

EMPRENDIMIENTO EN EL TURISMO DE MANABÍ: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LAS MIPYMES

ENTREPRENEURSHIP IN MANABI TOURISM SECTOR: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR MSMES

Recibido: 21/05/2025 – **Aceptado:** 03/06/2025

Doi: <https://doi.org/10.56124/corporatum-360.v8i15.010>

Joe Bryan Catagua Solorzano ¹; David Alberto Montesdeoca Loo ²; José Rafael Vera Vera ³

^{1,2,3}Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí – ESPAM. Calceta - Ecuador

¹**correo:** joe.catagua@espam.edu.ec; **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-2452-6648>

²**correo:** david.montesdeoca@espam.edu.ec; **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0005-1174-5328>

³**correo:** jose_verav@espam.edu.ec; **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-1721-8770>

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo examinar las oportunidades y desafíos que enfrentan las MIPYMES turísticas en Manabí, considerando su contribución al empleo y al desarrollo local, así como las dificultades de financiamiento y formación técnica. Se implementó una metodología mixta y exploratoria-descriptiva, combinando encuestas aplicadas a emprendedores y turistas de los cantones de Manta, Portoviejo y Puerto López, con el fin de obtener datos representativos sobre la situación actual del sector. Los resultados evidenciaron la relevancia de las MIPYMES como motores económicos locales, destacando la falta de acceso a crédito y la limitada capacitación técnica como factores restrictivos al crecimiento. El análisis FODA permitió identificar fortalezas como la riqueza cultural y natural, mientras que las debilidades se vincularon con la informalidad y la escasa innovación. Las estrategias propuestas enfatizaron la necesidad de programas de formación continua, políticas de apoyo financiero y promoción de alianzas estratégicas para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector.

Palabras clave: oportunidades y desafíos, pymes turísticas, emprendimientos, destinos turístico, estrategias turísticas; competitividad

ABSTRACT

The objective of this research was to examine the opportunities and challenges faced by tourism MSMEs in Manabí, considering their contribution to employment and local development, as well as the difficulties of financing and technical training. A mixed and exploratory-descriptive methodology was implemented, combining surveys applied to entrepreneurs and tourists from the cantons of Manta, Portoviejo and Puerto López, in order to obtain representative data on the current situation of the sector. The results showed the relevance of MSMEs as local economic drivers, highlighting the lack of access to credit and limited technical training as restrictive factors to growth. The SWOT analysis made it possible to identify strengths such as cultural and natural wealth, while weaknesses were linked to informality and little innovation. The proposed strategies emphasized the need for continuous training programs, financial support policies and promotion of strategic alliances to strengthen the competitiveness and sustainability of the sector.

Keywords: opportunities and challenges, tourism SMEs, entrepreneurship, tourist Destinations, Tourism Strategies; Competitiveness

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una importante alternativa de desarrollo para las economías de los países (Carranza y Carranza, 2021). En este sentido, las oportunidades y desafíos para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas son cada vez más complejas a escala global (Delgado y Rodríguez, 2022). Por esta razón, existe una creciente importancia en la literatura científica sobre los emprendimientos turísticos y hoteleros, con una marcada connotación en la generación de nuevos modelos de negocios que mejoren la captación de valor en el mercado a través de una oferta diferenciada (García, 2024).

En América Latina, los atributos culturales, naturales y comerciales de las diversas regiones han sido identificados como motores clave para la dinamización económica a través del turismo (Pacheco, 2022). Según las Organización de Naciones Unidas para el Turismo (ONU Turismo, 23 de agosto del 2024) entre el 2019 y el 2023, el sector turístico logró atraer 1.983 proyectos de inversión extranjera directa (IED) con un total de 106,7 millones de dólares americanos, de los cuales 20,5 mil millones se anunciaron para 212 proyectos en América Latina y el Caribe (ALyC), estimando la generación de 73,000 empleos. Con base en los datos declarados por este organismo, el turismo es un sector líder en la inversión para el desarrollo económico para los países de la región.

Ecuador es uno de los países que han buscado potenciar la IED dentro de la región de ALyC (ONU Turismo, 30 de junio del 2023). Sin embargo, las condiciones para el desarrollo de emprendimiento desde generados por inversión interna, son aún desfavorables. En este contexto, el difícil acceso a financiamiento, la burocracia y una infraestructura tecnológica deficiente son las principales barreras para los emprendedores ecuatorianos, quienes, a pesar de las iniciativas gubernamentales y apoyos de otros organismos, difícilmente pueden sostener sus negocios (Morante et al., 2023; Rivadeneira-Moreira, 2023). El personal poco capacitado es otra de las barreras para el emprendimiento turístico, puesto que en el Ecuador existen emprendedores provenientes de sitios con

limitado acceso a la educación (Chaca, 2022). Una formación constante es un punto clave para brindar un servicio de calidad, sin embargo, la carencia de conocimientos provoca ineficiencia en el negocio y dificultad para ajustarse a las tendencias del mercado.

