

Tipo de artículo: Artículo original

Gestión turística para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19

Tourism management for the reactivation of the hotel sector of the San Lorenzo parish of the Manta canton, Post Pandemic Covid-19

Francisco Ramón Castillo Tigua^{1*} , <https://orcid.org/0000-0002-3768-0324>

Primavera Valdivieso Guerra² , <https://orcid.org/0000-0003-2616-2473>

¹ Estudiante del programa de Maestría en Desarrollo Local, Instituto de Posgrado de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa.130307, Ecuador, e-mail: castillo-francisco1049@unesum.edu.ec

² Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Jipijapa, Ecuador, e-mail: primavera.valdivieso@unesum.edu.ec

* Autor para correspondencia: castillo-francisco1049@unesum.edu.ec

Resumen

En el escenario económico actual, el turismo emerge como una de las actividades más dinámicas del capitalismo global. Este sector enfrenta una de sus mayores crisis de todos los tiempos tras la extensión de la pandemia del Covid-19, detectándose en el presente trabajo investigativo, la insuficiente gestión por parte de las instituciones inmersas, misma que ha venido a impactar en el presente y a futuro cercano en todas las dimensiones de la vida humana, desde los aspectos sociales, políticos, educativos, emocionales y económicos. Objetivo: Como tal lo que persigue; es establecer un sistema de Gestión turística para la reactivación del sector hotelero de la parroquia san Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19. Método: Para tal fin se realiza un diagnóstico del sector hotelero relacionado con los principales elementos de gestión, el que se apoya en la técnica de PEST para establecer los elementos esenciales para el Sistema de Gestión turística en la reactivación del turismo de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia covid-19. Conclusiones: Se determina que las acciones de los Gobiernos Municipales no son suficientes para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia covid-19, lo que permitió determinar el efecto que esta representa para la economía de la ciudad manabita, y contribuye a trazar estrategias basadas en un sistema de gestión turística para reactivar la economía de la referida localidad.

Palabras clave: Gestión turística; sector hotelero; desarrollo sostenible y reactivación, impacto económico.

Abstract

In the current economic scenario, tourism emerges as one of the most dynamic activities of global capitalism. This sector faces one of its greatest crises of all time after the spread of the Covid-19 pandemic, a pandemic that has come to impact in the present and near future in all dimensions of human life, from social and political aspects, educational, emotional and economic. Objective: For this reason, in this work the objective is to establish a tourism management system for the reactivation of the hotel sector of the San Lorenzo parish of the Manta canton, Post Pandemic Covid-19. Method: For this purpose, a diagnosis of the hotel sector related to the main management elements is carried out, which is based on the PEST technique to establish the essential elements for the Tourism Management System in the reactivation of tourism in the San Lorenzo parish of the Manta canton, Post Pandemic covid-19. Conclusions: It is determined that the actions of the Municipal Governments are not sufficient for the reactivation of the hotel sector of the San Lorenzo parish of the Manta canton, Post Pandemic covid-19, which allowed



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

determining the effect that this represents for the economy of the city manabita, and contributes to drawing strategies based on a tourism management system to reactivate the economy of the aforementioned town.

Keywords: *Tourism management; hotel sector; sustainable development and reactivation, economic impact.*

Recibido: 12/08/2021
Aceptado: 26/11/2021

Introducción

La actividad turística en Ecuador, en el transcurso de los años, se ha consolidado hasta constituirse en el tercer producto de exportación, el mismo que genera divisas para varios sectores de la economía local, constituyéndose en una excelente alternativa para la generación de ingresos de los diversos asentamientos humanos a lo largo del territorio, convirtiéndose conjuntamente en una herramienta para la reducción de la pobreza y la generación de empleo. La Covid-19, ha impacto de forma significativa en este sector donde; aspectos relacionados con las condiciones y causas que ha privado el desarrollo turístico local son esenciales analizarlas para reactivar la actividad turística post pandemia.

En la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, existe una débil gestión de iniciativas en lo referente al sector hotelero, la inexistencia de políticas, como también el escaso apoyo de instituciones inmersas al desarrollo hotelero, más los efectos ocasionados como el mal proceso y limitaciones a los sistemas de gestión inciden de forma negativa en el desarrollo turístico y por ende en la reactivación de este sector, una vez establecida la fase post pandemia.

Existe una desaceleración en lo referido al desarrollo del sector hotelero debido a la emergencia sanitaria, la cual debe ser revertida teniendo en cuenta aspectos relacionados con el desarrollo local. En ese contexto se ha de tener en cuenta la sostenibilidad turística, sostenibilidad que se define como aquella que respeta tanto a la población local como al viajero, al patrimonio cultural y al medio ambiente.

Basado en lo antes referido Asmelasha y Kumar (2019) expresaron que el desarrollo sostenible turístico es un “desarrollo que satisface las necesidades de los turistas y las regiones anfitrionas protegen y mejoran las oportunidades para el futuro”. Al hablar de desarrollo sostenible, se engloban aspectos amplios que hacen que el concepto de desarrollo sostenible, carezca de una aceptación mutua.

Andreu, Blàzquez, CITTIB, Murray, Garau (2002) refieren que el término de sostenibilidad fue estrechamente asociado con el mantenimiento de la calidad ambiental. Aunque no existe una definición universalmente aceptada del concepto de sostenibilidad y desarrollo sostenible, autores como Foladori&Tommasino, (2000) y Gutiérrez (2007) asociaron sus orígenes con el mantenimiento de calidad del medio ambiente, donde se encuentra inmersa la actividad turística y su planificación.



