

El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del
Estado de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 41

Julio / Diciembre 2021

Artículo**Título**

Factores determinantes en la
comercialización de productos
turísticos en el cantón Manta,
Manabí, Ecuador

Autores:

Nelson García Reinoso
Gilberto Blanco González
Yomara Quintero Ichazo

Fecha Recepción:

12/03/2019

Fecha Reenvío:

01/10/2020

Fecha Aceptación:

07/06/2021

Páginas:

83 - 109

**Factores determinantes en la comercialización de productos
turísticos en el cantón Manta, Manabí, Ecuador****Determining factors in the commercialization of tourist
products in the Manta canton, Manabí, Ecuador****Resumen**

El presente artículo tiene como objetivo estudiar la oferta y la demanda turística como factores determinantes en la comercialización de productos turísticos en el destino Manta, Ecuador afectado por el terremoto del 16 de abril de 2016 y recientemente por el coronavirus (COVID-19), que originó a partir del 16 de marzo de 2020, decretar el estado de excepción en Ecuador con el propósito de contener la transmisión del virus. La metodología inicia con el estudio de la oferta turística que permite identificar las problemáticas que conmueven al sector empresarial. Se emplea un cuestionario para la recolección de datos, compartido vía online a través de google forms, que establece como objetivo identificar problemáticas del sector empresarial turístico frente a la crisis provocada por el COVID-19, en la búsqueda de incentivos y posibles estrategias de comercialización. Respondieron el cuestionario 272 gerentes de establecimientos turísticos, que representan el 48% de planta turística total registrada en el catastro; la información fue procesada en el programa estadístico SPSS versión 23. Posteriormente se efectuó el estudio de la demanda para identificar las motivaciones turísticas que propician el viaje y valorar el comportamiento en el consumo de productos y servicios turísticos. La segmentación evidenció dos clúster: Turismo cultural-arqueológico y turismo de sol y playa, que muestran diferencias significativas en las motivaciones del viaje, la relación con el producto o servicio, evaluación del destino y la fidelidad. Los resultados muestran diversas relaciones como principales estrategias de comercialización, orientadas por una parte a acciones de las autoridades, a mejorar el modelo de gestión turística de la ciudad y acciones propias del sector, a la mejora de los procesos de salud y bio seguridad en los establecimientos turísticos, la baja de las tarifas de los servicios, la promoción en redes sociales y la migración de empresas a modelos online.

Palabras clave:

Mercado turístico, segmentación, desarrollo sostenible, comercialización.

Abstract

This article aims to study tourism supply and demand as determining factors in the marketing of tourism products in the destination Manta, Ecuador affected by the earthquake of April 16, 2016 and recently by the coronavirus (COVID-19), which originated from March 16, 2020, to decree the state of exception in Ecuador in order to contain the transmission of the virus. The methodology begins with the study of the tourist offer that allows identifying the problems that affect the business sector. A questionnaire is used to collect data, shared online through google forms, which establishes the objective of identifying problems in the tourism business sector in the face of the crisis caused by COVID-19, in the search for incentives and possible marketing strategies. The questionnaire was answered by 272 managers of tourist establishments, which represent 48% of the total tourist plant registered in the cadasters; the information was processed in the statistical program SPSS version 23. Subsequently, the demand study was carried out to identify the tourist motivations that promote the trip and assess the behavior in the consumption of tourist products and services. The segmentation showed two clusters: cultural-archaeological tourism and sun and beach tourism, which show significant differences in the motivations of the trip, the relationship with the product or service, destination evaluation and loyalty. The results show various relationships as main marketing strategies, oriented on the one hand to actions of the authorities, to improve the city's tourism management model and actions of the sector, to the improvement of health and biosecurity processes in the tourist establishments, lower service rates, promotion on social networks and the migration of companies to online models.

Keywords:

Tourism market, segmentation, sustainable development, marketing.

De los AUTORES

Nelson García Reinoso

Ph. D. (c) Doctorado Interuniversitario en Turismo - Universidad de Alicante (EDUA)
Docente Investigador. Coordinador Académico de la Maestría en Turismo. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López" (ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.

ngarcia@espam.edu.ec.

ORCID

<https://orcid.org/0000-0003-0972-3347>

Gilberto Blanco González

Doctorando en Turismo. Profesor e investigador y Coordinador Docente, fundador del Hotel Laboratorio Higuierón. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López"

Yomara Quintero Ichazo

Máster en Gestión Turística. Docente instructora de la Facultad de Ciencias Económicas en la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV)-Cuba.

Introducción

El turismo es un sector influenciado por diversos factores, y justamente una de sus características es la vulnerabilidad ante números fenómenos de diversas índoles, puesto a que se desarrolla dentro de un espacio geográfico, el cual lo hace frágil a los mismos. Los elementos incluyen: inestabilidad política/disturbios, probabilidad de terrorismo, tasas de criminalidad, registro de seguridad en el transporte, corrupción de los servicios policiales/administrativos, calidad del saneamiento, prevalencia de brotes de enfermedades, falta de confiabilidad de los servicios médicos y disponibilidad de medicamentos (Dwyer & Kim, 2003).

El brote de un virus mortal, el colapso de una moneda o catástrofes ambientales como huracanes y terremotos pueden crear discontinuidades repentinas en el patrón de los flujos turísticos (Crouch & Ritchie, 1999). Nada puede influir en las elecciones de los viajeros de manera más poderosa y patente que las preocupaciones sobre la seguridad y la protección (Ritchie & Crouch, 2010).

El 16 de abril del 2016 un sismo de 7.8 grados en la escala de Richter sacude al Ecuador, siendo la Provincia de Manabí una de las principales afectadas. El evento provocó grandes pérdidas al sector turístico (Reinoso, Doumet & Alfonso, 2019), el costo total de la reconstrucción se estima en 3344 MM USD, el sector hotelero, alimenticio y de diversión de la provincia de Manabí se destruyó en 80%. En el subsector turismo se estimó un costo total de reconstrucción de 97 MM USD (9,4% del sector productivo), monto que incluye el costo de la respuesta inmediata al evento, la reconstrucción de activos y los flujos perdidos (García *et al.*, 2018). El sistema turístico en el territorio constituye un objetivo de estudio y de diagnóstico en la actualidad, así lo consideran García, Carreño & Doumet (2016), ya que el mismo integra todos los elementos: la superestructura turística, infraestructura, facilidades, comunidad, recursos turísticos, empresa privada, turistas y producción agropecuaria proyectándose a dimensiones multisectoriales y enfocadas al desarrollo e integración de todos sus elementos.

Otra catástrofe sanitaria en la actualidad afecta al territorio, la pandemia de enfermedad por coronavirus en Ecuador es una expansión del brote de COVID-19, que inició en Wuhan, China. Este hecho alertó desde inicios de 2020 a todos los países del mundo y a mediados de febrero llegó a



Latinoamérica. En Ecuador, el primer caso fue importado desde Madrid, España: una mujer de 71 años de edad que arribó al país el 14 de febrero de 2020.

Las afectaciones de estas epidemias han repercutido directamente las economías mundiales y por ende, entre los sectores más afectados severamente se encuentra la actividad turística (Dávila *et al.*, 2010). Según Guardia (2020), con datos de la Organización mundial de la salud, las enfermedades que han afectado mayormente son las SARS, H1N1, EVD y COVID-19.