Por otra parte, las MIPYMES representan una parte significativa del tejido empresarial en el Ecuador (Pineda 2022). De hecho, Yance et al. (2017) señala que la generación de empleo es uno de los principales aportes, el cual contribuye a la dinamización de la economía local y fortalece el eje de gobernabilidad. Aunque la presencia de las PYMES acelera el desarrollo económico de las distintas localidades del país, están enfrentan competencias de grandes empresas con altos niveles de productividad y economía de escala que las sitúan en condiciones de desventaja (Yance et al., 2017).

El sector turístico, una de las áreas con mayor potencial para el desarrollo económico en Manabí, donde las MIPYMES resultaron mayormente afectadas a causa de la pandemia del COVID-19. Este evento demostró la necesidad de una gestión resiliente y la capacidad de las empresas para adaptarse y superar adversidades (Cruz, 2020). Sin embargo, las MIPYMES enfrentan otras dificultades para mantenerse a flote, y un importante número de ellas, opta por cerrar sus puertas durante los primeros años de operación las que logran sobrevivir, a menudo se encuentran en un ciclo de bajo crecimiento y rentabilidad. Por esta razón, Savala (2021) destaca la necesidad crítica de implementar estrategias efectivas para mejorar su desempeño y competitividad.

Al analizar las dimensiones empresariales, Manabí destaca como el tercer conglomerado en número de empresas a nivel nacional, representando un 7.43% del total (INEC, 2022a). El sector empresarial manabita proporciona significativas oportunidades laborales, con un 34.22% en microempresas y un 16.37% en pequeñas empresas (INEC, 2022b). A pesar de estos indicadores positivos, el entorno empresarial enfrenta desafíos que afectan su crecimiento y estabilidad. Por ejemplo, el limitado conocimiento del personal sobre procesos administrativos y la

baja articulación entre las asociaciones de las MIPYMES reduce la capacidad de generar un desarrollo sólido del sector turístico en varias localidades de Manabí (Buri et al., 2022).

Además, gran parte del territorio manabita es rural, donde las deficiencias en términos de infraestructura, servicios básicos y conectividad, son problemáticas comunes que inciden negativamente (Chávez, et al, 2023). Estas limitaciones reducen su capacidad de competir frente otros destinos y generalmente ocasionan una baja afluencia de visitantes hacia estos espacios, situación que empeora la capacidad de sostener estos pequeños negocios turísticos en la provincia. Esta realidad plantea la necesidad de analizar las oportunidades y desafíos que enfrentan las MIPYMES en Manabí, con la finalidad de proponer soluciones estratégicas a los problemas coyunturales de este sector en el ámbito turístico.

2. METODOLOGÍA

Los estudios relacionados con el estudio del ecosistema de emprendimientos han tenido un aumento considerable en la literatura científica, sin embargo, en el ámbito del turismo, los avances teóricos no han destacado mayormente. Bajo esta perspectiva, el presente estudio es de nivel exploratorio descriptivo con enfoque mixto, tuvo como propósito analizar el emprendimiento turístico en Manabí para identificar las oportunidades y desafíos de las MIPYMES localizadas en el área de estudio.

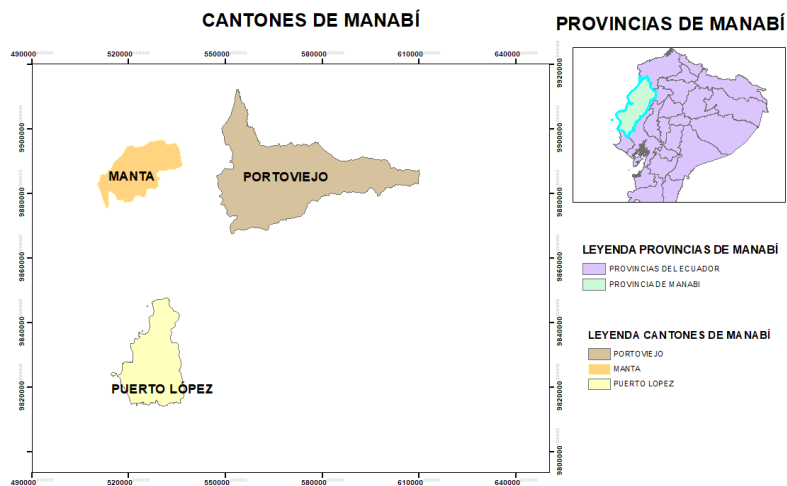
La investigación se desarrolló en Manabí, la tercera provincia más poblada del Ecuador (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del Ecuador [INEC], 2024). El territorio bajo estudio posee un total de 29,909 MIPYMES de acuerdo con el Catastro de Establecimientos Turísticos del Ecuador (MINTUR, 2024) lo que comprende el total de MIPYMES existentes en el país.

De acuerdo con García (2022) el mayor número de MIPYMES turísticas se localizan en los principales destinos turísticos de Manabí que agrupan las ciudades: (1) Portoviejo (351); (2) Manta (848); (3) Puerto López (162), las cuales concentran

el 70 % de los emprendimientos turísticos de la provincia debido a que son los territorios más representativos y comerciales de la provincia de Manabí (figura 1).