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

Romero (2010) enfatiza en que la planificación turística es una actividad que es desarrollada en un espacio, la cual consiste en retornar el conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, que es consecuencia al desarrollo de una sociedad moderna, alejada cada vez más de sus tradiciones. Por su parte, Aguilar (2011) refiere que, es un tipo de modalidad sostenible que en la actualidad se encuentra en un notable crecimiento y se lo ubica en el marco legal del desarrollo sostenible de los agro sistemas de diversos lugares.

En la actualidad la actividad turística mueve una cantidad muy alta de personas por todo el mundo indudablemente, aporta múltiples beneficios económicos es allí donde se recibe este turismo, pero igualmente produce grandes impactos sobre el medio social, natural y el medio ambiente, es por eso que la sostenibilidad juega parte fundamental para con el desarrollo turístico. En ese sentido, se vislumbra que la actividad turística debe prescribirse de acuerdo a lo expresado por Jiménez (2000) el refiere que:

“La sostenibilidad tiene que contemplarse desde una perspectiva amplia y en sus diferentes contextos locales o globales, pero, en cualquier caso, de forma integral: en tal sentido, no haría falta distinguir entre “distintas sostenibilidades” (económica, ecológica y social), ya que todas y cada una de ellas dependen sistemáticamente de las demás.”

Los temas expuestos abren amplios y profundos debates que van removiendo todas las disciplinas. Cada vez más se entiende que la sostenibilidad no puede concebirse como una disciplina en sí, sino como una nueva manera de enfocar cada una de ellas, lo cual es evidente en estudio relacionados con la sostenibilidad turística, los que van más allá de los avances científicos y tecnológicos, y su definición e implementación conlleva necesariamente una revolución cultural (Folch, 2005). En ese sentido, añade el citado autor que la;

“(…) internalización (y no solo económica) y, a la vez, aceptación de la matriz global: no hay parámetros desdeñables. Es necesaria una revisión del paradigma socioeconómico que tendrá que rehacer los balances de todo. [...] La sostenibilidad es, en definitiva, una cuestión cultural ya que las nuevas culturas (del agua, de la energía, de la movilidad, etc.) dependen, en último término, de la cultura. El verdadero cambiopropugnado por el sostenibilismo es cultural”. (...)

De acuerdo con lo expresado, cabe destacar que el turismo sostenible funciona con éxito sólo cuando sus elementos constitutivos, que cubren los componentes económicos, socioculturales y ambientales, se consideran igualmente importantes y están relacionados entre sí, sin ningún elemento único dominante.

Al respecto, Cucculelli&Goffi (2013) refieren que la sostenibilidad es fundamental en el mundo, porque a medida que la sociedad avanza, se debe profundizar en el crecimiento sostenible para, de esta forma, garantizar que la igualdad y la prosperidad se hagan visibles y palpables para todos y en todos los lugares del mundo. Sobre la sostenibilidad y su



importancia la organización de las naciones unidas (ONU) estableció una serie de objetivos globales para lograr la sostenibilidad a nivel mundial, en ese sentido, la ONU estableció herramientas como la agenda de desarrollo sostenible que trata de contribuir a la conservación del medio que nos rodea, donde la planificación estratégica se convierte en una herramienta obligatoria para reestructurar las actividades turísticas y prever los posibles impactos y afectaciones que ponen riesgo la sostenibilidad, Sachs (2015).

Las argumentaciones expuestas, constituyen bases estratégicas necesarias para establecer un sistema de gestión turística para la reactivación del sector hotelero de la parroquia san Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19. Estas argumentaciones, más las políticas turísticas del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, el apoyo financiero y las estrategias de marketing fomentaran el desarrollo del sector hotelero de la región objeto de estudio.

Materiales y métodos

La gestión turística del sector hotelero debe ser abordada desde el punto de vista económico, dado que el turismo mueve los intereses, económicos y otros, de buena parte del planeta. Entre las reacciones entusiásticas que ven en este fenómeno una nueva forma de desarrollo de la libertad humana y los rechazos completos debidos a la consideración del turismo como actividad de índole colonialista e irrespetuosa, existen millares de posturas diferentes.

El mismo turismo, aun siendo un sector concreto y bien identificable, se articula en muchos microcosmos completamente heterogéneos por naturaleza, estructura y espíritu. Para su reactivación post Covid-19, se precisa del análisis de los servicios presentes antes y después de la Covid-19, estando inmerso la competitividad y permanencia del sector hotelero, es decir su sustentabilidad, lo que hace indispensable que los actores públicos y privados apliquen protocolos básicos (estratégicos) consensuados entre ellos, al estilo de “buenas prácticas”, para asegurarle al visitante una experiencia turística de la mejor calidad posible según el estado de desarrollo del destino (González & Rivas, 2016).

La gestión turística requiere unir esfuerzos de todas las partes, para establecer lineamientos de colaboración que permitan ofertar un destino que esté acorde a las necesidades de los turistas, tomándose en cuenta aspectos como la demanda real y potencial (Mondéjar, Sevilla, & Cordente, 2009, págs. 281-296). La gestión turística es el proceso dinámico e interactivo; que conlleva planear, organizar, liderar y controlar las acciones en una entidad, esto debe ser realizado por un órgano de dirección que cuente con las personas, recursos y autoridad, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general para mejorar la oferta turística y atraer a la demanda (Pérez, 2016).