En la industria del turismo uno de los subsectores de actividad más afectados por las situaciones de crisis post-desastre es, sin duda, el de los alojamientos hoteleros, presentando problemas de vulnerabilidad multifacéticos (Brown *et al.*, 2017). En muchos estudios desde la oferta revelan precisamente cinco problemáticas relevantes para los establecimientos turísticos hoteleros en la gestión de la crisis turística: el desarrollo de la competitividad y el emprendimiento, los aspectos de gestión operativa, las estrategias de marketing y promoción, la productividad y la eficiencia empresarial y las cuestiones de financiación (Pappas, 2018).

Los recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad. Realizar una evaluación a los atractivos turísticos permitirá definir el estado de cada uno de los mismos, poder referenciar parámetros o indicadores para diseñar un instrumento como herramienta para evaluarlo y a su vez proponer estrategias funcionales que permita su estado y su conservación (Zambrano & Quintero, 2018).

El conocimiento de la clasificación e inventario de los recursos existentes, a pesar de ser una condición necesaria, no es suficiente para conocer sus potenciales reales, como tampoco el valor real del potencial turístico de un área se mide únicamente por el número de atractivos que reúne, sino por la calidad de estos (Camara & Labrada, 2014). Los recursos reales o atractivos turísticos serán los transformados o puestos en valor, por la actividad humana y que cuentan con servicios de apoyo (Planta turística Infraestructura y Superestructura turística) para facilitar su disfrute y satisfacer las necesidades de la demanda, convirtiéndose de este modo dicho espacio en un disfrute turístico.



El desarrollo del turismo cada día exige más planteamientos que se enfocan en generar cambios positivos, los mismos que conllevan aprovechar y conservar los atractivos permitiendo de esta manera desarrollar un modelo sostenible que cumpla con los requerimientos de los destinos y que a su vez consolide las tendencias de la demanda actual y futura, aportando así a experiencias útiles que ayudan a establecer cierto grado de atracción por esta actividad. La participación responsable de las empresas y prestadores de servicios turísticos es crucial para el desarrollo sustentable del destino turístico. Si las empresas turísticas no actúan con responsabilidad puede verse reflejado en una disminución de la calidad de sus servicios, y por consiguiente una pérdida de su empleo. Con base en lo anterior se han realizado estudios para evaluar la participación de los prestadores de servicios (Martínez *et al.*, 2020).

Dada la tendencia actual a la expansión del turismo de naturaleza y de los riesgos y oportunidades que ésta plantea para la sostenibilidad de los recursos naturales de las áreas protegidas (Roman & Nahuelhual, 2009) es fundamental contar con una detallada caracterización de los visitantes e información respecto de sus intereses, con el objetivo de promover y mejorar la oferta turística y la gestión de las áreas protegidas. El estudio de la demanda constituye una fuente estratégica de información para los diferentes actores económicos implicados en la cadena productiva de una localidad, región o sector de la economía (Barbosa & Gutiérrez, 2010).

Según García *et al.* (2011) conocer la conducta del turista permite entender mejor las razones, por la cual se realiza la visita, las necesidades que tienen los visitantes y el uso que se le va a dar al lugar. Numerosos estudios sobre los factores que influyen en el comportamiento del consumidor de productos turísticos han sido desarrollados, pues la complejidad de los elementos involucrados en esa relación es evidente (Neto *et al.*, 2018). Los estudios del comportamiento del visitante se vislumbran como una herramienta valiosa para la construcción de perfiles o tipologías del visitante *in situ*, que faciliten el análisis a profundidad de sus características y motivaciones, permitiendo así la generación de estrategias para el uso recreativo turístico y la conservación de las áreas naturales protegidas (García *et al.*, 2017), donde resulta indispensable encontrar un equilibrio entre las prácticas de la actividad turística y la preservación ambiental.



Es importante realizar una segmentación de mercado de modo de maximizar la utilidad de todos los factores (humanos, naturales e infraestructurales) al disponer de los destinos turísticos (Reinoso, Chilan & Montesdeoca, 2018), donde analizar y estudiar las preferencias turísticas de los clientes se presenta como una importante estrategia para ajustar la oferta a las necesidades y preferencias de los turistas. El conocimiento del perfil de las personas que visitan un destino (Guilarte & González, 2016) posibilita no sólo orientar la oferta a sus expectativas, sino también personalizar las acciones de publicidad y comercialización en los segmentos de interés. La información es un insumo indispensable para la proyección de actividades: saber quiénes viajan, cómo lo hacen, cuáles son sus preferencias y gustos, son algunos de los factores determinantes para la toma de decisiones dentro de la actividad turística que fundamentan el análisis de los componentes que afectan a las motivaciones del mercado y a la experiencia personal del visitante (Collado, Navarro, Talaya & Sánchez, 2007; Sosa & Carré, 2009).

Cada vez más, se acepta que la valoración del destino turístico está íntimamente relacionada con la percepción que asume la demanda a partir de las imágenes que éste le transmite (Roman & Nahuelhual, 2009; Escriche, 2012). Si éstas son lo suficientemente positivas se inicia el proceso por el que el turista elige ese destino entre otros muchos, esperando ver satisfechas sus expectativas y motivaciones. En el marco de las nuevas tendencias de la demanda se exige de los gestores implicados en el desarrollo y gestión del turismo la adopción de nuevas estrategias para la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos en operación, como también para aquellos potenciales, que no lo están. “La problemática para ordenar estos recursos territoriales (...), revela un cambio de enfoque para enfrentar su diseño, el más importante de ellos, es la temática de los inventarios de los recursos turísticos” (Camara & Morcate, 2014: 49).

El cantón de Manta, ubicada en el centro de la provincia de Manabí-Ecuador, ciudad visitada por turistas de todo el mundo, por ser punto clave en el itinerario de visitas de varias líneas de cruceros con rutas en el pacífico. Cuenta con una planta oficial de 569 establecimientos turísticos, los mismos enfrentan serios problemas y pérdidas económicas provocados por las medidas de aislamiento social, a consecuencia de la propagación de la pandemia COVID-19, en los momentos actuales los diferentes actores turísticos, en especial los empresarios y emprendedores, necesitan soluciones y respuesta de actuación para poder sostener sus negocios y actividades (Félix *et al.*, 2020).



A la hora de evaluar y proponer las estrategias más adecuadas frente a la crisis del desastre, se ha de considerar, por tanto, la perspectiva y visión de la propia comunidad local anfitriona, los negocios turísticos y las organizaciones representativas del sector, así como su dinámica relacional, detectando las incidencias que puedan afectar negativamente al proceso de recuperación (Wright & Sharpley, 2016; Félix & Reinoso, 2020). El desarrollo del turismo en el cantón Manta evidencia falencias en la gestión turística agravada pos terremoto y en la actualidad atraviesa una crisis, económica y sanitaria a consecuencia de la propagación de la pandemia COVID-19.