Figura 1

Zona de Estudio



Nota. Elaborado por los autores utilizando el programa ArcGis versión 10.4.1

En la primera fase, se analizó la situación del emprendimiento en el área de estudio mediante la aplicación de una encuesta utilizando la herramienta de Sistemas de Información Geográfica (SIG) Survey123, parte de la plataforma ArcGIS. Esta herramienta permitió recopilar datos georreferenciados de manera eficiente, asociando cada respuesta a una ubicación específica dentro del área de estudio, garantizando la fiabilidad de los datos. A partir del geo-análisis se logró identificar patrones y tendencias geográficas relacionadas con la actividad emprendedora en el ámbito turístico, proporcionando una comprensión más profunda de las dinámicas locales y sus implicaciones.

Los criterios considerados para la elaboración del cuestionario se basaron en los aportes de García (2022) quien define seis dimensiones que afectan al emprendimiento turístico: (1) financiamiento; política, cultura emprendedora, soporte empresarial, capital humano y mercado. El mismo autor propone otros elementos asociados a la caracterización de las MIPYMES y que son importantes para comprender la oferta de servicios turísticos en el destino. La encuesta se

desarrolló durante los meses de noviembre y diciembre del 2024, por medio de visitas directas, permitiendo recopilar información precisa sobre la realidad de estos negocios en el entorno local.

Para la recolección de datos, se utilizó un muestreo probabilístico al azar con fórmula de población finita. De acuerdo con el Catastro del MINTUR 2024 en Manabí existen 1,361 MIPYMES, las cuales componen la población (N) sujeta a estudio. Para garantizar el rigor estadístico, se consideró un nivel de confianza (Z) del 95% con probabilidad de éxito (p) fracaso (q) de 50% cada una al no existir estudios previos que permitan establecer una tendencia sobre el fenómeno abordado en esta investigación; se recogieron un total de 382 registros (n), lo que conforma un margen de error menor al 5%.

En la segunda fase se llevó a cabo una encuesta orientada a los turistas que visitan el destino con la finalidad de identificar sus motivaciones. El cuestionario se estructuró en ocho secciones, cada una enfocada en factores que influyen en la decisión de visita, considerando la propuesta de García et al (2023). La encuesta fue aplicada en el último trimestre del 2024 en los cantones de Portoviejo, Manta y Puerto López. Para la recolección de los datos, se utilizó un muestreo probabilístico al azar con fórmula de población infinita, puesto que no existen datos estadísticos fiables sobre la llegada de los turistas a los destinos de Manabí, para ello, se estableció un nivel de confianza (Z) del 95%, probabilidad de éxito-fracaso (p-q) del 50% respectivamente, y un margen de error (e) del 5%; se logró recolectar un total de 384 registros.

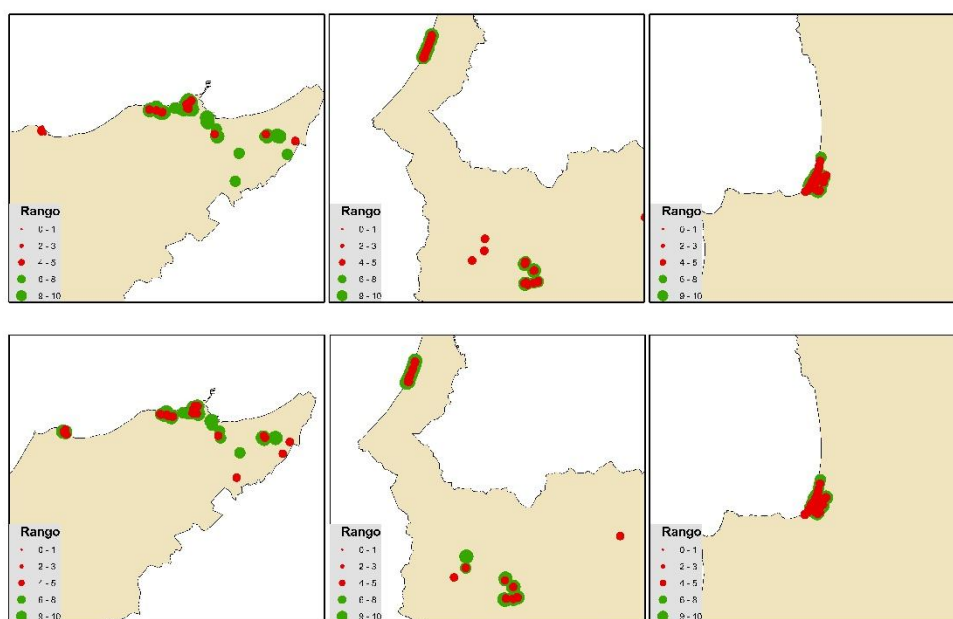
Los resultados de las encuestas permitieron conocer la situación actual del emprendimiento en Manabí, sus principales desafíos y oportunidades, las cuales fueron sintetizadas en una matriz FODA con la finalidad de establecer estrategias que le permitan a las MIPYMES del sector turístico del área bajo estudio, potenciar sus fortalezas, erradicar sus debilidades, aprovechar sus oportunidades y atenuar las amenazas.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los emprendedores turísticos en Portoviejo y Puerto López manifestaron que uno de los desafíos que enfrentan a diario es el de recursos humanos, esta problemática puede deberse a la falta de programas de formación técnica especializada y a la migración de talento hacia ciudades con mayores oportunidades económicas, como Manta. La escasez de personal calificado incide directamente en la calidad del servicio, afectando la experiencia del visitante y limitando la competitividad del destino. En contraste, la ciudad de Manta evidenció una mayor actividad emprendedora, impulsada por un entorno comercial más dinámico y una mayor segmentación del nicho de mercado. La diversidad de perfiles turísticos y el flujo constante de visitantes internacionales en Manta favorecen la especialización de los servicios, lo que permite una diferenciación más clara en la oferta. Sin embargo, en Portoviejo y Puerto López, la limitada identificación de nichos específicos redujo la capacidad de atraer a un público objetivo definido, (figura 2)