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

Concretamente en la parroquia San Lorenzo del cantón la gestión turística, tiene como entidad responsable de su desarrollo, el MINTUR, en conjunto con gobiernos locales, organizaciones de gestión de destinos, empresas privadas y la participación ciudadanía. En el Reglamento General a la Ley de Turismo del Ministerio de Turismo (2016), en el Art. 6 sobre Planificación se establece que:

“le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referenciales para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales”.

La gestión turística requiere que se generen procesos, planes y políticas oportunas para que se realice de forma sostenible, creando lineamientos que permitan un turismo responsable, consciente y beneficioso para todos. Este turismo debe respetar los ámbitos medioambientales, culturales, económicos brindando el mejor servicio a los visitantes, con un mínimo impacto en la comunidad y que represente ganancias económicas para los anfitriones.

Mosquera López & Ventimilla Palacios (2015, pág. 8) refieren que existen seis elementos que están involucrados directamente en la gestión turística, de las que depende la aplicación de estrategias y resultados de la gestión y reactivación turística del sector hotelero, estos seis elementos se muestran en la Figura 1. Si los elementos propuestos por los citados autores se gestionan de forma eficiente se obtendrá un turismo sostenible capaz de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.



Figura 1. Elementos de la gestión turística. **Fuente:** Mosquera López & Ventimilla Palacios (2015).



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

En el proceso de la gestión turística intervienen los Gobiernos Provinciales Autónomos, los Gobiernos Municipales Autónomos y los Gobiernos Parroquiales Rurales. Los Gobiernos Provinciales Autónomos, se apoyan en el COOTAD (2010) ellos tienen la misión de la planificación de desarrollo provincial y la formulación de los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, así como de planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.

Por lo que, para la gestión turística, se ejecutan acciones en coordinación con el gobierno regional. De igual forma se encuentra inmersa la gestión ambiental provincial, que es la encargada de planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego, fomentar la actividad turística rural, incrementar las actividades productivas provinciales y gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias, en el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas provinciales.

Los Gobiernos Municipales Autónomos, apoyados también por el COOTAD (2010) se encargan de planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial. Construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

De igual forma, los referidos gobiernos se encargan de mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural, así como incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente. También gestionan, coordinan y administran los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno, promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base y gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias y vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emiten acuerdos y resoluciones. Por ello, la nueva organización territorial establece que el Estado ecuatoriano se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Dicha organización concuerda con la establecida en el Capítulo II del Título V de la actual Constitución, según la Asamblea Constituyente (2008).

Concretamente en la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, se percibe una intervención territorial acorde con las potencialidades especiales que existen y que son atractivos turísticos importantes para la reactivación del turismo post Covid-19. Para ello se proponen estrategias colegidas con los actores sociales de la zona, teniendo en cuenta características homogéneas en el territorio, en su cultura y lógicamente en sus actividades productivas, para lograr acuerdos mínimos que posibiliten el cumplimiento de la agenda provincial.



Políticas turísticas del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta a tener en cuenta para la reactivación del turismo post Covid-19

Dentro de las políticas turísticas del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta a tener en cuenta para la reactivación del turismo post Covid-19, se encuentran las políticas tributarias, que son las pueden estimular o frenar la inversión en industrias turísticas o el desarrollo de industrias relacionadas dentro de un país. El gobierno puede ejercer influencia sobre cualquiera de los elementos relacionados con las gestiones turísticas del sector hotelero, influencia que pueden ser positivas como negativamente.

En ese sentido, es el gobierno quien define las políticas y asignación de recursos a infraestructura y educación que incluye las acciones a tener en cuenta para la reactivación del turismo post Covid-19. Por medio de la fijación de regulaciones y estándares, afectan la rentabilidad de las diferentes actividades económicas.

De la misma manera, el gobierno también puede ser influenciado o afectado por los elementos del diamante, tal es el caso cuando decide invertir en educación en áreas específicas necesarias para el mejoramiento de un clúster, o invertir en caminos de acceso e infraestructura de servicios básicos, motivado por el ritmo de crecimiento de la demanda turística y los beneficios para el país en generación de divisas. (Cancela & Sención, 2004, págs. 31-32). En la perspectiva de que los intereses locales y del gobierno central coinciden en la orientación de la política depende del clúster que se generen en el territorio.

Los clústeres se caracterizan por un incesante proceso globalizador desde los financiero y capacidad de tomar mercados por parte de las corporaciones. Este proceso ha supuesto el aumento en el número de competidores y el cambio de un modelo competitivo tradicional en costes a uno basado en el valor añadido, el conocimiento y la innovación.

La generación de clúster es un nuevo marco económico (el mismo en el que los clústeres están adquiriendo una relevancia significativa) determinado por la conjunción de 3 dimensiones básicas: la globalización, la competitividad y la innovación. Esto describe el sentido táctico de micro-inversión de los diferentes clústeres.

Capó, Expósito & Masiá (2007) expresaron que los clústeres nacen como resultado de los procesos de apertura y globalización, dado que el rol y la importancia relativa de las empresas privadas y públicas grandes, de las pequeñas y medianas empresas locales (PYMES) y de las empresas multinacionales han sufrido cambios sustanciales en las economías de América Latina, tal y como se presenta en el escenario actual, donde se requiere de políticas turísticas para la reactivación del turismo post Covid-19. La aparición de clúster se da cuando las empresas privadas y públicas



grandes, pierden posicionamiento y las empresas multinacionales (EM) y las pequeñas y medianas empresas locales (PYMES) obtienen mayor presencia.