El objetivo de esta investigación fue estudiar los factores determinantes en la comercialización de productos turísticos en este territorio afectado severamente por fenómenos aleatorios (terremoto -COVID-19); se inicia con un análisis de la oferta turística, que a través de la aplicación de un cuestionario a empresarios turísticos que permitió identificar y evaluar los problemas que enfrentan, ocasionadas por la pandemia, se relaciona además las afectaciones provocadas por el terremoto de abril de 2016 al sector turístico, el estado de conservación de los recursos culturales y naturales, uso y desarrollo sostenible, caracterizando los principales productos ofertados por el territorio. Se continúa con un estudio de la demanda turística (medida como el número de llegadas del turismo interior en el cantón Manta), se analiza su comportamiento partiendo de la identificación de las motivaciones turísticas más representativas y la valoración que hacen del destino. Finalmente estos estudios de la oferta y la demanda turística evidencian problemáticas relevantes en la gestión de la crisis turística: y permiten desde el punto de vista estratégico la identificación de estrategias de comercialización más eficaces, logrando la comprensión de la realidad turística del territorio desde el punto de vista social, institucional, ambiental, económico y turístico, específicamente en relación al desarrollo del turismo en tiempos de crisis, donde la recuperación del territorio luego de la pandemia del COVID-19 dependerá de la organización de los territorios y del trabajo conjunto entre todos los actores turísticos.



Materiales y métodos

El análisis de los antecedentes metodológicos que se relacionan con el objeto de estudio parte en su inicio de la selección de diferentes metodologías para el estudio de la oferta turística, la evaluación y valoración de los recursos turísticos como las implementadas por los autores: Pacheco, Carrera & Almeida (2011); Herrera, Crespo, Zambrano & Cadena (2014); Echarri & Bulnes (2015) y Reyes, Machado & Ortega (2015).

El objeto de estudio está determinado por las empresas del sector turístico de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador. El total de establecimientos registrados en la ciudad asciende a los 569, según último catastro actualizado a inicios del 2020 (Félix *et al.*, 2020). Se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas, diseñado en google forms, aplicado vía online, a los gerentes y propietarios de los diversos establecimientos; asociaciones (restaurantes, hoteles, agencias de viajes, entre otros). Se realizó un muestreo aleatorio simple tomando en cuenta todos los establecimientos registrados en el catastro, obteniendo una muestra representativa del 48% (272) de la población total (López-Guzmán *et al.*, 2012). El estudio se realizó desde el 15 de abril de 2020 al 10 de mayo de 2020.

Se analizan otras metodologías que buscan la identificación de los perfiles de los visitantes en el turismo, dentro de los que destacan los siguientes autores: García *et al.*, (2011); Ferreira, (2011); López, Boerasu & López (2014); García *et al.* (2017) y Reinoso (2019). Mediante el método deductivo, se estableció un procedimiento metodológico para determinar el perfil del cliente que visita el destino Manta por motivaciones turísticas, que primero establece un análisis factorial exploratorio según la naturaleza que presentan los datos (Pardo & Del Campo, 2007) y luego una clasificación basada en un algoritmo mixto: clasificación jerárquica con el método de Ward y agregación alrededor de centros móviles (K-medias), considerado, generalmente, como el método más robusto disponible en el paquete estadístico SPSS (Lopes *et al.*, 2010). Finalmente se obtiene una partición del conjunto de datos y la caracterización de cada una de las clases, según las variables cuantitativas.

Para el estudio de la demanda se elaboró una encuesta que está estructurada con una combinación de preguntas y escalas Likert, de importancia, satisfacción, valoración, opciones múltiples y abiertas. El cuestionario está dividido en cuatro bloques: (1) direccionado a las características demográficas;



(2) las características del viaje, donde destacan los factores que motivaron su visita. (3) relacionado con el servicio o producto; y (4) evaluación y satisfacción, con el objetivo obtener información concerniente a la valoración de la oferta turística, así como la satisfacción y fidelización de los turistas.

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la metodología propuesta por Alatorre & Pérez (2011), pero siguiendo un criterio estadístico y asumiendo una población infinita; mediante el paquete estadístico SPSS. La variabilidad de la población se estima en un 50% ($p = q = 0,5$), valor ampliamente utilizado en investigación social (Meiriño *et al.*, 2016). Se recopilaron 484 encuestas válidas, representando un error muestral del 4,56% para un nivel de confianza del 95,5%. El muestreo aleatorio sistemático es el método de recogida de datos que consistió en escoger un primer individuo al azar y el resto vienen condicionados por una cifra fija, en este caso, cada 5 individuos; en cada uno de los sitios turísticos más representativos del territorio. El trabajo de campo se realizó desde el 15 de diciembre de 2018 al 7 de enero del 2019.

Para finalizar la metodología desarrollada permite desde el punto de vista estratégico la identificación de estrategias de comercialización, resultado del proceso del estudio de la oferta que recoge las primeras impresiones de los empresarios turísticos del cantón Manta, tomando en cuenta sus proyecciones en diversos ámbitos como: estabilidad laboral, búsqueda de incentivos y posibles estrategias de recuperación pos pandemia; y la demanda turística y las tendencias que satisfagan los resultados del perfil del turista, sus motivaciones y valoraciones.

Resultados y discusión

Caracterización del cantón Manta, Manabí, Ecuador

El Cantón Manta está ubicada en la saliente más occidental de América del Sur sobre el Océano Pacífico (cuadro 1). Se extiende a ambos lados de la línea equinoccial, de 0°25 minutos de latitud norte hasta 1°57 minutos de latitud sur y de 79°24 minutos de longitud oeste a los 80°55 minutos de longitud oeste. Por su ubicación, al cantón Manta se considera como eje comercial, portuario industrial y pesquero, cuyas actividades están concentradas en la zona urbana. Estas actividades se desarrollan con la presencia del puerto marítimo como principal frente económico de este cantón,



con un rendimiento de movilización entre 15 y 21 contenedores por hora y 60 toneladas de productos relacionados con la pesca por hora. Manta no solo es el puerto pesquero más importante del Pacífico Oriental sino que tiene otras características geográficas que convierten a la ciudad en estratégica para los negocios portuarios, el comercio exterior por vía marítima y aérea y el turismo de trasatlánticos, en una ruta que la mantiene enlazada con puertos de Estados Unidos, Panamá, Perú, Chile y Argentina.

Cuadro 1. Datos generales de Manta

Localización de Manta en Ecuador		
COORDENADAS	0°57'00"S 80°42'58"O	
UBICACIÓN	País –Ecuador	<p>Límites Norte: Océano Pacífico. Sur: Cantón Montecristi. Este: Cantones de Jaramijó y Montecristi. Oeste: Océano Pacífico.</p>
	Región –Costa	
	Provincia - Manabí	
SUPERFICIE	306 km ²	
DEMOGRAFÍA	226 477 habitantes	
COORDENADAS	0°57'00"S 80°42'58"O	
DENSIDAD	657 hab/km ²	
TEMPERATURA	23°C	
ALTITUD	6 m.s.n.m.	
HIDROGRAFÍA	3 cuencas hidrográficas (ríos Manta, San Mateo y Cañas)	
Gentilicio:	Mantense	
Moneda	Dólar estadounidense	

Fuente: Gobierno Autónomo y Descentralizado GAD del cantón Manta (2019); Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2010).