Figura 2

Recursos Humano y Nichos de mercado

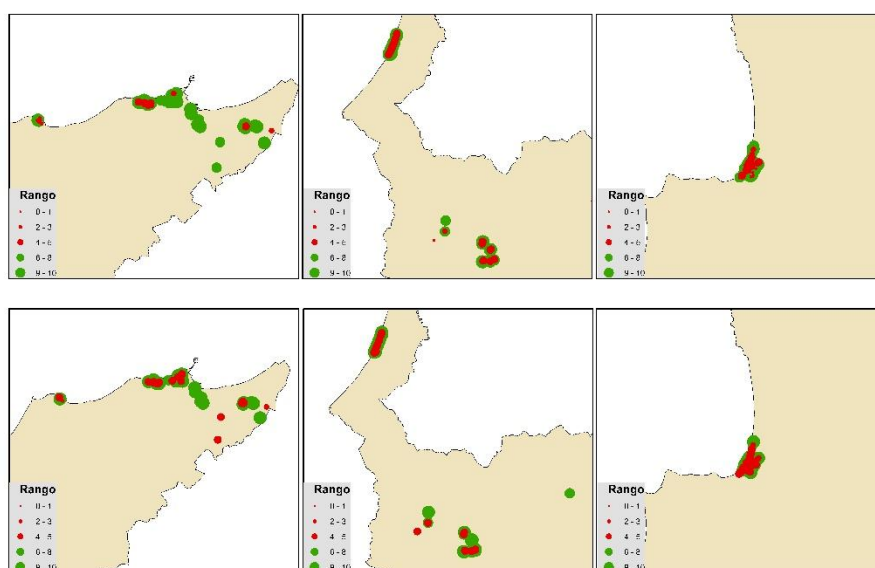


Nota. En la figura 2 se analizan dos variables: (1) recursos humanos y (2) nichos de mercado, ubicadas en sentido superior-inferior, respectivamente. Los mapas se organizan de izquierda a derecha según el siguiente orden: Manta, Portoviejo y Puerto López. Los rangos representan la valoración de los emprendedores respecto a las variables objeto de análisis; las valoraciones ≤ 5 (media aceptable) están representadas en color rojo, mientras que las valoraciones positivas (≥ 6) se representan en color verde. El mapa fue elaborado por los autores utilizando el programa ArcGIS versión 10.4.1.

Según la información obtenida, Manta destaca por una alta concentración de políticas de apoyo al emprendimiento, esto demuestra un acceso destacado en comparación con otros destinos. En el caso de Portoviejo, el acceso a estas políticas es moderado y más disperso, lo que indica que su alcance no es uniforme. Asimismo, Puerto López cuenta con menor densidad en la implementación de políticas. En cuanto a los recursos financieros para el emprendimiento, Manta prevalece nuevamente, Portoviejo está más disperso y Puerto López muestra un acceso reducido, reflejando las carencias importantes en comparación con los otros territorios, (figura 3).

Figura 3

Políticas de apoyo al emprendimiento y Recursos Financieros



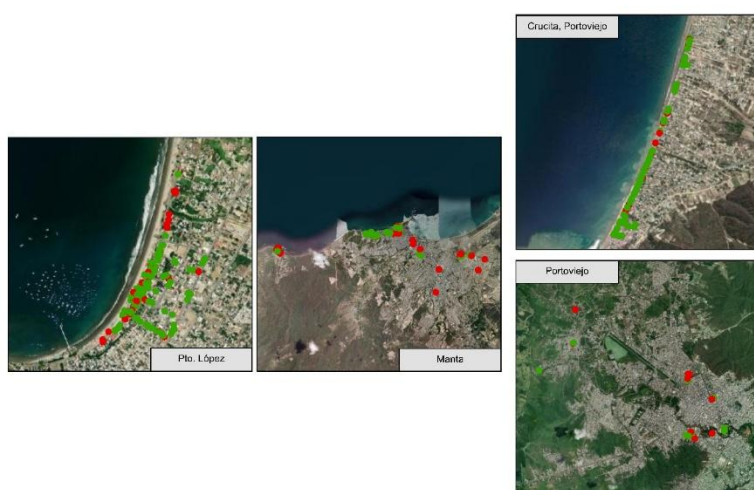
Nota. En la figura 2 se analizan dos variables: (1) políticas de apoyo al emprendimiento y (2) recursos financieros, ubicadas en sentido superior-inferior,

respectivamente. Los mapas se organizan de izquierda a derecha según el siguiente orden: Manta, Portoviejo y Puerto López. Los rangos representan la valoración de los emprendedores respecto a las variables objeto de análisis; las valoraciones ≤ 5 (media aceptable) están representadas en color rojo, mientras que las valoraciones positivas (≥ 6) se representan en color verde. El mapa fue elaborado por los autores utilizando el programa ArcGIS versión 10.4.1.