De acuerdo con lo referido, las empresas multinacionales adquieren liderazgo creciente y que llegan a controlar muchos de los sectores más dinámicos en la producción de bienes y servicios y parte importante de la oferta exportable. En ese contexto actual el Ministerio del Turismo con su marco jurídico que establece, que para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes; lo que constituyen política turísticas que se trasladan también al sector hotelero y que se deben tener en cuenta para la reactivación del turismo post Covid-19 en la parroquia San Lorenzo del cantón Manta.

El Ministerio del Turismo, intuye que los establecimientos turísticos deben operar bajo la licencia única anual de funcionamiento, facultando el acceso a los beneficios tributarios que contempla la ley, para lo cual se debe dar publicidad a su categoría. De la misma manera, se dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, aspectos importantes que se centran dentro de las políticas de la gestión turística necesaria para la reactivación del sector post Covid-19 (Ministerio de Turismo., 2010, págs. 2,3).

Por lo que las políticas turísticas norma los clúster turísticos con el propósito de que la actividad turística en todas sus dimensiones, se convierta en un eje de la reactivación económica con la participación de los gobiernos provinciales y cantonales fomentando la iniciativa privada y comunitaria, asegurando además el uso racional de los recursos naturales y culturales, fomentando la conciencia turística, promoviendo la capacitación técnica y profesional de las personas que ejercen en la actividad turística, en suma incentivar el turismo tanto interno como externo.

Apoyo financiero hacia el sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta para la reactivación del turismo post Covid-19

La crisis ocasionada por la Covid-19, ofrece una oportunidad sin precedentes de transformar la relación entre el sector turístico y la naturaleza y contribuir así más plenamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y al Acuerdo de París sobre el cambio climático. El fomento del desarrollo del turismo regional sostenible ofrece considerables beneficios, desde la reducción de la vulnerabilidad a las amenazas económicas de las regiones que dependen del turismo hasta la utilización de los recursos de manera más sostenible, pasando por la creación de empleos verdes y el mejoramiento de la conectividad del transporte.



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

El turismo, debe transformarse en un sector resiliente, en todo momento, eficiente en el uso de los recursos y neutro en carbono, aprovechando las iniciativas existentes, entre otras cosas, ajustándose al Programa de Turismo Sostenible de la red One Planet. También podría fomentar conductas más responsables en los viajeros, como promueve el Comité Mundial de Ética del Turismo (OMT, 2020).

Dentro del apoyo financiero hacia el sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta para la reactivación del turismo post Covid-19, existen paquetes de recuperación económica, donde está inmersa la inversión y los planes de recuperación (especialmente los destinados a las mipymes), incluso a través de los bancos multilaterales de desarrollo y las instituciones financieras multilaterales, que pueden influir de forma positiva en el desarrollo del turismo, apoyando la infraestructura turística sostenible y acondicionándola para lograr la neutralidad en carbono y la resiliencia a largo plazo. Con los paquetes de medidas de apoyo financiero para la recuperación posterior a la COVID-19 se podrá invertir en la economía ecológica.

La inversión en la economía ecológica, implica invertir en las zonas protegidas, por ejemplo, se puede contribuir a conservar los puestos de trabajo y los medios de subsistencia de las comunidades locales. De ese modo, se afrontan los riesgos económicos futuros contribuyendo a actuar ante el cambio climático y la pérdida de biodiversidad; protegiendo los servicios proporcionados por los ecosistemas naturales, como el agua limpia, la polinización de los cultivos, el control de plagas, etc.; y reduciendo el riesgo de que surjan nuevas zoonosis que puedan convertirse en pandemias.

Entre las oportunidades para que el sector turístico dé el salto a la inversión ecológica también se encuentran las energías renovables, los edificios inteligentes y la economía circular (OMTy PNUMA, 2019). Mediante la innovación y el liderazgo en materia de inversiones y financiación sostenibles, el sector hotelero puede sacar partido de sus buenos resultados y mejorar su posicionamiento estratégico en relación con las instituciones financieras.

Así, las instituciones financieras se inclinarán más a apoyar actividades transformadoras para el uso eficiente de los recursos e inversiones ecológicas en proyectos de desarrollo turístico. Por su parte, los gobiernos al proporcionar apoyo financiero y de rescate a la hostelería, los cruceros y la aviación, se podrá garantizar la prohibición de las prácticas contaminantes poco sostenibles, impedir que se retroceda en los logros del pasado e incentivar un nuevo comienzo de esos sectores en consonancia con los objetivos del Acuerdo de París.

La asistencia financiera directa a corto y mediano plazo es especialmente necesaria para el sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta para la reactivación del turismo post Covid-19. Esta asistencia financiera puede proporcionarse mediante micro subvenciones o pequeñas subvenciones, planes para trabajar en la conservación de la naturaleza, bonificaciones, subsidios y vales adicionales para el cuidado infantil a fin de facilitar el regreso de



las mujeres al trabajo, o apoyo financiero específico para impulsar la capacidad empresarial de las mujeres y las MIPYMES dirigidas por mujeres o de su propiedad (ONU, 2020).

Para reactivación del turismo post Covid-19, se depende de que se forjen alianzas a todos los niveles, mediante un enfoque pan gubernamental sólido; de que haya una coordinación vertical constante entre las autoridades nacionales y locales; de que haya más coordinación entre los elementos que apoyan el turismo, y alianzas público-privadas estrechas; con protagonismo para el bienestar de las comunidades receptoras en las políticas turísticas y la gestión del turismo. Es necesario intensificar la cooperación internacional, especialmente en lo que respecta a las restricciones a los viajes y la gestión de las fronteras, a fin de mantener los medios de subsistencia y apoyar las economías con responsabilidad y sentido de solidaridad.