Manta, ciudad costera con importantes recursos naturales y culturales, declarada Primer Municipio Turístico de Ecuador en 1999. Los mantas eran famosos por su cerámica y sus habilidades de navegación. Manta tiene el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del país con una privilegiada ubicación geo-estratégica destino para el turismo de cruceros y comercio marítimo de la región. Manta fue asentamiento de la cultura Manteña, en los años 500 a 1526 después de Cristo. Los aborígenes llamaron al lugar Jocay, que en lengua maya significa “casa de los peces” y era un punto de comercio para los Mantas y los Incas. El conquistador Pedro Pizarro describió a Jocay como “una ciudad muy grande, en la que se llegaba al templo por una gran avenida, a cuyos lados se levantaban estatuas de hasta 2.5 m de altura, construidas en piedra, que representaban a sus jefes y sacerdotes, desnudos de cuerpo, por lo cual los conquistadores españoles las destruyeron.

Entre sus principales actividades destacan la agricultura, habiéndose encontrado terrazas agrícolas en los cerros de Hojas y Jupe. También se dedicaron a la caza de venados, saínos, llamas, patos y al comercio. Se han encontrado gran cantidad de conchas, que fueron usadas para la fabricación de anzuelos y adornos. La antigua Jocay, según Marshall Saville, se extendió varios kilómetros por la orilla del Océano Pacífico. Numerosas ruinas de casas y templos se encuentran en los Cerros Jaboncillo, Hojas y Bravo, lo que indica una población numerosa. (Gobierno Autónomo y Descentralizado GAD del cantón Manta, 2019).

Las cifras del censo 2010 ubicaban a Manta como la ciudad que líder del desarrollo provincial con 9.261 establecimientos registrados, los de mayor índice son de manufactura, alojamiento y servicio de comida. En lo relacionado al sector turístico el cantón recibe el 15% de los turistas que ingresan al país con una capacidad de albergar hasta 5000 turistas.

Los cantones de Portoviejo y Manta concentran el mayor número empresas de la provincia. El 37% de empresas grandes se concentra en Manta. Las empresas de Manabí se concentran principalmente en el sector de comercio (37%), 34% servicios, 18% agricultura, 8 % industria manufacturera, 3% construcción. Nueve de las 10 empresas más grandes de Manabí pertenecen al sector industrial y se ubican en los alrededores de Manta. Están entre las 200 compañías más grandes de Ecuador. La facturación anual del grupo de industrias es aproximadamente de \$ 405 millones año.



Descripción y estado de conservación de los recursos naturales

Manta ubicada en las tierras bajas costeras de Ecuador, por su biodiversidad se ha convertido en un cantón turístico, se trata de una zona comercial y centro de vacaciones y es el segundo puerto marítimo más grande del país. Recibe numerosas visitas de extranjeros, así como turistas locales. Cuenta con 14 playas ubicadas en zonas rurales y urbanas como son Los Esteros, Tarqui, El Murciélago, Barbasquillo, Piedra Larga, San Mateo, La Tiñosa, Santa Marianita, Liguique, La Botada, San Lorenzo, Las Piñas, Río Cañas, Santa Rosa, en algunas de ellas se pueden realizar varios deportes acuáticos como Surf, Kitesurfing, Pesca deportiva, Camping, Velerismo; también existe el Refugio de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche, el territorio se caracteriza por una variada gastronomía con restaurantes de mariscos, mercados de artesanías, entre otros sitios importantes son: Iglesia “La Dolorosa”, el “Mirador” en la playa de San Lorenzo, el Teatro Chusic, el “Parque de la Madre” y la “Plaza Cívica”.

A pesar de todas estas potencialidades turísticas, la contaminación ambiental en el Cantón es una realidad, los cauces de ríos que cruzan el territorio reciben descargas de aguas industriales tratadas, que no cumplen con los niveles permitidos para poder ser descargados en los cauces, este es el caso del Río Muerto que nace en el Cantón Montecristi en donde se asientan algunas empresas que contaminan el cauce, el Río Manta recibe descargas de las lagunas de oxidación ubicadas en San Juan y el río Burro recibe en algunos casos descargas domiciliarias de sectores los cuales no poseen alcantarillado o la red existente no está funcionando, por lo que las viviendas no están conectadas.

El asentamiento de las familias en lugares no aptos para viviendas está determinado por que están ubicadas en terrenos irregulares y cerca de los márgenes de los ríos en donde se dificulta el drenaje de las aguas cuando ésta se acumula en época de lluvia, pues se activan las micro-cuencas de varios ríos invernales, lo que predispone a los barrios a ser altamente vulnerables. Otro aspecto es que el 31% de los barrios no cuentan con redes de alcantarillado, en los 45 barrios analizados recogen un 73% los desechos domiciliarios, sin embargo, la comunidad muestra malas prácticas en el tratamiento de los desechos. La población atendida por el servicio de agua potable corresponde a 221.122 habitantes que corresponde al 89.35%, según datos de la Dirección de Catastros existen 63.392 unidades de vivienda, y según datos EPAM existen 44.668 conexiones domiciliarias, y que corresponden al 70.46% de cobertura del Cantón, y un déficit de cobertura del 29.54%.



Los cauces de ríos desembocan en el borde costero del área urbana del cantón, afectando y contaminando las playas o borde costero. Se determina que este tiene contaminación directa, exclusivamente por aguas servidas domésticas, no se detecta descargas de industrias directamente al mar, si de forma indirecta a través de ríos. Cabe señalar que la descarga industrial de IROTOP, se considera como descarga al río Muerto. Luego, el borde costero, se ve seriamente contaminado, de forma indirecta, primero por la descarga de las aguas del río Muerto, que arrastran aguas servidas domésticas y de origen industrial. En ciertas horas del día y sobre todo en las noches se perciben olores en el ambiente que causan malestar en la ciudadanía, todo esto debido por la presencia de la laguna de oxidación, por ciertas industrias, que por sus chimeneas contaminan el aire.

En el análisis y evaluación de los recursos turísticos naturales más representativos y con potencialidades para el desarrollo del turismo en el territorio se corrobora que por lo general se presentan las mismas problemáticas coincidentemente en cuanto al componente biofísico, que por demás se reflejan en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los cantones estudiados, las mismas son:

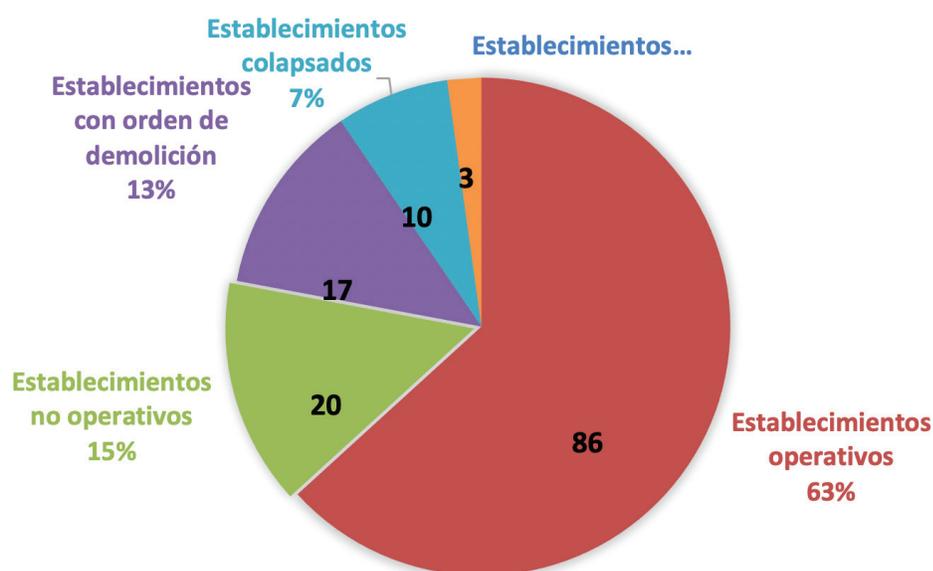
- Creciente degradación y deforestación de las áreas de reserva.
- Alta contaminación de las fuentes y vertientes naturales.
- Carencia de una zonificación de playas en el borde costero.
- Inadecuado manejo y disposición final de desechos sólidos generados por los asentamientos humanos urbanos y rurales.
- Carencia de un sistema de participación ciudadana que permita a la sociedad civil involucrarse en la toma de decisiones relacionadas al desarrollo local.

