la capacidad de los emprendimientos turísticos para ofrecer experiencias innovadoras y satisfactorias (Marcel Amégnonna et al., 2023).

Mejorar la competitividad turística en Manabí requiere infraestructura adecuada, servicios de calidad, implementación de modelos empresariales estratégicos, gestión eficiente de los recursos humanos y rápida adaptación a nuevas tecnologías (Rivera Mateos & Félix Mendoza, 2019). Solo así se podrán superar los desafíos actuales y asegurar un desarrollo turístico sostenible y competitivo en la región.

A pesar de la abundante diversidad natural y cultural en lugares como Ecuador y Manabí, el sector turístico enfrenta obstáculos significativos para alcanzar altos niveles de competitividad debido a la gestión deficiente y la inadecuada planificación estratégica (Carrera et al., 2020). En la zona norte de Manabí, los

emprendimientos turísticos confrontan problemas relacionados con la gobernanza y la falta de estrategias para fomentar su competitividad (Zambrano-Santos et al., 2022; Macías-Mero & Feijó-Cuenca, 2022).

Teniendo en cuenta estos desafíos, el concepto de la innovación del modelo de negocio sostenible (SBMI), propuesto por (García Reinoso, 2022), emerge como un marco analítico integral para abordar los componentes y procesos esenciales que promueven la innovación y la sostenibilidad en los modelos de negocio turístico.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo identificar y analizar los factores clave que influyen en la competitividad de los emprendimientos turísticos sostenibles en la zona norte de la provincia de Manabí. Este estudio se plantea como un proceso exploratorio destinado a evaluar diversos factores que afectan la viabilidad de los emprendimientos turísticos y sus implicaciones. Metodológicamente, el estudio emplea una combinación de métodos de análisis teóricos y prácticos (García Reinoso et al., 2024). Se pretende realizar un diagnóstico exhaustivo de los elementos que impactan la competitividad de estos emprendimientos y proponer estrategias específicas para mejorar su posición en el mercado turístico local y nacional.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de tipo exploratorio no experimental con un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para identificar los factores clave que impulsan la competitividad sostenible de los emprendimientos turísticos en la región. El estudio se realizó en la zona norte de la provincia de Manabí, Ecuador, abarcando los cantones de Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, El Carmen, Flavio Alfaro y Chone.

En primer lugar, se llevó a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva sobre competitividad turística y emprendimientos. La revisión siguió el enfoque de García Reinoso (2024), que consta de tres fases: 1) planificación de la revisión sistemática; 2) realización y análisis profundo del contenido; y 3) síntesis e informe de la revisión, destacando los hallazgos principales, conclusiones y oportunidades para futuras investigaciones. Esta revisión incluyó la búsqueda y análisis de artículos científicos, libros, informes y otras fuentes relevantes en bases de datos académicas reconocidas.

En segundo lugar, para diagnosticar los emprendimientos turísticos, se aplicó una encuesta mediante un muestreo no probabilístico dirigido a los emprendimientos turísticos de la zona norte de Manabí. Dada la falta de estadísticas fiables sobre la cantidad de emprendimientos en el área, se determinó que 74 encuestas constituirían una muestra significativa para caracterizar a los emprendedores turísticos de la región.

La muestra se seleccionó utilizando un criterio estadístico para población finita (Alfonso Alfonso et al., 2017) y se optó por un muestreo aleatorio simple, lo que permitió seleccionar al azar una muestra representativa de la población total, incluso sin un censo completo (Intriago et al., 2021). Se estableció un nivel de confianza adecuado y un margen de error aceptable, considerando que 74 encuestas proporcionarían suficiente información para una caracterización precisa de los emprendedores turísticos en la zona norte de Manabí.

El instrumento principal para la recolección de datos fue un cuestionario diseñado específicamente para este estudio. Este cuestionario permitió detectar las principales necesidades y desafíos que enfrentan los emprendimientos turísticos en términos de gestión, recursos humanos, tecnología y adaptación al mercado. El análisis de los datos cuantitativos de la encuesta se realizó utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, empleando el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 23.

3. RESULTADOS

3.1. Elementos clave de competitividad turística

A partir de la revisión sistemática de la literatura académica, se identificaron y evaluaron artículos relevantes para delinear las dimensiones e indicadores clave utilizados en investigaciones previas sobre competitividad turística en emprendimientos. A continuación, se presentan los principales hallazgos teóricos relacionados con la medición de la competitividad turística.