Se deben mantener y ampliar las iniciativas para impulsar la recuperación del sector turístico en torno a los tres pilares del Programa de Asistencia Técnica para la Recuperación del Turismo de la Crisis de la COVID-19, que se centra en mantener el capital humano, así como en la adaptación y el aumento de la inclusión.

Estrategia de marketing digital para fomentar el desarrollo del sector hotelero post Covid-19, de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta

El sector turístico y las empresas del ramo, recurren al uso de las Tecnologías como medios para promocionar sus productos y servicios. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), han ampliado el concepto de vida de las personas en cuanto a la gestión de información e inmediatez de la misma.

En la sociedad actual y en la globalización, la información y la concurrencia digital, juega un importante papel que pone al Marketing en un elevado lugar. Empresas e instituciones de toda índole usan las herramientas más innovadoras para satisfacer las necesidades de los clientes y conseguir sus objetivos: rentabilidad económica, buena reputación, continuidad en el tiempo y por supuesto creación de riqueza para la sociedad.

En el escenario actual están presentes las Estrategias de Marketing Digital, las que constituyen enfoques que hacen que las empresas sean competitivas. Estudios previos sobre las Estrategias de Marketing Digital como los de Rojas (2012); Fandiño (2013); Kotler (2013); refieren que estas estrategias propicia espacios e interacciones con las personas a través de diferentes medios que hacen que sea una herramienta eficaz y que contribuya a la competitividad empresarial.

Rojas (2012) enfatiza en que la competitividad y el ritmo tecnológico han hecho que las marcas deban implementar tácticas que los acerquen a los consumidores, es por ello, la interactividad de las comunidades virtuales, les facilitan a las empresas en crecimiento la posibilidad de colocar sus pautas publicitarias, adquirir bases de datos, realizar



investigación de mercados, conocer las necesidades de los segmentos de mercado y generar estrategias, a un costo muy bajo. Esta competitiva trasladada al sector turístico es esencial en el contexto actual, donde se requiere fomentar el desarrollo del sector hotelero post Covid-19.

En el sector turístico el Marketing Digital ha avanzado a pasos agigantados en los últimos años. Según Vargas (2017), el Marketing Digital es una herramienta que permite comprender a profundidad los clientes, conocer sus gustos, preferencias y temas que le desagradan, la sociedad y las compañías se encuentran inmersas hoy en día en la era de la información donde ellos se pueden conectar con cualquier persona en cualquier lugar del mundo y en cualquier momento dado.

El marketing en el turismo, es el proceso donde las empresas turísticas seleccionan su mercado objetivo a nivel local, regional, nacional e internacional y se comunican con él; descubren sus necesidades, deseos y motivaciones, para luego diseñar productos turísticos; para obtener la satisfacción del cliente y la rentabilidad de las organizaciones (Witt, Moutinho, Huarng & Yu, 2018). Autores como Sinclair y García (2016), declaran que el marketing turístico es: *” la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico, (...) Además se debe conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones turísticas”*.

Para Barroso y Mota, “los clientes potenciales o el grupo objetivo de consumidores no pueden probar, testear, sentir, oler o ver anticipadamente el producto, lo que induce a que la compra es la promesa de satisfacción” (Barroso y Mota, 2010). Los citados autores refieren que el marketing turístico “ofrece parámetros para hacer que la venta de servicios o productos turísticos sea más tangible y para utilizar medios (filmes, catálogos, fotos, exposiciones, bosquejos, etc.) para intentar simular la materialización de sus promesas”.

Son disímiles las estrategias que han marcado cada momento y que ha tenido el Marketing Digital en el sector del turismo. En ese sentido, se destaca que los negocios, sin importar su tamaño en su mayoría, están aprovechando los beneficios que brinda el marketing digital e implementando las herramientas necesarias para que dichas estrategias sean eficaces en aras de lograr el incremento en el número de clientes, así como el reconocimiento, aumento de la rentabilidad, entre otros.

Las estrategias utilizadas para los destinos turísticos son los eventos y las atracciones turísticas. Los eventos son organizados por las ciudades indistintas de su tamaño. Los gobiernos locales, regionales y nacionales, oficinas, asamblea de turismo, cámara de turismo, etc.; son los responsables del desarrollo y promoción, de la planificación y la organización de eventos con el fin de atraer visitantes a la comunidad. En la cual, se debería hacer una auditoria de los recursos de la comunidad para identificar oportunidades y a la vez crear identidad “(Kotler, et al, 2011).



Por lo que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están: Fomentar la promoción y atractivo turístico de un lugar, aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista. Captar eventos de cierta relevancia para la zona e incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes” (Merino, 2011).

Según el ministerio de las Tecnologías y la comunicación (TIC), para el año 2017, en su primera gran encuesta, se constató que las estrategias de Marketing Digital que más utilizan son las redes sociales, a través de ellas es posible conocer la afluencia de clientes de una manera más rápida, dentro de la red social que más se emplea está Facebook, siendo esta red social, la que mayor participación tienen las empresas del sector turístico y en particular el sector hotelero, la que a su vez permite una interacción directa con el cliente sin necesidad de intermediadores. Seguido a Facebook se encuentra Instagram, utilizada para la publicidad de las empresas y por ultimo aparece Twitter muy utilizada para realizar marketing boca a boca para debatir temas y conocer la opinión de los clientes (Primera gran encuesta TIC, 2017).