Evaluación de las afectaciones provocadas por el terremoto al turismo

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2016) evaluó la Afectación Turística provocada por el terremoto del 16/04/2016, el estado de infraestructura y la afectación en los cantones Jama, Jaramijó, Manta, Montecristi, Chone, Pedernales, Portoviejo, San Vicente y Sucre, en Manabí; y Muisne, en Esmeraldas. Las afectaciones registradas en Manta se muestran en el gráfico 1.



Gráfico 1. Afectaciones por el terremoto al sector turístico cantón Manta



Fuente: Dirección Municipal de Turismo de Manta.

De acuerdo con ese análisis, el 19% de los edificios turísticos colapsó o se perdió totalmente, el 33% fue parcialmente afectado y necesitaría una evaluación más profunda, y el 48% está en buen estado o tuvo daños menores; con una pérdida de \$ 64,5 millones, que se requerirían para reparar, readecuar y reconstruir los establecimientos, según estimaciones de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2016) y Comité de Reconstrucción y reactivación Productiva (2016). Y también en una caída del 29% del empleo en estos cantones, que representa 2.263 plazas de trabajo.

La afectación provocada por el sismo puede convertirse en la oportunidad de reconstruir las zonas afectadas como sitios turísticos con mayor ordenamiento, creatividad y proyección de futuro, para abordar una planificación más respetuosa con las exigencias del medio ambiente y lograr que los ingresos por este rubro crezcan.



Caracterización de los principales productos turísticos ofertados

En la última década Manta ha tenido un gran despliegue turístico, recibiendo a centenares de visitantes nacionales y extranjeros que llegan a disfrutar del turismo de playa y de su gastronomía; todo ello ha generado un crecimiento importante y continuo de la oferta de servicios turísticos en el Cantón; el total de establecimientos registrados en la ciudad asciende a los 569, según último catastro actualizado a inicios del 2020 (Félix *et al.*, 2020). La tabla 1 muestra varias rutas turísticas de promoción internacional tienen como uno de sus ejes a Manta y se articulan en circuito con sitios de interés turístico de otras localidades del país.

Tabla 1. Rutas turísticas hacia y desde Manta

Ruta	Trayecto	Descripción
Spondylus	Desde el Norte de Ecuador – Provincia de Esmeraldas hasta Lima-Perú	Recorre los paraísos marinos del Ecuador, de Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas, El Oro y Loja este recorrido lleno de actividades de aventura, playas, museos, Centros de Interpretación, acantilados, bahías, parques nacionales y naturaleza. Spondylus como ruta de turismo cultural y natural, busca potenciar la cadena de valor que genera el turismo incentivar la formación y fortalecimiento de microempresas; promover rutas artesanales, gastronómicas y arqueológicas, desarrollando capacidades locales de empleo y riqueza para las comunidades. A su vez la implementación de este itinerario cultural garantiza el desarrollo armónico de las actividades de investigación, protección, conservación, ordenamiento territorial, uso, valoración, desarrollo sostenible y disfrute social de las riquezas patrimoniales de la ruta.
Sol	Desde las costas de Manta / en la provincia de Manabí a Salinas Provincia De Santa Elena	Con alternativas interesantes que van desde lugares de arqueología preincaica hasta innumerables actividades de ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, caminatas, cabalgatas, surfing, y más. Para mayor información, consulte a su operador de turismo local o a su agencia de viajes más cercana.
Surf	Playa de Manta desde Santa Rosa hasta El Murciélagos	Los amantes de los deportes extremos como el surf tienen en las playas de Manta un paraíso de olas que son idóneas para la práctica de este emocionante deporte. A lo largo de la vía a la Ruta del Spondylus podemos encontrar playas como La Tiñosa, San Mateo, San Lorenzo, Santa Rosa, Las Piñas a la que surfistas visitan constantemente gracias a las bondades que las olas ofrecen para poder surfear, es por esto que también dichas playas son escenarios de muchos eventos de esta naturaleza.



Ruta	Trayecto	Descripción
Los Monos	Reserva de vida Silvestre Marino Costera Pacoche	La Comuna de Pacoche se encuentra ubicada al sur este del cantón Manta y pertenece a la cabecera parroquial de San Lorenzo. Dentro de la reserva se encuentra diferentes especies de flora y fauna entre la más importante figura el del mono Aullador las cuales son observados a lo largo de la caminata que se realiza dentro de la reserva.

Fuente: ITUR (Manta Turístico) GAD-Manta (2016).

Estudio de la Demanda Turística. Segmentación del mercado turístico interior

Se realizó un trabajo de campo que consistió en la aplicación de 484 encuestas la mismas que contenían variables destacadas, en forma de preguntas cerradas relacionadas a sus características geográficas y demográficas, del viaje, medios de información, preferencias o motivaciones, relación con el servicio o producto, tipo de alojamiento, capacidad de gasto, evaluación y satisfacción general del destino y sus atributos, entre otras.

La segmentación del mercado se realizara a partir de las variables motivaciones, el cuestionario presenta doce indicadores relativos a las motivaciones, los cuales fueron: “relación calidad/precios”, “disfrutar de la playa, el mar y el sol”, “realizar excursiones turísticas”, “la naturaleza, paisaje atractivo”, “actividades culturales (arqueología)”, “patrimonio histórico”, “conocer lugares diferentes”, “alejarse de la presión/estrés”, “disponibilidad de atractivos turísticos”, “seguridad ciudadana”, “la gastronomía”, y “negocios o motivos profesionales”. Entre los doce indicadores de motivaciones se han seleccionado siete a partir de un análisis factorial exploratorio previo (tabla 2). Se descartaron todos aquellos ítems que mostraban correlaciones muy débiles, inferiores a 0,3 (Luque, 2000; Cea, 2002; De Vaus, 2002). A partir de varias pruebas realizadas, se consideró conveniente eliminar del análisis cinco variables “relación calidad/precios”, “alejarse de la presión/estrés”, “seguridad ciudadana”, “la gastronomía”, y “negocios o motivos profesionales”, ya que no contribuían de forma relevante a discriminar entre grupos.