La medición de la competitividad turística se revela como un proceso complejo que requiere la identificación y evaluación de múltiples dimensiones que afectan el desempeño y éxito de los destinos turísticos. La literatura académica destaca la importancia de un enfoque sistémico y multidimensional para capturar la variedad de factores que influyen en la competitividad del sector turístico (Isenberg, 2010; Isenberg, 2011; González-Rodríguez et al., 2023). Las dimensiones clave para medir la competitividad turística, fundamentadas en los modelos de Isenberg (2010, 2011) y el Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE, 2013), se detallan a continuación:

3.1.1. Políticas Públicas

Las políticas públicas son fundamentales para el impulso del emprendimiento turístico. Un entorno regulador favorable, con leyes protectoras y políticas que estimulen la actividad emprendedora, es esencial para crear un ecosistema competitivo. Isenberg (2010, 2011) enfatiza la necesidad de reformar los marcos legales, burocráticos y regulatorios para apoyar el desarrollo empresarial.

3.1.2. Financiamiento

El acceso a financiamiento es crucial para la creación y expansión de emprendimientos turísticos. Este aspecto incluye la disponibilidad de capital de riesgo, inversiones ángeles y créditos, que permiten a los emprendedores financiar sus proyectos. Un mercado de capitales dinámico y transparente es esencial para el éxito financiero de los emprendimientos (Shwetzzer et al., 2019).

3.1.3 Cultura Emprendedora

La cultura de una sociedad afecta significativamente al ecosistema emprendedor. Una cultura que tolera el riesgo y el fracaso, y que valora la innovación y la creatividad, fomenta un ambiente propicio para el emprendimiento. Isenberg (2010) resalta la importancia de cambiar actitudes y percepciones mediante el uso innovador de los medios de comunicación para promover una cultura emprendedora.

3.1.4. Soporte Empresarial

Los servicios de apoyo, como asistencia legal, laboral, técnica, tecnológica, financiera y de marketing, son esenciales para el éxito de los emprendedores. Estos servicios permiten a las nuevas empresas centrarse en su especialización mientras obtienen el apoyo necesario para sus operaciones (Cavallo et al., 2021).

3.1.5. Capital Humano

La formación académica y profesional, junto con la capacitación específica en habilidades emprendedoras, son determinantes para la competitividad turística. La disponibilidad de empleados calificados y la educación emprendedora que promueva habilidades de razonamiento y resolución de problemas son elementos clave para el éxito empresarial (Lux et al., 2020).

3.1.6. Mercados

La existencia de redes entre organizaciones y emprendedores, tanto nacionales como internacionales, es fundamental para la consolidación del ecosistema turístico. Estas redes, que incluyen clústeres industriales

y proveedores de apoyo, juegan un papel crucial en la promoción y posicionamiento de nuevos emprendimientos (Sreenivasan & Suresh, 2023).

Estas dimensiones, organizadas en un modelo sistémico, permiten una evaluación integral de la competitividad turística. Esta evaluación implica la identificación y análisis de diversos factores e indicadores que reflejan el desempeño del destino turístico.

3.2. Factores clave de la competitividad turística

Los factores clave de competitividad turística abarcan múltiples dimensiones que influyen en el atractivo y desempeño de un destino. Estos factores (Tabla 1) van desde la calidad de las infraestructuras hasta las políticas públicas que fomentan el desarrollo del sector. La identificación y optimización de estos factores puede impulsar significativamente la competitividad de un destino turístico (Gómez-Vega & Picazo-Tadeo, 2019).

Tabla 1. Factores clave de competitividad turística

Factores Clave	Indicadores
Políticas Públicas y Regulaciones	Número de regulaciones pro-turismo, incentivos fiscales, facilidad para iniciar negocios turísticos.
Infraestructura	Número de vuelos directos, calidad de carreteras, cantidad de hoteles y restaurantes de calidad.
Recursos Humanos y Capacitación	Tasas de empleo en turismo, nivel de educación y formación específica en turismo.
Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)	Uso de plataformas digitales para reservas, presencia en redes sociales, aplicaciones móviles turísticas.
Recursos Naturales y Culturales	Número de sitios naturales y culturales protegidos, eventos culturales anuales.
Competitividad de Precios	Precios promedio de alojamiento, costo de vida para turistas, tarifas de transporte.
Sostenibilidad Ambiental	Certificaciones ambientales, programas de conservación, huella de carbono del turismo.
Seguridad y Protección	Tasas de criminalidad, estándares de higiene en establecimientos turísticos, servicios médicos disponibles.

La identificación de estos factores y su monitoreo constante permiten a los responsables de política y gestión turística implementar acciones que promuevan un entorno más favorable para el desarrollo del sector. Este proceso asegura una respuesta ágil a los desafíos emergentes y facilita la adaptación a las tendencias globales en turismo. Además, proporciona una base sólida para la formulación de estrategias que maximicen el potencial competitivo y la sostenibilidad del destino.

3.3. Indicadores de competitividad

Para medir la competitividad turística, se utilizan indicadores que capturan diversas dimensiones del sector. Estos indicadores (Tabla 2) proporcionan una visión integral del desempeño turístico y permiten comparaciones entre diferentes destinos. La recopilación y análisis de estos datos facilitan la identificación de áreas de mejora y oportunidades de desarrollo. Además, la evaluación continua de estos indicadores es esencial para adaptar estrategias y políticas que respondan a las dinámicas cambiantes del mercado turístico.