Los aspectos descritos sobre las estrategias de marketing digital para fomentar el desarrollo del sector hotelero post Covid-19, constituyen aspectos significativos para la reactivación de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta en lo referido al turismo. Por tal motivo la actividad turística puede mostrar un buen desarrollo, asociado principalmente a factores tecnológicos, donde la competitividad obliga a las empresas del sector a utilizar las TIC para la reducción de costos, ajuste de precios y creación de productos más imaginativos y ajustados a las necesidades de los clientes en tiempos post Covid-19.

Para establecer un sistema de Gestión turística en la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19, se realiza un diagnóstico del referido sector en la localidad, relacionado con los principales elementos de gestión, diagnóstico que contribuye a constatar las principales problemáticas existentes para la reactivación del turismo Post Pandemia Covid-19. Para el diagnóstico se aplica una encuesta a una población de 2647 habitantes de la parroquia San Lorenzo, de los cuales, y al aplicar la técnica de muestreo se determinó una muestra significativa de 335 comuneros, con un nivel de confianza del 95% y un nivel de significancia del 5%. Como criterios de inclusión se incorporó a todos los habitantes de la parroquia San Lorenzo y de exclusión se eliminó a los propietarios que residen en otras ciudades y quienes no quisieron aportar al desarrollo de la investigación.

Luego se utiliza la técnica de PEST para establecer los elementos esenciales para el Sistema de Gestión turística requerido para la referida reactivación turística con énfasis en el sector hotelero.



El análisis PEST es una herramienta útil que permite comprender el crecimiento o declive de un mercado, y, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición (Martín, 2017). PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado y se utiliza en este trabajo para conocer el estado que presenta el sector hotelero de la parroquia san Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19.

Según el referido autor, PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia empresarial, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Los factores analizados en PEST son esencialmente externos, para ello se utilizan cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. Estas cuatro dimensiones son una extensión de la tradicional tabla de Ventajas y Desventajas.

La plantilla de PEST promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por reacciones instintivas, la plantilla de análisis PEST se presenta como una tabla con cuatro secciones, una para cada uno de los factores. En base a lo referido, se analizan los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos del sector hotelero de la parroquia san Lorenzo del cantón Manta, para establecer un Sistema de Gestión turística en la reactivación del sector turístico post Covid-19.

Resultados y discusión

De acuerdo con la encuesta aplicada se constatan las acciones que deben ser trabajadas con mayor peso para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19. En ese contexto se evidencio que la priorización de la promoción de la actividad turística alcanza un 45 % y se requiere un estudio profundo de levantamiento de la información turística (28%), otras acciones como el cumplimiento de las políticas y acciones turísticas y la capacitación son también significativas para el propósito planteado (Ver Fig. 2)



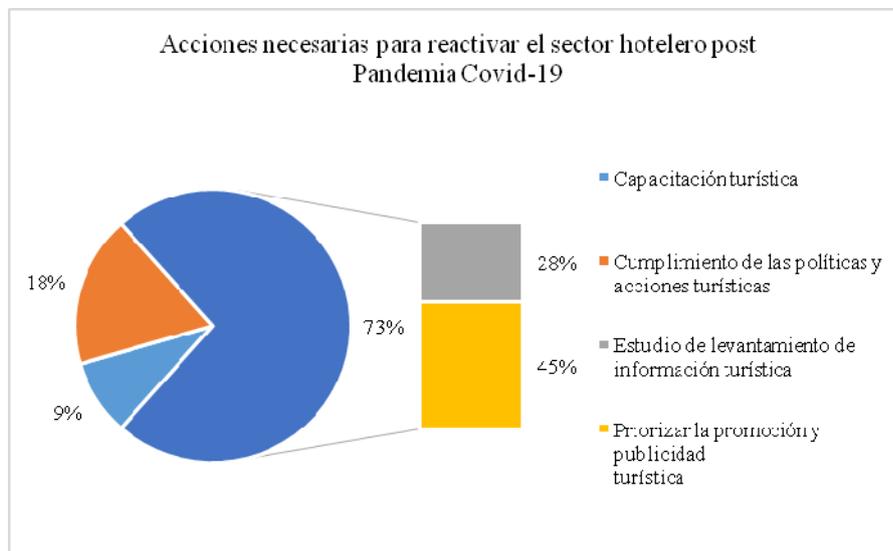


Figura 2. Acciones necesarias para reactivar el sector hotelero post Pandemia Covid-19. **Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la Parroquia San Lorenzo. **Elaborado por:** Autor.

También se evidenció que existe una débil gestión de iniciativas del sector hotelero, inexistencia de políticas y escaso apoyo de instituciones inmersas al desarrollo hotelero (Ver Tabla 1). Los resultados evidencian el descontento con el GAD Parroquial el cual no ha contribuido con la gestión necesaria para la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19.

Tabla 1. Debilidades existentes para la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19. **Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la Parroquia San Lorenzo. **Elaborado por:** Autor.

Debilidades existentes para la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19	Frecuencia	Porcentaje
Débil gestión de iniciativas del sector hotelero	85	25
Inexistencia de políticas	90	27
Escaso apoyo de instituciones inmersas al desarrollo hotelero	160	48
TOTAL	335	100



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

Luego de constatar las principales problemáticas existentes para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19, se realiza el análisis con la técnica de PEST, por ser ellas una herramienta de planificación estratégica que mide el impacto de los factores del macro entorno en la organización, además es útil para establecer el sistema de Gestión turística en la reactivación del sector hotelero de la localidad objeto de estudio, Post Pandemia Covid-19.