El análisis factorial permite obtener un KMO y prueba de Bartlett, medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin de 0.713 y la prueba de esfericidad de Bartlett mostró una gran significación ($p < 0.000$), lo que sugiere que los datos estaban lo suficientemente interrelacionados y que era factible un análisis factorial (Sánchez & Hueros, 2010; Hair *et al.*, 2014; Rid *et al.*, 2014 y Valenzuela *et al.*, 2018). Se obtuvieron dos componentes que explicaron la variación del 80.17% en respuesta



a la encuesta; junto a los coeficientes alfa de Cronbach y la prueba de esfericidad de Bartlett (BTS) mostró un valor aproximadamente de Chi-cuadrado de $\chi^2 = 576,656$ ($p < 0,000$), lo que significaba que la matriz de correlación de los datos para el análisis factorial es apropiada (Pérez, 2004; González, Carbonell & Santana, 2011; Ramirez-Anormaliza *et al.*, 2017). La selección inicial de un conjunto específico de variables constituye el marco de referencia a partir del cual se van a establecer los conglomerados. En una segunda fase se pasan a identificar los segmentos empleando las variables anteriormente seleccionadas.

Tabla 2. Análisis Factorial de las variables motivaciones turísticas

Motivaciones turísticas	Componente		FACTORES
	1	2	
Actividades culturales (arqueología)	,931		Factor 1: Turismo cultural - arqueológico
Patrimonio histórico	,922		
Conocer lugares diferentes	,861		
Disfrutar de la playa, el mar y el sol		,937	Factor 2: Turismo Sol y Playa
La naturaleza, paisaje atractivo		,933	
Realizar excursiones turísticas		,924	
Disponibilidad de atractivos turísticos		,710	
Autovalores	3,382	2,230	
% Varianza explicada	48,312	31,312	
% Varianza acumulada	48,312	80,171	
Alfa de Cronbach	0,83	0,79	
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)			0.713
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado = 576,656		sig. = 0,000

Fuente: Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con Kaiser.^a

Se aplica la prueba K-S para una muestra para verificar si existe normalidad en las valoraciones realizadas por los clientes, el resultado muestra una Significación asintótica (bilateral) para todas las variables de 0.000, por lo que la puntuación de las valoraciones en todos los ítems no son



variables normales, por lo tanto los ítems “motivaciones” no son variables normales. Las pruebas no paramétricas para “2 muestras independientes” es el procedimiento a seguir utilizando como variable de agrupación: “Número de caso de clúster”, donde se clasifica al Clúster 1: Turismo cultural-arqueológico y Clúster 2: Turismo de Sol y Playa. El resultado final del análisis de conglomerados ha conducido a la identificación de dos grupos, solución que se consideró apropiada porque proporcionaba los segmentos más interpretables.

Según los resultados estadísticos, permiten discriminar entre segmentos, en la tabla 3 se presenta un resumen de las características de los dos clúster identificados, ambos grupos no difieren significativamente en cuanto a sus rasgos demográficos, ni en las características del viaje. Sin embargo, se encontraron diferencias en las motivaciones que los impulsaron al viaje, en la relación con el producto o servicio, las características de la estancia y evaluación del destino. Por otra parte, conviene destacar que el clúster Turismo cultural-arqueológico representa el 44 % de los encuestados mientras que el grupo Turismo de Sol y Playa representan el 56% del total.

Tabla 3. Perfil de clientes por cada segmento identificado

Características	Turismo cultural-arqueológico	Turismo de Sol y Playa
Características demográficas	Nivel es estudio completado de universitarios en un mayor porcentaje	Medios - Técnicos es el grupo más representado.
	Laboran en Empresa privada como ocupación principal	Se identifican más como cuenta propia
Características del viaje	Viajan en grupos de amigos	Viajan en familia
Motivaciones	Actividades culturales (arqueología) y la relación calidad / precio	El poder ir a la playa y la calidad, la disponibilidad de atractivos turísticos, la naturaleza, paisaje atractivo.
Relación con el producto o servicio	De 3 a 6 noches la duración del viaje	De 1 a 2 noches la duración del viaje
	La mayoría se aloja en Hoteles	Se alojan en vivienda propia / familiares / amigos.
	Un 52.3% de ellos reservan por agencias de viajes.	La mayoría no hace reservas.
	Un 63.6% es la primera vez que visitan Manta.	Un 64.3% vienen todos los años o casi todos los años a Manta.
	Gastan más de \$ 101 dólar americano por concepto de turismo	Gastan menos (de \$71 a \$100) por concepto de turismo



Características	Turismo cultural-arqueológico	Turismo de Sol y Playa
Evaluación del destino	Emiten una menor valoración del destino aunque valoran mejor la oferta de alojamiento, ocio nocturno, oferta cultural y monumental (museos), servicios de información turística y limpieza de los sitios turísticos.	Valoran mejor al destino en su conjunto, destacando el valor que le dan a la oferta de restaurantes, comercios, náutica, deportiva, seguridad ciudadana, recursos naturales y las playas.
Fidelidad	En un 100% dispuestos a regresar	Un 2% no regresaría

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a los perfiles de la demanda que visita al cantón Manta de la provincia de Manabí, se pudo corroborar que existen diferencias significativas en cuanto a la valoración y evaluación que hacen del destino en su conjunto, como en sus atributos, los visitantes agrupados en el grupo de turismo de Sol y Playa emiten una mayor valoración del destino y valoran mejor la oferta de restaurantes, comercios, náutica, deportiva, seguridad ciudadana, recursos naturales y las playas. Sin embargo los visitantes identificados en Turismo cultural-arqueológico hacen una menor valoración general del destino en su conjunto, aunque otorgan mejores calificaciones a la oferta de alojamiento, ocio nocturno, cultural y monumental (museos), servicios de información turística y limpieza de los sitios turísticos.

Identificación de estrategias de comercialización

Los resultados obtenidos del estudio de la oferta, permiten diagnosticar la situación actual empresarial de los establecimientos turísticos, y hacia donde deberían proyectar sus estrategias de recuperación pos COVID-19. Los empresarios solicitan estrategias orientadas a la suspensión y condonación de tributos, tanto hacia organismos locales (GAD) como nacionales Ministerio de turismo (MINTUR). En segundo lugar hacen énfasis en la salud, como la implementación de buenas prácticas en los establecimientos y el posicionamiento de la imagen del destino Manta como un sitio seguro ante el COVID-19. Esto acompañado de ordenanzas públicas que promuevan la formalidad de la industria, eliminando los índices de empresas informales en el mercado (Félix *et al.*, 2020).

El análisis permite definir en un siguiente nivel varias estrategias orientadas a la importancia en la generación de créditos blandos, o el refinanciamiento de créditos cerca del vencimiento, como una forma de oxigenar a las pequeñas y medianas empresas; las siguientes estrategias, están relacionadas



a la creación de nuevos productos, especialmente con una alta inclinación a la naturaleza, para que reemplace el modelo de sol y playa existente en este destino, que presenta limitaciones de gestión que lo hacen insostenible. También otras estrategias hacen énfasis en la creación de plataformas tecnológicas que contribuyan en la comercialización y promoción de productos turísticos del destino, direccionados e integrados a temas de diversidad, naturaleza, ruralidad y sobre todo salud.

Por último encontramos estrategias que promueven temas como la capacitación del talento humano en temas de salud, promover procesos de asociatividad y cohesión entre todos los actores turísticos, el gobierno local como el gestor y corresponsable en un proceso de planeación participativa (Ruiz de León, 2019), que permita impulsar actividades productivas a través de empresas privadas y sociales, que integre a la población local generando consensos; el trabajo mancomunado empresarial como posible estrategia de subsistencia, la generación de certificaciones de calidad, tanto por el buen servicio, como por los procesos de bio seguridad en negocios turísticos. El establecimiento de investigaciones continuas que den un seguimiento a las tendencias de los mercados para de esa manera ir orientando las acciones de las empresas locales, hacia las necesidades del futuro turista.