Tabla 2. Indicadores clave de competitividad turística

Indicadores Clave	Función	Fuentes Principales
Datos del Banco Mundial y PNUD	Indicadores económicos y de desarrollo humano aplicados al turismo.	Banco Mundial, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Indicadores de Calidad del Servicio	Evaluaciones de la satisfacción del cliente y calidad en servicios turísticos.	Encuestas de satisfacción, evaluaciones de calidad.
Indicadores de Accesibilidad y Transporte	Calidad y capacidad de infraestructuras de transporte, y número de conexiones directas.	Datos de aeropuertos, evaluaciones de infraestructura.
Indicadores de Sostenibilidad	Medición del impacto ambiental del turismo y políticas de conservación.	Certificaciones ambientales, estudios de sostenibilidad.
Indicadores de Seguridad	Niveles de seguridad y protección en destinos turísticos.	Tasas de criminalidad, evaluaciones de seguridad sanitaria.
Indicadores Tecnológicos	Uso de tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico.	Inserción de las TIC, disponibilidad de servicios digitales.

Las propuestas centradas en estos indicadores, basadas en análisis teóricos y prácticos, así como en el diagnóstico situacional del ecosistema emprendedor turístico de Manabí, buscan proporcionar herramientas efectivas para medir y mejorar la competitividad en este sector. El uso de técnicas como el método Delphi asegura la validez y relevancia de los indicadores propuestos (Romano da Silva & Ietto Montilha, 2021; Ghizoni de Sousa, 2018). Estas herramientas están diseñadas para adaptarse a los cambios dinámicos del mercado turístico, permitiendo una evaluación continua y ajustes necesarios para mantener la competitividad.

3.4. Diagnóstico de los emprendimientos turísticos

Manabí, ubicada en la región litoral central de Ecuador, limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con Santa Elena, al este con Santo Domingo de los Tsáchilas y Guayas, y al oeste con el Océano Pacífico. Su ubicación geográfica está referenciada en las coordenadas 0°27'7.58"S y 80°8'19.64"O. De acuerdo con el Gobierno Provincial de Manabí (2021), la provincia se organiza en tres jurisdicciones zonales basadas en criterios de homogeneidad y heterogeneidad. La zona norte de Manabí, objeto de este estudio, comprende los cantones de Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, El Carmen, Flavio Alfaro y Chone (Figura 1).

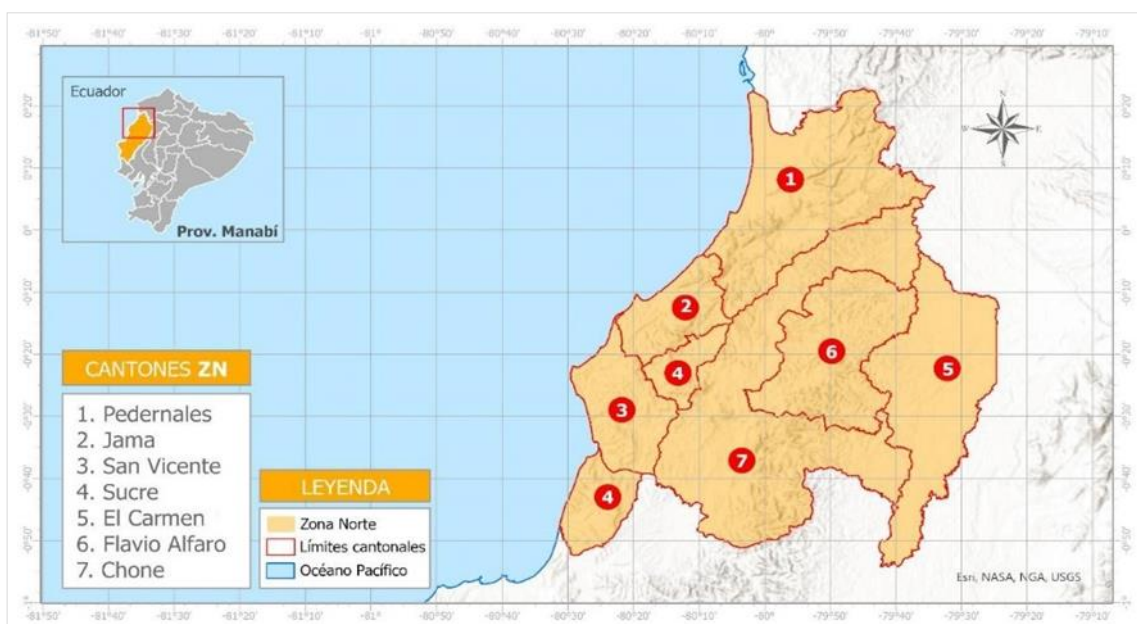


Figura 1. Delimitación geográfica del área objeto de estudio

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2022), Manabí alberga actualmente 370 atractivos turísticos registrados desde 2007, destacando por su riqueza en patrimonio natural y cultural. La región cuenta con 191 sitios naturales y 179 manifestaciones culturales, reflejando su diversidad y valor como destino turístico. Con una extensión costera de 350 kilómetros, Manabí incluye playas de renombre internacional

y recursos como ríos, bosques, y áreas protegidas como el Parque Nacional Machalilla y la Reserva Ecológica Mache Chindul.