PEST es un acrónimo de los siguientes factores del macroentorno: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. El análisis de los factores Políticos, según (Ayala & Arias, s. f.) a través de la técnica de PEST se obtiene al evaluar el impacto de todo cambio político o legislativo que afecta la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19.

El análisis de los factores económicos, de acuerdo con los citados autores, es importante ya que los factores políticos no operan en el vacío, y las decisiones de política pública tienen implicaciones económicas. En este análisis se mide el comportamiento, la confianza del cliente y su poder adquisitivo, aspectos que se relacionan con la etapa de auge, recesión, estancamiento o recuperación por la que atraviese una economía.

El análisis de los factores Sociales, de acuerdo con (Ayala & Arias, s. f), se enfoca en las fuerzas que actúan para la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19 en la parroquia San Lorenzo y que afectan las actitudes, intereses y opiniones de la población de la localidad e influyen en sus decisiones. Los factores sociales son variables de localidad en localidad e incluyen aspectos tan diversos como, las religiones dominantes, las actitudes hacia los productos y servicios, el impacto del idioma en la difusión de los productos en los mercados, el tiempo que la población dedica a la recreación y los papeles que los hombres y las mujeres tienen en la sociedad.

El análisis de los factores Tecnológicos según los citados autores es importante para casi la totalidad de las empresas de todos los sectores industriales. La tecnología es una fuerza impulsora de los negocios, mejora la calidad y reduce los tiempos para mercadear productos y servicios (Ayala & Arias, s. f.)

Los factores tecnológicos pueden reducir las barreras de entrada, los niveles mínimos para producir eficientemente e influir en las decisiones para la reactivación del sector hotelero post Pandemia Covid-19 en la parroquia San Lorenzo. En base a lo antes referido se muestra una matriz PEST que son los resultados de los factores del macro entorno obtenidos al aplicar esta técnica (Ver Fig. 3)



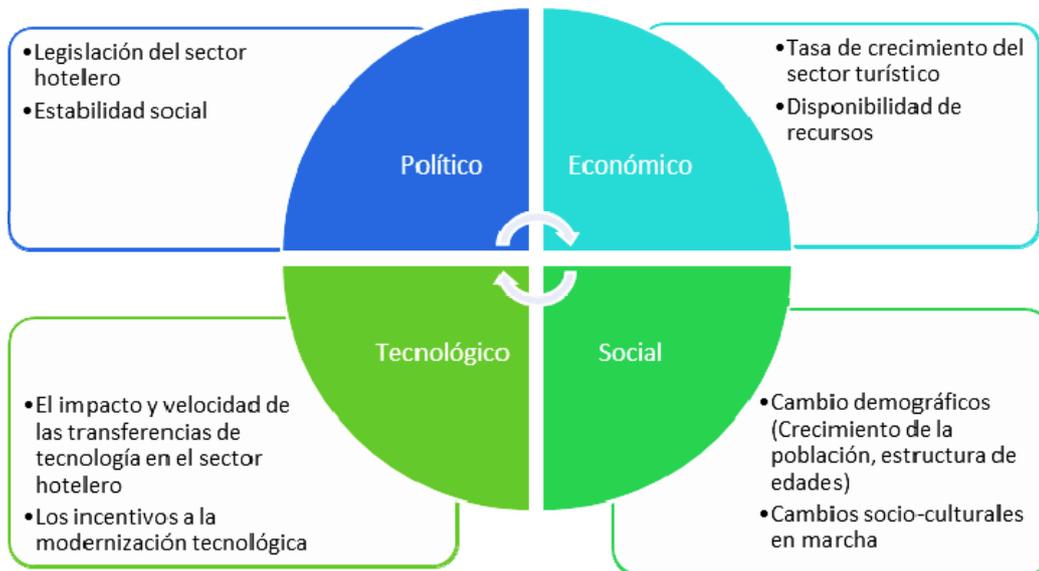


Figura 3. Matriz PEST para establecer un sistema de Gestión turística en la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19. **Fuente:** Autor.

Los factores del macro entorno obtenido a través de la técnica PEST, son particularidades a tener en cuenta para establecer el sistema de Gestión turística en la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia Covid-19. Estas particularidades deben ser tratadas para mejorar la afluencia de turistas en la Parroquia y por ende mejorar la actividad hotelera tan necesaria para la economía del país.

Conclusiones

En el estudio realizado y de acuerdo con los resultados obtenidos, se demuestra la necesidad de dar seguimiento a las acciones con falencias para la reactivación del sector hotelero de la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, Post Pandemia covid-19. A través de las deficiencias detectadas es posible determinar el efecto que representa la no reactivación eficiente del turismo post Pandemia Covid-19, para la economía de la ciudad manabita.

El análisis PEST realizado contribuye a trazar estrategias para un sistema de gestión turística en la reactivación de la economía de la referida localidad. Para este fin se necesita, además, de una sostenibilidad como paradigma que se aplica a todos los modos de vida en el mundo, el que se corresponde con un cambio en la forma de establecer relaciones con el planeta, con una filosofía entendida como línea de pensamiento que condicione futuras acciones, pero no de manera rígida sino como proceso dinámico y de cambio estructural.



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

Conflictos de intereses

Los autores no poseen conflictos de intereses.