En Portoviejo, los planes de negocio se concentran principalmente en el sector de Crucita, lo que refleja una oportunidad de especialización en este destino, pero limita el crecimiento y la diversificación en otras áreas del territorio. La falta de planes de negocio en otras zonas del cantón muestra una deficiencia en la capacidad emprendedora local, lo que dificulta la competitividad y sostenibilidad de nuevos emprendimientos. Por otra parte, en Manta la presencia de múltiples planes de negocio destaca la vitalidad emprendedora del territorio, convirtiéndolo en un referente para el desarrollo turístico. La diversificación de estos planes permite afrontar de manera más efectiva las demandas del mercado, lo que resulta en una mayor competitividad. Para Puerto López, la escasez de planes de negocio limita las oportunidades de crecimiento, ya que la falta de planificación estratégica no permite enfrentar adecuadamente los desafíos del mercado (figura 4).

Figura 4

Elaboración de Plan de negocios previo la puesta en marcha del emprendimiento



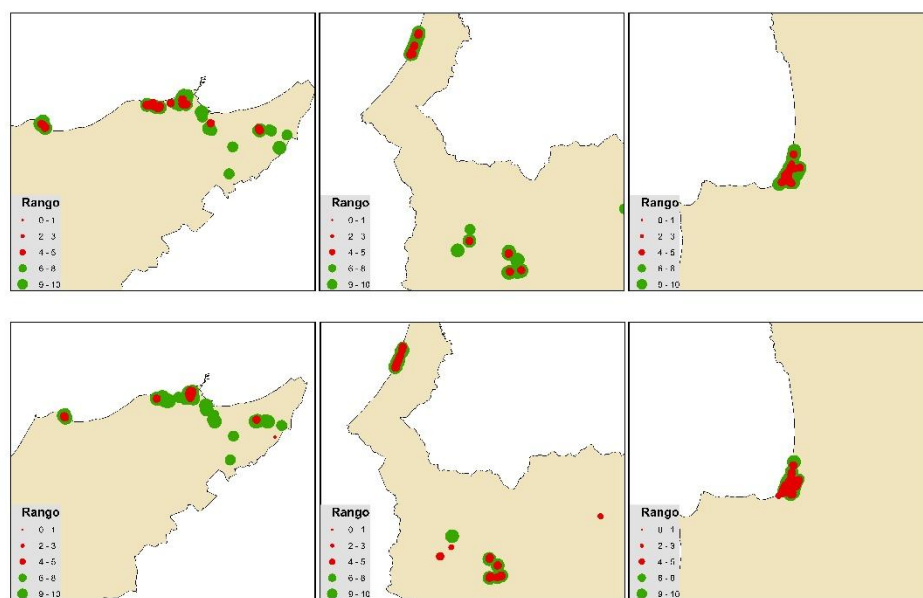
Nota. En la figura 2 se analizó una variable: (1) elaboración de planes de negocios previo la puesta en marcha del emprendimiento, ubicada en sentido superior-inferior, respectivamente. Los mapas se organizan de izquierda a derecha según el

siguiente orden: Manta, Portoviejo y Puerto López. Los rangos representan la valoración de los emprendedores respecto a las variables objeto de análisis; las valoraciones ≤ 5 (media aceptable) están representadas en color rojo, mientras que las valoraciones positivas (≥ 6) se representan en color verde. El mapa fue elaborado por los autores utilizando el programa ArcGIS versión 10.4.1.

La mentalidad emprendedora se encuentra bien desarrollada en Manta, aunque también se evidencia áreas con niveles bajos, lo que demuestra algunas desigualdades en la percepción emprendedora. En Portoviejo, hay más dispersión, esto indica un desarrollo moderado en el territorio. Sin embargo, Puerto López refleja una menor cultura emprendedora en relación con los anteriores destinos. Acerca del apoyo empresarial, Manta sobresale nuevamente, Portoviejo presenta un acceso equilibrado pero limitado, demostrando un nivel de apoyo menos robusto que Manta, Puerto López evidencia un acceso reducido, resaltando la importancia de este factor (figura 5).

Figura 5

Mentalidad emprendedora y Apoyo empresarial



Nota. En la figura 2 se analizan dos variables: (1) mentalidad emprendedora y (2) apoyo empresarial, ubicadas en sentido superior-inferior, respectivamente. Los mapas se organizan de izquierda a derecha según el siguiente orden: Manta,

Portoviejo y Puerto López. Los rangos representan la valoración de los emprendedores respecto a las variables objeto de análisis; las valoraciones ≤ 5 (media aceptable) están representadas en color rojo, mientras que las valoraciones positivas (≥ 6) se representan en color verde. El mapa fue elaborado por los autores utilizando el programa ArcGIS versión 10.4.1.