El Catastro Turístico Nacional de 2020 revela que Manabí es un importante contribuyente al sector turístico ecuatoriano, con una variedad de establecimientos que incluyen servicios de alimentación, hospedaje, transporte turístico y parques de atracción. Este entorno diverso posiciona a Manabí como uno de los principales destinos del país, atrayendo a turistas locales e internacionales interesados en ecoturismo, turismo cultural y actividades de aventura.

De acuerdo con Félix Mendoza et al. (2023), en la zona norte de Manabí predominan los restaurantes como el tipo principal de establecimiento turístico, seguidos por los alojamientos, especialmente en áreas rurales. La afluencia de turistas se concentra principalmente durante los fines de semana y días festivos, variando según el tipo de establecimiento. Los establecimientos de restauración y alojamiento reportan una mayor afluencia de visitantes.

Para comprender mejor el impacto y la sostenibilidad de estos emprendimientos en el mercado local, es esencial evaluar las dimensiones y factores determinantes de competitividad. Estos resultados proporcionan un panorama detallado de dimensiones clave como la calidad del servicio, la capacitación del personal, la adopción de innovaciones tecnológicas y la eficacia en la gestión empresarial. La identificación de estas áreas críticas permite mejorar la eficiencia operativa de los emprendimientos y adaptar sus estrategias para enfrentar los desafíos del mercado. Esta información es fundamental para el análisis estratégico y el desarrollo del sector turístico en la región, sirviendo como base para la formulación de acciones que impulsen su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La edad promedio de los emprendedores turísticos es de aproximadamente 38,62 años, con una mediana de 39 años, lo que sugiere una distribución relativamente simétrica. La desviación estándar de 9,144 indica una dispersión moderada alrededor de la media, reflejando cierta variabilidad en las edades. El rango de edades, desde 19 hasta 62 años, resalta la amplitud del espectro etario dentro de la muestra, lo cual es relevante para adaptar estrategias específicas según los grupos de edad.

La distribución de género entre los emprendedores turísticos es equilibrada, con un 49,4% de hombres y un 50,6% de mujeres. Esta paridad es significativa en comparación con el contexto nacional, donde el Global Entrepreneurship Monitor (GEM Ecuador, 2019) reporta que el 53,5% de los emprendedores son hombres y el 46,5% son mujeres (Lasio et al., 2020). La igualdad de género observada en Manabí sugiere un avance hacia una mayor equidad en el sector turístico, aunque aún persisten barreras sistémicas que afectan a las mujeres emprendedoras.

La encuesta entre emprendedores turísticos revela una diversidad en los niveles educativos (Figura 2): el 41,6% ha completado estudios de bachillerato, el 22,1% tiene estudios de secundaria, y el 16,9% cuenta con educación primaria. Un 15,6% ha alcanzado la educación universitaria, mientras que solo un 1,3% posee un máster o doctorado, y un 2,6% no tiene estudios formales. Esta diversidad educativa sugiere una necesidad de programas de capacitación adaptados a diferentes niveles de formación, para abordar habilidades empresariales básicas y avanzadas, y promover la innovación y competitividad. Estos hallazgos concuerdan con García Reinoso (2022), quien destaca la importancia de considerar la diversidad educativa en la planificación de programas de desarrollo en el sector turístico.