Contribución de los autores

1. Conceptualización: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.
2. Curación de datos: Francisco Ramón Castillo Tigua.
3. Análisis formal: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.
4. Investigación: Francisco Ramón Castillo Tigua.
5. Metodología: Primavera Valdivieso Guerra.
6. Administración del proyecto: Primavera Valdivieso Guerra.
7. Recursos: Francisco Ramón Castillo Tigua.
8. Software: Francisco Ramón Castillo Tigua.
9. Supervisión: Francisco Ramón Castillo Tigua.
10. Validación: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.
11. Visualización: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.
12. Redacción – borrador original: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.
13. Redacción – revisión y edición: Francisco Ramón Castillo Tigua, Primavera Valdivieso Guerra.

Financiamiento

La investigación no requirió fuente de financiamiento.

Referencias

- Aguilar. (2011). El turismo de aventura. Barcelona, España: Ediciones Aedos.
- Andreu, N., Blàzquez, CITTIB, Murray, I., Garau, J. M. (2002). El tercer boom: indicadors de sostenibilitat del turisme de les Illes Balears, Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (CITTIB), Palma de Mallorca, 2002.
- Asamblea-Constituyente. (2008). Marco Jurídico del desarrollo local. Montecristi, Ecuador: Asamblea Nacional Constituyente.



Esta obra está bajo una licencia *Creative Commons* de tipo **Atribución 4.0 Internacional** (CC BY 4.0)

- Asmelasha, A.G.; Kumar, K. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tour. Manag.* 71, 67–83. [CrossRef]
- Ayala, L., & Arias, R. (s. f.). Gerencia de Mercadeo. Obtenido de: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Barroso, G. & Mota, K. C. (2010). Marketing Turístico Internacional. La promoción turística espacial dentro de un destino vacacional homogéneo, 19.
- Cancela, W., & Sención, G. (2004). Obtenido de Por otro lado, una fuerte demanda turística, o bien, la misma presión de las empresas que allí compiten, puede influir ante el gobierno y la opinión pública en la asignación de recursos para el mejoramiento de factores especializados.
- Capó, J., Expósito, M., & Masiá, E. (mayo de 2007). DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612007000100007>
- COOTAD. (2010). Estatus para la conformación de regiones y sus gobiernos en el Ecuador. Quito, Ecuador: Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización.
- Cucculelli, M., & Goffi, G. (2013). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. Article in Press. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- Fandiño, J. P. (2013). Marketing Digital y las estrategias publicitarias en Colombia.
- Foladori, G., & Tommasino, H. (2000). El concepto de desarrollo sustentable, 30 años después. Montevideo: Editora da UFPR.
- Folch, R. (2005). “Las implicaciones de la sostenibilidad” en revista SOSTENIBLE?, nº 7, Terrassa, mayo, pgg.119-130.
- González, R., & Rivas, H. (2016). Modelo de gestión integral de destinos turísticos SERNATUR. Obtenido de <http://www.sernatur.cl/wpcontent/uploads/downloads/2011/02/GuiaMetodologicaProgramasZOIT2008VersionFinal12-0071.pdf>
- Gutiérrez, E. (2007). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias*, 9(25), pp. 45-60. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/607/60715120006.pdf>
- Jiménez, L.M. (2000). Desarrollo sostenible, Pirámide, Madrid.
- Kotler, P. (2004). Los 10 principios del nuevo marketing. Recuperado en http://files.uladech.edu.pe/docente/17895184/Marketing_Empresarial_I/Sesion_15/MAT_15_10_N_PRINCIPAL.pdf



- Kotler, Philip, Armstrong, Gary (2003). Fundamentos de marketing. Sexta edición. México: Pearson Educación, 599 p.
- Martín, J., Estudia tu entorno con un PEST-EL, (2017). Cerem International Business School.
- Merino, J. P. (2011). Definición de promoción turística. Definición. De. <https://definicion.de/promocion-turistica/>
- Ministerio De Turismo. (2007). Obtenido de: <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Convenio%20de%20Transferencia%20de%20Competencias.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2010). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizoen-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Mondéjar, J., Sevilla, C., & Cordente, M. (2009). Un nuevo modelo de gestión pública y privada. Turismo y Patrimonio Cultural. Cuenca: La Fundación Turismo de Cuenca.
- Mosquera López, J., & Ventimilla Palacios, K. (2015). Propuesta de desarrollo turístico de la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta, Provincia de Manabí. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Naciones Unidas, Informe de políticas: las repercusiones de la COVID-19 en las mujeres y las niñas, disponible en https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/informe_guterres_covid_mujeres.pdf.
- OMT y PNUMA (2019). Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies, disponible en: <https://doi.org/10.18111/9789284420605>
- OMT, Consejos prácticos para un viajero responsable, 2020, disponible en <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-07/Tips-for-Responsible-Traveller-WCTE-ES.pdf>.
- Pérez, R. (2016). Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad del destino turístico holguinero. Cuba: Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya". Tesis de doctorado.
- Primera gran encuesta TIC. (2017). Ministerio de las tecnologías de la comunicación y la información. Recuperado en <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-57508.html>
- Red One Planet, <https://www.oneplanetnetwork.org>
- Rojas, V. I. (2012). La publicidad en las redes sociales: impulso a las microempresas en crecimiento.
- Romero. (2010). Gestión de proyectos turísticos. Lima, Perú: Ediciones Piura.
- Sachs. (2015). La era del desarrollo sostenible. Informe de turismo. México D.F.: Ediciones Deusto.
- Sinclair, P. M., & García, C. D. O. (2016). Marketing turístico 2. Ediciones Paraninfo.
- Vargas. (2017). Marketing digital como Herramienta.
- Witt, S. F., Moutinho, L., Huarng, K., & Yu, H. (2018). Tourism demand modelling and forecasting. Strategic management in tourism, (Ed. 3), 45-72.