El estudio de la demanda turística, y la identificación de los perfiles de clientes permiten comprender las motivaciones, valoración y satisfacción con el destino y contribuye a identificar estrategias claves de actuación en el marco de la complementariedad entre patrimonio cultural y el turismo de sol y playa en el destino Manta. Estas estrategias han de direccionarse a conseguir crecimiento, penetrar o crecer en mercados ya existentes mejorando la cuota de la demanda. Implementando acciones encaminadas a mejorar la operación del turismo de sol y playa a través de la certificación ambiental de playas y del aumento en la oferta de actividades turísticas culturales arqueológicas y de naturaleza con la finalidad de superar la alta estacionalidad existente y mejorar la capacidad de la comunidad receptora. Mantener, revalorizar y divulgar valores culturales, la potenciación de otras actividades y atractivos turísticos. Otras estrategias deben enfocarse en la mejora de la diferenciación de productos y desarrollo de ventajas competitivas en marketing, a través de la promoción e identificación de productos y servicios innovadores y acciones dirigidas a atenuar la informalidad y la guerra de precios.



Conclusiones

El artículo destaca la prioridad de identificar las necesidades actuales del sector empresarial en los destinos turísticos, en medio de esta crisis turística provocada por la pandemia covid-19, en la actualidad los oferentes turísticos han sido los más afectados de todos los grandes sectores económicos, afrontan problemáticas que les afectan en su entorno; y estos actores proponen acciones orientadas tanto a las autoridades locales, como al sector turístico fundamentada en la supervivencia en el mercado de muchos pequeños y medianos emprendedores; por lo que urge identificar las estrategias basadas en el conocimiento del entorno y la situación actual para prever los posibles cambios y guiar al destino, empresa y organización, de manera que le permita tener clara las decisiones y cumplir los objetivos en tiempos de crisis.

Se identifica la necesidad de aplicar por las autoridades turísticas y ambientales la implementación de políticas de planificación, que fiscalicen los impactos socio-ambientales, el grave problema de contaminación que soportan las playas de las parroquias Tarqui y Los Esteros, debido al mal manejo de residuos por la industria pesquera para lo que se hace necesario integrar medidas de conservación del ecosistemas marino - costeros y terrestres del cantón Manta.

La Segmentación del mercado a partir de las motivaciones turísticas más relevantes, evidenció dos segmentos representados por el clúster Turismo cultural-arqueológico que representa el 44% de los encuestados, mientras que el grupo Turismo de Sol y Playa representan el 56% del total, estos dos clúster difieren significativamente en la valoración y evaluación que hacen del destino en su conjunto, como en sus atributos, los visitantes agrupados en el grupo de turismo de Sol y Playa emiten una mayor valoración del destino y valoran mejor la oferta de restaurantes, comercios, náutica, deportiva, seguridad ciudadana, recursos naturales y las playas. Sin embargo, los visitantes identificados en Turismo cultural-arqueológico hacen una menor valoración general del destino en su conjunto, aunque otorgan mejores calificaciones a la oferta de alojamiento, ocio nocturno, cultural y monumental (museos), servicios de información turística y limpieza de los sitios turísticos.



Los resultados del estudio de oferta y demanda permiten valorar la actividad turística en tiempos de crisis, por una parte, el diagnóstico realizado con la participación de los empresarios y emprendedores, permitió conocer sus problemas y las propuestas de soluciones de estos mismos proponen, para poder sostener sus negocios y actividades; por otra parte, la información de los perfiles de los visitantes sus intereses, motivaciones y valoración de los atributos del destino permitió conocer elementos claves para promover y mejorar la oferta turística; ambos enfoques (oferta-demanda) permiten identificar estrategias de comercialización para el desarrollo sostenible del turismo en tiempos de crisis para el destino Manta, estas estrategias se direccionan en cinco dimensiones: (1) medidas económicas: la generación de créditos blandos, refinanciamiento, incentivos económicos para oxigenar a las pequeñas y medianas empresas; (2) la creación de nuevos productos de naturaleza; (3) la creación de plataformas tecnológicas que contribuyan en la comercialización y promoción de productos turísticos, y el posicionamiento de la imagen del destino; (4) la capacitación del talento humano en temas de salud, procesos de bio seguridad en negocios turísticos; y (5) la gobernanza turística, promover procesos de asociatividad y cohesión entre todos los actores turísticos, etc.



Referencias

- Alatorre, A. & Pérez, M. (2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local TURyDES*, 4(11), 1-25. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turedes/11/gacp.pdf>, [18 de agosto de 2018].
- Barbosa, A. & Gutiérrez, O. (2010). Propuesta de un procedimiento para el análisis de la demanda turística. *Turismo y Desarrollo Local (TURyDES)*, 3(7).
- Brown, N. A., Rovins, J. E., Feldmann-Jensen, S., Orchiston, C. & Johnston, D. (2017). Exploring disaster resilience within the hotel sector: A systematic review of literature. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 22. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2017.02.005>, [8 de enero de 2019].
- Camara, C. J. & Morcate, F. de los Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 48-67.
- Camara, C. & Labrada, F. de los Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 48-67.
- Cea, M. A. (2002). *Análisis multivariable. Teoría y práctica en la investigación social*. Síntesis.
- Collado, A., Navarro, D. M., Talaya, Á. & Sánchez, E. (2007). Segmentación de la demanda turística: Un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de Análisis Turístico*, 4(2), 36-48.
- Comité de Reconstrucción y reactivación Productiva (2016). *Plan Reconstruyo Ecuador. Informe Trimestral de Gestión (mayo-agosto de 2016)*. Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva.
- Crouch, G. & Ritchie, J. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. Disponible en [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3), [22 de noviembre de 2018].
- Dávila, M., Arambu, C., Morte, S., Vera, I., Inglesias, M. & González, Ó. (2010). Control y vigilancia en fronteras. Papel de sanidad exterior durante las fases de contención de la pandemia (H1N1) 2009. *Revista Española de Salud Pública*, 84, 507-516.



- De Vaus, D. (2002). *Analyzing social science data*. Sage.
- Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism Destination*, 6(5), 369-414. Disponible en <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>, [18 de septiembre de 2018].
- Echarri, M. & Bulnes, D. (2015). Diseño preliminar del plan de desarrollo turístico para municipios seleccionados de la provincia Mayabeque, Cuba (2015-2020). *ECOCIENCIA*, 2(6), 1-30.
- Escrache, M. (2012). Percepción de la Planificación y Gestión de los Espacios Turísticos Litorales de la Región de Murcia. *El Periplo Sustentable*, 22, 37-70.
- Félix, Á. G. & Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio (RITUREM)*, 4(1), 79-103. Disponible en <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>, [7 de julio de 2020].
- Félix, Á., Reinoso, N. & Vera, R. (2020). Participatory diagnosis of the tourism sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 16(1), 66-78. Disponible en <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2020000100066>, [2 de julio de 2020].
- Ferreira, S. (2011). Geo-Segmentación y Geo-Posicionamiento en el análisis de las preferencias de los turistas. La geometría al servicio del marketing. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 842-854.
- García, M., Amores, L. E., Barquín, R. del C. & Soto, I. Y. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713-729. Disponible en <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.047>, [16 de febrero de 2019].
- García, M., Maass, S., Ramírez de la O, I., Bernal, G., Espinosa de los Monteros, G. N. & Regil, H. H. (2011). El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida. *Investigaciones Geográficas*, 76, 56-70.