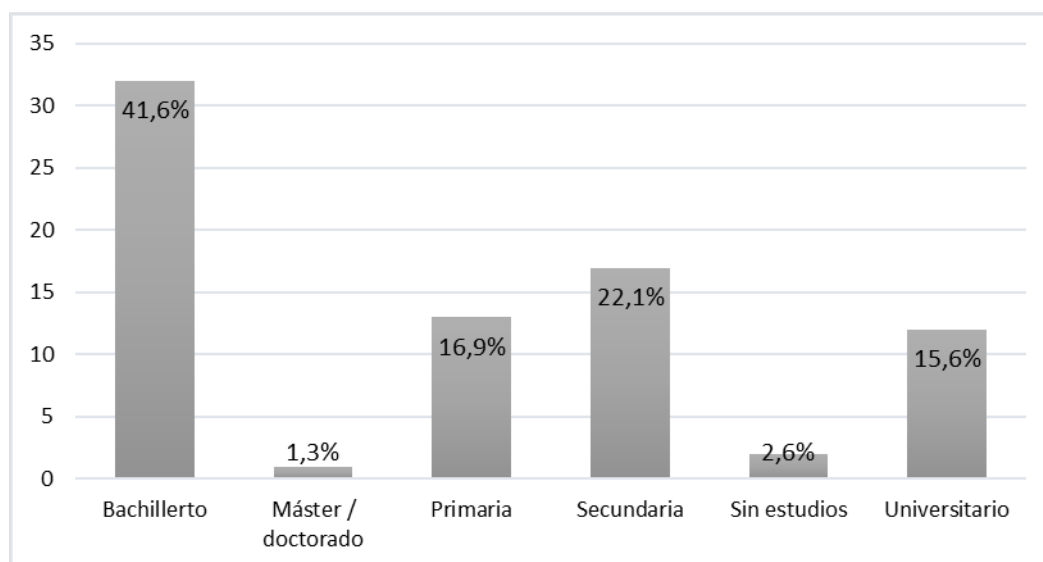


Figura 2. Estudios completados

En cuanto a estrategias de desarrollo (Figura 3), el 51,9% de los emprendedores priorizan la investigación de mercado y el análisis de tendencias, mientras que el 39% opta por colaborar con otros emprendedores locales para fomentar la innovación. Las estrategias de investigación de mercado incluyen el análisis de competencia (41,6%), estudios de satisfacción (32,5%) y observación directa del mercado (20,8%). Estos enfoques reflejan un compromiso con la innovación y la comprensión del mercado, esenciales para mantener y mejorar la competitividad en el sector.



Figura 3. Estrategias de los emprendimientos

En términos de accesibilidad económica a la tecnología (Figura 4), el 65% de los emprendedores considera que la tecnología es económicamente accesible, lo que indica una capacidad financiera adecuada para adoptar herramientas tecnológicas. Sin embargo, la mayoría depende de recursos propios y préstamos bancarios (70%), y solo el 20% tiene acceso a microcréditos, revelando una demanda insatisfecha en este aspecto. Aunque el 55% de los encuestados considera las regulaciones actuales como efectivas, el 80% menciona la falta de infraestructura adecuada y la escasez de capital humano calificado como problemas persistentes.

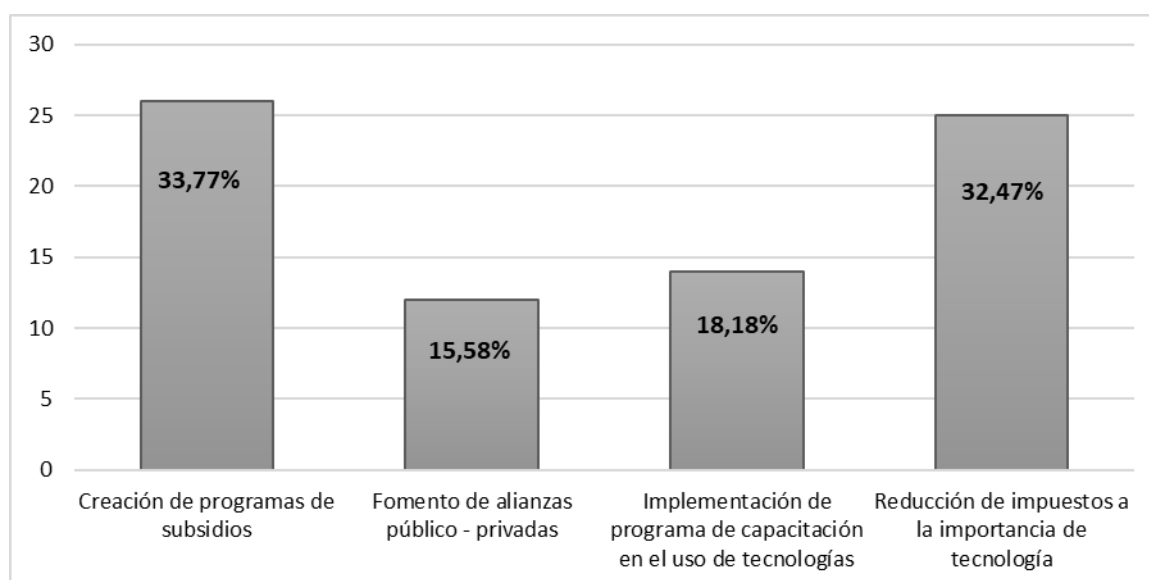


Figura 4. Accesibilidad económica a la tecnología

Los emprendedores están implementando estrategias como la diversificación de productos (75%), la mejora de la experiencia del cliente (85%) y la colaboración mediante ferias y eventos empresariales (60%). Estas estrategias responden a las demandas del mercado y fortalecen la competitividad, contribuyendo al desarrollo económico local.