El perfil del turista evidenció una predominancia de personas con formación académica superior, ya que más del 50% poseía estudios de tercer nivel, seguido por un significativo grupo con educación secundaria. Este nivel educativo podría estar relacionado con un mayor interés en experiencias turísticas diversificadas y de valor cultural. En cuanto a la ocupación, se identificó una distribución variada, destacando empleados privados, emprendedores y desempleados, lo que sugiere una presencia heterogénea de turistas con diferentes niveles de estabilidad financiera y motivaciones de viaje, influyendo en las decisiones de gasto y preferencia por ciertos destinos y servicios.

Los principales canales de información utilizados por los turistas fueron las plataformas digitales, destacándose Instagram y TikTok, lo que refleja una tendencia hacia el consumo de contenido visual y breve para planificar sus experiencias. La mayoría viajó en familia, seguido por grupos reducidos o viajes individuales, evidenciando una inclinación hacia experiencias compartidas que promueven la convivencia y el disfrute colectivo. Estos resultados sugieren la necesidad de diseñar estrategias promocionales visualmente atractivas y experiencias orientadas al turismo familiar para maximizar la satisfacción y fidelización de este perfil de visitante, (Tabla 1).

Tabla 1

Información general

Características demográficas		%
Formación		
Sin estudios		0.61%
Primaria		2.15%
Secundaria		38.34%
Tercer	Nivel	52.76%
Cuarto Nivel		6.13%

Ocupación principal	
Empleado privado	26.38%
Servidor público	11.04%
Emprendedor	26.38%
Freelancer	6.75%
Jubilado	0.92%
Desempleado	28.53%
Características del viaje	%
Medios de información	
Facebook	31.94%
Instagram	15.28%
Whatsapp business	26.39%
Tik tok	6.94%
Otra	
Grupo de viaje	
Viaja solo	38.34%
En familia	20.55%
Con amigos	20.55%
En pareja	20.55%

Nota. Información obtenida en base a una encuesta aplicada a 384 turistas que comúnmente visitan las ciudades de Portoviejo, Manta y Puerto López.

El análisis evidenció un gasto promedio diario entre 50 y 60 dólares americanos, lo que sugirió un comportamiento de consumo moderado, posiblemente asociado a turistas con un poder adquisitivo medio y expectativas equilibradas entre calidad y costo. El tiempo de pernoctación de 3 a 4 días reflejó una tendencia hacia estancias breves, lo que podría estar vinculado a viajes planificados con fines recreativos o escapadas cortas. Predominó la contratación directa (49.85%) sobre otros canales de reservación, lo que denotó una preferencia por la gestión autónoma del viaje, mientras que las redes sociales y las OTA fueron fuentes secundarias pero relevantes, tabla (2).

Tabla2

Relación con el servicio o producto

Gasto promedio	50 - 60\$ dólares americanos por día
Tiempo de pernoctación	3 - 4 días de pernoctación
Reservación	
Agencias de viajes tradicionales	8.26%
Llamada telefónica	3.67%
Contratación directa	49.85%
OTA (Agencias de viajes virtuales)	16.21%
Redes sociales	22.02%

Nota. Información obtenida en base a una encuesta aplicada a 384 turistas que comúnmente visitan las ciudades de Portoviejo, Manta y Puerto López.

De acuerdo con las motivaciones de viaje, los turistas que visitan estos destinos tienen una mayor convicción por la modalidad de turismo Sol y Playa, lo cual demuestra que esta tipología aun sigue siendo una de las más consumidas por parte de visitantes nacionales e internacionales. Asimismo, algunas actividades asociadas incluyen visitar la playa, centros comerciales, entre otros. En ese contexto, los resultados sugieren la importancia de diversificar la oferta turística para cumplir estas expectativas y potenciar los destinos mencionados, (tabla 3).

Tabla 3.

Motivaciones de viaje

Consumo turístico	Sol y playa, Turismo rural, Turismo de aventura, Turismo de compra y Turismo cultural.
Actividades turísticas	Visitar la playa, Visitar Malls Compra de artesanías, Visitar Museo y Sitios destinados a la fotografía.

Nota. Información obtenida en base a una encuesta aplicada a 384 turistas que comúnmente visitan las ciudades de Portoviejo, Manta y Puerto López.

Los destinos Manta, Portoviejo y Puerto López evidenciaron una alta motivación por parte de los visitantes, lo que reflejó un interés significativo en la oferta turística y una conexión emocional con la experiencia vivida. La percepción positiva generalizada indicó satisfacción con los servicios y atractivos, sugiriendo

una correlación entre la calidad percibida y la experiencia global. La alta tasa de recomendación (97.15%) confirmó un alto nivel de fidelización, lo que podría incidir en un efecto multiplicador del turismo mediante el boca a boca positivo, posicionando a estos destinos como referentes competitivos a nivel regional, (ver tabla 4).