- García, N., Carreño, Á. L. & Doumet, N. Y. (2016). Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador). *Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. U.T.M.*, 7(2), 26-39, Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197602>, [27 de octubre de 2018].
- García, N., Doumet, Y. & Carreño, L. (2018). Post-Earthquake Strategic Tourism Plan for the Municipality of Bolívar, Manabí, Ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 881. Disponible en <https://doi.org/10.30892/gtg.23322-336>, [7 de enero de 2019].
- Gobierno Autónomo y Descentralizado GAD del cantón Manta (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial con especial énfasis en la gestión del riesgo, cantón Manta*. Gobierno Autónomo y Descentralizado GAD Del Cantón Manta. Disponible en [https://www.manta.gob.ec/index.php/publico/pdot-2014-2019?download=3596:PDYOT GAD MANTA F.](https://www.manta.gob.ec/index.php/publico/pdot-2014-2019?download=3596:PDYOT%20GAD%20MANTA%20F.), [septiembre de 2018].
- González, E. L., Carbonell, A. & Santana, G. (2011). Modelos complementarios al Análisis Factorial en la construcción de escalas ordinales: un ejemplo aplicado a la medida del Clima Social Aula. *Revista de Educación*, 354, 369-397.
- Guardia, F. (2020). ¿Cuál es el impacto de las epidemias en la economía mundial? Disponible en https://doi.org/https://www.ey.com/es_ec/future-health/impacto-de-las-enfermedades-en-la-economia-mundial, [10 de julio de 2020].
- Guilarte, Y. & González, R. C. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, 37, 305-322.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. Pearson Education Limited*. Pearson New International Edition. Disponible en https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3, [18 de octubre de 2018].
- Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D. & Cadena, P. (2014). Turismo y gestión : Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *Revista Retos*, 8(1), 125-142. Disponible en <https://doi.org/10.17163/ret.n8.2014.06>, [28 de enero de 2019].
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2010). *Resultados del censo 2010*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).



- Lopes, S. D., Boubeta, A. & Mallou, J. (2010). Segmentación post hoc del mercado turístico español. Aplicación de análisis cluster en dos etapas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, 592-606. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717609001.pdf>, [8 de noviembre de 2018].
- López-Guzmán, T., Borges, O. & López, M. J. (2012). Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal, Cabo Verde. *Rosa Dos Ventos*, 4(4), 469-485.
- López, J. M., Boerasu, A. & López, L. M. (2014). Perfiles de los visitantes en el turismo de naturaleza: análisis exploratorio en el entorno de Doñana. *International Journal of World of Tourism*, 1(1), 17-25.
- Luque, T. (2000). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Pirámide.
- Martínez, I. del C., Morales, L. F., Franco, G., Polanco, G., Ulloa, Á. & Rubio, A. (2020). Evaluación de la sustentabilidad del turismo en Áreas Naturales Protegidas: propuesta de un modelo para el Parque Nacional Bahía de Loreto. *El Periplo Sustentable*, 39, 7-30.
- Meiriño, R., Brea, J. A., Vila, N. & López, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369-383.
- Neto, E., Gândara, J. M., Almeida, A. & Cida, F. (2018). Influências da comunicação nas percepções e representações do destino turístico: O caso de Foz do Iguaçu-Paraná-Brasil. *El Periplo Sustentable*, 35, 180-211.
- Pacheco, V., Carrera, P. & Almeida, K. (2011). Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana. *Gestión Turística*, 15, 21-46.
- Pappas, N. (2018). Hotel decision-making during multiple crises: A chaordic perspective. *Tourism Management*, 68. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.009>, [8 de septiembre de 2018].
- Pardo, C. E. & Del Campo, P. (2007). Combinación de métodos factoriales y de análisis de conglomerados en R : el paquete FactoClass. *Revista Colombiana de Estadística*, 30(2), 231-245.
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. PEARSON PRENTICE HALL.



- Ramirez-Anormaliza, R., Guevara-Viejo, F., Regnault, M., Pena-Holguin, R., Farias-Lema, R., Bravo-Duarte, F., Diaz-Montenegro, J., Calderon-Cisneros, J., Franco-Arias, O., Ramirez-Granda, F., Rodríguez, E., Vargas-Decimavilla, D., Basurto-Quilligana, R., Vargas-Ortiz, O., Bermeo-Paucar, J. & Castelo-González, J. (2017). *Análisis Multivariante: Teoría y práctica de las principales técnicas*. Holguín S.A-Universidad Estatal de Milagro - UNEMI.
- Reinoso, N. (2019). Segmentación y valoración del mercado turístico: Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de Cuba. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 785-806. Disponible en <https://doi.org/10.31876/revista.v24i87.24637>, [10 de julio de 2019].
- Reinoso, N., Chilan, N. Y. & Montesdeoca, I. (2018). Evaluación de los recursos turísticos para el desarrollo sostenible del turismo comunitario en Manabí. In *DOSSIER ACADÉMICO: BOSQUES, RECURSOS NATURALES Y TURISMO SOSTENIBLE*. 1-166.
- Reinoso, N. G., Doumet, Y. N. & Alfonso, R. (2019). Impacto territorial do terremoto ao setor turístico de cantón Bolívar, Equador. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 21(1), 42-64. Disponible en <https://doi.org/10.14210/RTVA.V21N1.P42-64>, [20 de enero de 2019].
- Reyes, M. V., Machado, E. L. & Ortega, Á. F. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región Amazónica del Ecuador. *Revista Turismo y Sociedad*, XVII, 39-62.
- Rid, W., Ezeuduji, I. O. & Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia. *Tourism Management*, 40(2014), 102-116. Disponible en <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.006>, [4 de octubre de 2018].
- Ritchie, J. & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/ sustainability : Brazilian perspectives. *Public Administration Review (RAP)*, 44(5), 1049-1066.
- Roman, B. & Nahuelhual, L. (2009). AREAS PROTEGIDAS PÚBLICAS Y PRIVADAS EN EL SUR DE CHILE Caracterización del perfil de sus visitantes. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 18, 490-507.
- Ruiz de León, C. G. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*, 36, 34-66.
- Sánchez, R. A. & Hueros, A. D. (2010). Motivational factors that influence the acceptance of Moodle using TAM.pdf. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632-1640.



- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2016). *Evaluación de los costos de reconstrucción. Sismo en Ecuador. Abril 2016*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).
- Sosa, M. del C. & Carré, E. (2009). Un acercamiento hacia la caracterización del mercado potencial del aeropuerto de la Ciudad de Toluca, Estado de México. *El Periplo Sustentable*, 17, 55-71.
- Valenzuela, M., Ortuño, B. & Vicente, B. (2018). Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño. *Innovar*, 28(67), 25-39. Disponible en <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68611>, [19 de noviembre de 2018].
- Wright, D. & Sharpley, R. (2016). Current Issues in Tourism Local community perceptions of disaster tourism : the case of L ' Aquila , Italy. *Current Issues in Tourism*. Disponible en <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1157141>, [20 de enero de 2019].
- Zambrano, G. V. & Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El Periplo Sustentable*, 34, 164-184.