El análisis de los indicadores clave en cada dimensión muestra la importancia de un enfoque multidimensional en el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la zona norte de Manabí. Áreas críticas como la sostenibilidad, la satisfacción del cliente, la accesibilidad económica a la tecnología y la gestión financiera deben ser priorizadas para mejorar la competitividad del sector (Barreiro Espinoza et al., 2024). Se destaca la necesidad de programas de capacitación que aborden habilidades empresariales y de desarrollo profesional para promover la innovación y la competitividad en el sector turístico de Manabí.

3.5. Estrategias de competitividad turística

Con base en los resultados de la encuesta aplicada a los emprendimientos turísticos, se han propuesto estrategias concretas para fortalecer la competitividad del sector en la región de Manabí. Estas estrategias siguen los lineamientos del modelo sistémico dirigido al ecosistema emprendedor turístico, fundamentado en los trabajos de Isenberg (2010, 2011) y el Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE, 2013).

Las dimensiones críticas identificadas para optimizar el entorno empresarial turístico son: Políticas Públicas, Financiamiento, Cultura Emprendedora, Soporte Empresarial, Capital Humano y Mercados. A continuación, se presentan las estrategias propuestas para cada dimensión (Tabla 3), con el objetivo de promover un desarrollo sostenible del turismo en Manabí.

Tabla 3. Estrategias propuestas por dimensiones

¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Cómo?
Implementar políticas de promoción turística que incluyan incentivos fiscales y subsidios para nuevos emprendimientos.	Fomentar el crecimiento económico y la competitividad del sector turístico mediante estímulos financieros.	Oficinas de los entes gubernamentales	2025 - 2030	Autoridades gubernamentales, agencias de desarrollo económico.	Mediante la promulgación de leyes y regulaciones específicas.

Establecer un fondo de capital semilla específico para proyectos turísticos innovadores.	Impulsar la innovación y la diversificación de la oferta turística, apoyando proyectos de alto potencial.	En áreas turísticas emergentes a nivel nacional.	2025 - 2030	Instituciones financieras, entidades gubernamentales.	A través de convocatorias y evaluaciones rigurosas de propuestas.
Facilitar el acceso a líneas de crédito con tasas preferenciales y garantías flexibles para empresas turísticas.	Estimular la inversión y el crecimiento sostenible de las empresas turísticas locales.	A nivel local y nacional, a través de bancos, cooperativas.	2025 - 2030	Instituciones financieras, empresas turísticas.	Mediante acuerdos financieros adaptados a las necesidades del sector.
Desarrollar programas de capacitación en gestión empresarial y turística, adaptados a las necesidades locales.	Mejorar la calidad del servicio y la gestión empresarial en el sector turístico local.	Local y regional, en centros de formación y plataformas educativas.	2025 - 2027	Instituciones educativas, asociaciones empresariales.	Implementando currículos educativos específicos y prácticas dirigidas.
Promover eventos y conferencias que fomenten la creatividad y la innovación en el sector turístico.	Estimular el intercambio de conocimientos y la colaboración entre profesionales del turismo.	En centros de convenciones y espacios públicos a nivel local y nacional.	2025 - 2030	Organizaciones turísticas, empresas del sector.	Mediante la organización de eventos especializados y de alto impacto.
Establecer incubadoras de empresas turísticas que ofrezcan asesoría especializada en modelos de negocio y desarrollo de productos.	Apoyar el desarrollo y la estabilidad de nuevos emprendimientos en el sector turístico.	Zonas turísticas emergentes.	Implementación gradual a corto plazo (2025-2026)	GADs municipales, incubadoras de negocios.	A través de programas estructurados de mentoría y asesoramiento.
Establecer alianzas con instituciones educativas para facilitar prácticas profesionales en empresas turísticas locales.	Fortalecer la conexión entre la academia y el sector turístico, ofreciendo experiencia práctica a estudiantes.	A nivel local y regional.	Implementación a corto y mediano plazo (2025-2026)	Instituciones educativas (Institutos y universidades) empresas turísticas.	A través de acuerdos formales para la implementación de programas de prácticas.

La Tabla 3 presenta una serie de estrategias destinadas a mejorar la competitividad del sector turístico en Manabí, organizadas por dimensiones clave. Las propuestas incluyen la implementación de políticas de promoción turística, el establecimiento de un fondo de capital semilla, y la facilitación de líneas de crédito con condiciones favorables. También se destacan la necesidad de programas de capacitación adaptados, la promoción de eventos para fomentar la innovación, y la creación de incubadoras de empresas turísticas. Además, se sugiere establecer alianzas con instituciones educativas para facilitar prácticas profesionales. Estas estrategias están diseñadas para abordar desafíos específicos y fortalecer cada dimensión del ecosistema emprendedor turístico, contribuyendo al desarrollo sostenible del sector.