Tabla 4

Fidelidad al destino

Nivel de motivación	Motivación alta [8] en una escala del 1-10
Percepción	Positiva [8] en una escala del 1-10
Recomendación	
Sí	97.15%
No	2.85%

Nota. Información obtenida en base a una encuesta aplicada a 384 turistas que comúnmente visitan las ciudades de Portoviejo, Manta y Puerto López.

El análisis FODA se construyó a partir de la recopilación y evaluación de datos obtenidos de encuestas aplicadas a emprendedores turísticos de Manta, Portoviejo y Puerto López. Las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas permitieron realizar un cruce de variables, relacionando los aspectos internos con los factores externos del entorno. Este cruce facilitó la definición de estrategias específicas para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades del sector, con el objetivo de optimizar el emprendimiento turístico en la región y fortalecer la competitividad local, (Tabla 5).

Tabla 5

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
• Manta como destino turístico consolidado. • Creciente motivación y fidelidad al destino. • Gasto promedio moderado de los turistas.	• Expansión de planes de negocio en todo Portoviejo y Puerto López. • Creación de nuevos nichos de mercado en Portoviejo y Puerto López.

• Alta percepción positiva de los servicios turísticos. • Diversificación de planes de negocio en Manta. • Presencia de nichos de mercado definidos en Manta. • Potencial de especialización de sectores como Crucita en Portoviejo.	• Diversificación de la oferta turística en Puerto López. • Aumento de la inversión en infraestructura turística en Puerto López. • Potencial para desarrollar el ecoturismo y turismo cultural en la región. • Promoción de Manta como referente para la capacitación de emprendedores. • Creación de alianzas estratégicas entre emprendedores y entidades públicas.
Debilidades	Amenazas
• Escasez de recursos humanos calificados en Portoviejo y Puerto López. • Limitada identificación de nichos de mercado en Portoviejo y Puerto López. • Concentración de emprendimientos en sectores específicos de Portoviejo. • Escasez de planes de negocio en Puerto López. • Infraestructura turística limitada en algunas zonas de Puerto López. • Poca diversificación en la oferta de productos turísticos en Puerto López. • Baja tasa de innovación en productos y servicios turísticos fuera de Manta.	• Competencia creciente en Manta de otros destinos turísticos regionales. • Desigualdad en el desarrollo turístico entre Manta, Portoviejo y Puerto López. • Limitado apoyo institucional para emprendedores fuera de Manta. • Escasez de recursos financieros para emprendedores en Puerto López. • Saturación del mercado turístico en Manta debido a la alta competencia. • Riesgos ambientales que afectan a la sostenibilidad de los destinos. • Dependencia del turismo masivo que puede generar una oferta homogénea y poco diferenciada.

Nota. Información elaborada a partir de los resultados obtenidos por las encuestas de los emprendimientos y turistas realizadas en Manta, Portoviejo y Puerto López.

Tabla 6

Identificación de oportunidades y desafíos y Estrategias en base al FODA

Oportunidades	Desafíos	Estrategias
Extensión de planes de negocio en Portoviejo y Puerto López	Limitado recursos humanos calificados en Portoviejo y Puerto López	Estrategia SO: Promover programas de capacitación y formación técnica en emprendimiento turísticos
Expansión de nuevos nichos de mercados en Portoviejo y Puerto López	Limitada identificación de nichos de mercado en Portoviejo y Puerto López	Estrategia WO: Investigar nichos específicos para diversificar la oferta
Diversificación de la oferta turística en Puerto López	Escasez de planes de negocio	Estrategia WO: Impulsar la creación de planes de negocio entre emprendedores locales
Aumento de la inversión en la infraestructura turística	Infraestructura escasa en algunas zonas de Puerto López	Estrategia ST: Crear alianzas publicas privadas para invertir en infraestructura
Promoción de Manta como referente para la capacitación de emprendedores	Limitado apoyo institucional para emprendedores	Estrategia WO. Impulsar programas de apoyo y asesoría institucional a emprendedores
Creación de alianzas estratégicas entre emprendedores y entidades públicas	Limitado recursos financieros para emprendedores en Puerto López	Estrategia ST: Crear alianzas con entidades financieras para facilitar el acceso a créditos y fondos para emprendedores

Nota. Información elaborada a partir del análisis FODA

4. CONCLUSIONES

El emprendimiento en el turismo en Manabí enfrenta retos significativos relacionados con la escasez del personal calificado, principalmente en los destinos de Portoviejo y Puerto López, lo que impacta negativamente en la calidad del servicio y la competitividad de las MIPYME. Manta, en contraste, presenta mejores condiciones gracias a su dinamismo económico y acceso a recursos. Esto demuestra la necesidad de programas especializado de capacitación técnica para fortalecer el capital humano y reducir las desigualdades en los destinos mencionados.

El perfil del turista demostró datos importantes que son cruciales para que las MIPYME diseñen ofertas turísticas que responda a características con expectativas de calidad moderada, priorizando estrategias promocionales visualmente atractivas y servicios orientados al turismo familiar y cultural, lo cual podría fortalecer la fidelización y posicionamiento competitivo de estos destinos en Manabí.