4. CONCLUSIONES

En el análisis de la competitividad de los emprendimientos turísticos en Manabí, se identificaron factores críticos que impactan negativamente en su desarrollo. Entre estos factores se destacan la falta de políticas públicas sectoriales efectivas, el acceso limitado a financiamiento con condiciones favorables y una cultura emprendedora subdesarrollada. Estos desafíos obstaculizan la capacidad de los emprendedores para innovar y expandir sus negocios en un entorno competitivo.

Además, la carencia de formación técnica adecuada y el soporte empresarial limitado, junto con la ausencia de plataformas digitales eficientes, afectan tanto la calidad del servicio como la eficiencia operativa. Para mitigar estos problemas, es fundamental desarrollar e implementar políticas públicas específicas que incluyan incentivos fiscales y subsidios para fomentar la inversión turística.

Es igualmente crucial mejorar el acceso a financiamiento mediante la creación de fondos de capital semilla y líneas de crédito preferenciales. Promover una cultura emprendedora dinámica a través de programas educativos, así como apoyar a los emprendedores con incubadoras y plataformas digitales adecuadas, son pasos necesarios para fortalecer el sector.

Diversificar los mercados objetivo mediante estrategias de promoción digital y colaboración con agencias de viaje también es esencial para atraer un público más amplio y garantizar la estabilidad económica del sector. Estas acciones no solo abordan los desafíos actuales, sino que también establecen una base sólida para un desarrollo turístico sostenible y competitivo en Manabí, beneficiando tanto a los emprendedores como a la comunidad en general.

FINANCIAMIENTO

Los autores no recibieron patrocinio para llevar a cabo este estudio-artículo.

CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. y Garcia-Reinoso, N.

Curación de datos: Álava-García, D. J. y Balderrama-Vera, L. D.

Análisis formal: Garcia-Reinoso, N.

Investigación: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. y Garcia-Reinoso, N.

Metodología: Álava-García, D. J. y Garcia-Reinoso, N.

Validación: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. y Garcia-Reinoso, N.

Redacción - borrador original: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. y Garcia-Reinoso, N.

Redacción - revisión y edición: Álava-García, D. J., Balderrama-Vera, L. D. y Garcia-Reinoso, N.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfonso Alfonso, R., García Reinoso, N., & Rodríguez Ortega, A. (2017). Promoción turística en una herramienta web para el Cantón Bolívar, Ecuador. *ECA Sinergia*, 8(1), 61. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v8i1.785

ANDE. (2013). *Entrepreneurial Ecosystem Diagnostic Toolkit*. Aspen Network of Development Entrepreneurs. <https://andeglobal.org/publication/entrepreneurial-ecosystem-diagnostic-toolkit/>

Barreiro Espinoza, R., López Figueroa, S., & Garcia Reinoso, N. (2024). Propuesta de indicadores de competitividad turística en el desarrollo de emprendimientos de la zona norte de Manabí, Ecuador. *Kalpana*, 26, 76–94.

Camisón, C. (2019). Competitividad y adaptación medioambiental de la empresa turística Española: Efectos del tamaño. *Economía Industrial*, 418, 15–30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7844568>

Carrera, G., Larrea, M., & Moncayo, M. (2020). Desarrollo Local y Turismo en Ecuador. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 19(1), 30–48. <https://doi.org/10.33789/enlace.19.1.58>

Cavallo, A., Ghezzi, A., & Sanasi, S. (2021). Assessing entrepreneurial ecosystems through a strategic value

- network approach: evidence from the San Francisco Area. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(2), 261–276. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2019-0148>
- Cong, L. C., & Thu, D. A. (2021). The competitiveness of small and medium enterprises in the tourism sector: the role of leadership competencies. *Journal of Economics and Development*, 23(3), 299–316. <https://doi.org/10.1108/JED-06-2020-0080>
- Di Vaio, A., Hassan, R., Chhabra, M., Arrigo, E., & Palladino, R. (2022). Sustainable entrepreneurship impact and entrepreneurial venture life cycle: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 378, 134469. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134469>
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Félix Mendoza, Á. G., Moreira Saltos, J. R., & Zambrano Alcívar, J. L. (2023). Caracterización de los visitantes y emprendimientos turísticos rurales de la zona norte de Manabí del Proyecto Observar. *Universidad-Verdad*, 1(82), 124–141. <https://doi.org/10.33324/uv.v1i82.644>
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K., & Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.005>
- García Reinoso, N. (2024). La innovación del modelo de negocio sostenible en los emprendimientos turísticos ecuatorianos: una revisión sistemática de la literatura. *Región y Sociedad*, 36, e1855. <https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>
- García Reinoso, N. (2022). *Desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador. Modelos y estrategias* [Universidad de Alicante]. <http://hdl.handle.net/10045/133318>
- García Reinoso, N., Bravo, E. S., & Cujilema Campos, S. M. (2024). Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en la post crisis sanitaria (COVID-19) en Portoviejo (Ecuador). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 8(1), 97–120. <https://doi.org/10.21071/riturem.v8i1.16021>
- GEM Ecuador. (2019). La Economía Emprendedora en Ecuador. *Global Entrepreneurship Monitor*, 13903047, 65. <https://bit.ly/3omNpsQ>
- Ghizoni de Sousa, T. C. (2018). *Modelo de competitividade de destino turístico inteligente*. Universidad de Alicante.
- Gobierno Provincial de Manabí. (2021). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2030. In *Registro Oficial 1766*. https://www.manabi.gob.ec/wp-content/uploads/2022/09/PDOT_Manabi_2030_v1.1..pdf
- Gómez-Vega, M., & Picazo-Tadeo, A. (2019). Ranking world tourist destinations with a composite indicator of competitiveness: To weigh or not to weigh? *Tourism Management*, 72, 281–291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.006>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>
- Imali N., F. (2020). Tourism Competitiveness by Shift-Share Analysis to way-forward Destination Management: A case study for Sri Lanka. *Journal of Tourism and Services*, 11(21), 88–102. <https://doi.org/10.29036/jots.v11i21.139>
- Intriago, M. M., Vélez, A. M., & García, N. (2021). Producto Agroturístico en el aprovechamiento del potencial de los espacios rurales: cantón Chone. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*, 1(1), 59–64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9344337>
- Isenberg, D. J. (2010). *How to Start an Entrepreneurial Revolution*.
- Isenberg, D. J. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurships. *The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*,

- 1(781), 1–13. [http://www.wheda.com/uploadedFiles/Website/About_Wheda/Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.pdf](http://www.wheda.com/uploadedFiles/Website/About_Wheda/Babson_Entrepreneurship_Ecosystem_Project.pdf)
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Escuela de Negocios de la ESPOL. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Lin, M. S., Sharma, A., Pan, B., & Quadri-Felitti, D. (2023). Information asymmetry in the innovation adoption decision of tourism and hospitality SMEs in emerging markets: A mixed-method analysis. *Tourism Management*, 99, 104793. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104793>
- Lux, A. A., Macau, F. R., & Brown, K. A. (2020). Putting the entrepreneur back into entrepreneurial ecosystems. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1011–1041. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2020-0031>
- Macías-Mero, M., & Feijó-Cuenca, T. (2022). Las Empresas Turísticas como Impulso de Crecimiento Económico en San Clemente, Manabí. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(2), 435–451. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383443.pdf>
- Marcel Amègnonna, D. T., Ndomandji Kambaye, E., Bekun, F. V., & Eoulam, A. O. (2023). Exploring the linkage between tourism, governance quality, and poverty reduction in Latin America. *Tourism Economics*, 29(1), 210–234. <https://doi.org/10.1177/13548166211043974>
- MINTUR. (2022). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Gobierno Regional Lima. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informede-Rendición-de-Cuentas-2020.pdf>
- Mustafá Coban, N. (2021). The Impact of Economic Freedoms on Tourism Competitiveness: Empirical Evidence from Latin America Countries. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. <https://doi.org/10.33905/bseusbed.906691>
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service Quality in Tourism: A Systematic Literature Review and Keyword Network Analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665. <https://doi.org/10.3390/su11133665>
- Rivera Mateos, M., & Félix Mendoza, Á. G. (2019). *Planificación estratégica y gobernanza en la recuperación de destinos turísticos afectados por desastres socio-naturales. Un estado de la cuestión* [Universidad de Alicante]. <http://hdl.handle.net/10045/99991>
- Romano da Silva, M., & Ietto Montilha, R. de C. (2021). Contribuições da técnica Delphi para a validação de uma avaliação de terapia ocupacional em deficiência visual. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, 29. <https://doi.org/10.1590/2526-8910.ctoao2163>
- Shwetzzer, C., Maritz, A., & Nguyen, Q. (2019). Entrepreneurial ecosystems: a holistic and dynamic approach. *Journal of Industry-University Collaboration*, 1(2), 79–95. <https://doi.org/10.1108/JIUC-03-2019-0007>
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49–72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2023). Exploring the contribution of sustainable entrepreneurship toward sustainable development goals: A bibliometric analysis. *Green Technologies and Sustainability*, 1(3), 100038. <https://doi.org/10.1016/j.grets.2023.100038>
- Zambrano-Santos, L. Z., Navajas Romero, V. M., & Ceular Villamandos, N. (2022). La realidad del turismo en Manabí (Ecuador) y la economía circular como potencial de sostenibilidad turística. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 6(1), 134–150. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/23810>