Aunque Manta ha logrado diversificar su oferta turística y especializarse en nichos específicos, Portoviejo y Puerto López muestran limitada capacidad para identificar mercados diferenciados. La carencia de planes de negocio en estos destinos representa una barrera para el crecimiento de las MIPYME y sostenibilidad del sector turístico, poniendo de manifiesto la importancia de diseñar estrategias que promuevan la planificación en territorios para mejorar la competitividad.

5. REFERENCIAS

- Buri, V. D. R. S., Chele, F. A. L., Bacusoy, B. A. F., & Zorrilla, G. Y. C. (2022). Proceso administrativo: un estudio al crecimiento empresarial de las MIPYMES operadoras turísticas, cantón Puerto López. *RECIMUNDO*, 6(3), 344-354. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(3\).junio.2022.344-354](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(3).junio.2022.344-354)
- Carranza, Y. M. G., & Carranza, E. K. G. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13612-13624. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346

- Delgado Miranda, K. R., y Rodríguez Mendoza, Y. D. (2022). Centro de operaciones turísticas que fortalezca los emprendimientos en la zona de influencia de la represa
Sixto Durán Ballén.<http://repositorio.esпам.edu.ec/handle/42000/1980>
- Eguía Casis, A., Bonilla Loyo, E., Martínez Bonilla, G. E., & González Hernández, R. (2020). Desafíos y Oportunidades de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en la tercera década del siglo XXI, en México. Razón Y Palabra, 23(105). <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1591>
- Garcia 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. <https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>
- Llurdés, J. C., Romagosa, F., y Díaz-Soria, I. (2021). Las micro y pequeñas empresas turísticas y la protección del patrimonio cultural en clave de sostenibilidad. ROTUR. Revista De Ocio Y Turismo, 15(1), 119–138. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.6495>
- Morante, A. E. R., Cerezo, G. C. M., Flores, J. L. R., Briones, P. F. E., y Nuñez, I. N. S. (2023). Desafíos y Oportunidades del Financiamiento de las PYMES en Ecuador en el Año 2022: Perspectivas y Recomendaciones. X-pedientes Económicos, 7(18), 96-112 https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/157.
- Moreira, C. M. ., y Guzmán, L. M. . (2022). Relevancia de los sistemas de información gerencial en la competitividad del sector turístico de Manabí . Revista Científica Ciencia Y Tecnología, 22(35). <https://doi.org/10.47189/rcct.v22i35.553>
- ONU Turismo (23 de agosto del 2024). En Latinoamérica, ONU Turismo Impulsa el Crecimiento a Través de las Inversiones. <https://www.unwto.org/es/news/en-latinoamerica-onu-turismo-impulsa-el-crecimiento-a-traves-de-las-inversiones>
- ONU Turismo (30 de junio del 2023). La OMT pone el foco en la inversión en turismo en las Américas. <https://www.unwto.org/es/news/es/la-omt-pone-el-foco-en-la-inversion-en-turismo-en-las-americas>
- Pacheco, E. & Medinaceli, A. (2022). “¿Turismo como motor de desarrollo sostenible? Análisis comparativo de las ventajas y desventajas de los principales productos/servicios de exportación de Bolivia.” Documento de

Trabajo #01/2022. La Paz, Bolivia: UPB-SDSN Bolivia.
<https://sdsnbolivia.org/wp-content/uploads/2022/08/Documento-de-trabajo-1-2022-SDSN.pdf>

Padilla, M. (2020). Conciencia y visibilidad. retos a las prácticas de gestión o principios del turismo sostenible. Universidad - Verdad, 76(1).
https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/UVERDAD/076/articulo03/uazuay.conciencia_y_visibilidad_retos_a_las_practicas_de_gestion_o_principios_del_turismo.html

Pineda Rodriguez, K. A. Impacto de las Políticas Públicas de Apoyo en la Internacionalización de las PYMES del Sector Turismo Colombiano Durante los Años 2008-2018 <http://hdl.handle.net/10654/45687>.

Rivadeneira-Moreira, J. C. (2023). Innovación y Emprendimiento en Ecuador: Tendencias y Perspectivas. Revista Científica Zambos, 2(3), 29-41.
<https://doi.org/10.69484/rcz/v2/n3/48>

Toselli, C., Takáts, A., y Davi, L. (2020). Análisis de la sostenibilidad en emprendimientos turísticos ubicados en áreas rurales y naturales. Estudios de caso en la provincia de Entre Ríos, Argentina. Cuadernos de Turismo(45), 461-489. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/426211/283251>

Vázquez, J., Hidalgo, C., y Lanero, A. (2020). Turismo sostenible y emprendimiento digital: una aproximación a los nuevos perfiles de turistas. Economía industrial.
<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/417/VA%CC%81ZQUEZ,%20HIDALGO%20Y%20LANERO.pdf>

Yance, C. C., Solís, G. L., Burgos, V. I., y Hermida, H. L. (Junio de 2017). eumed.net.La importancia de las PYMES en el Ecuador:
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecua-dor.html>