



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR HOTELERO DE
LA PARROQUIA TARQUI DE LA CIUDAD DE MANTA, PROVINCIA DE
MANABÍ**

TUTOR

Mg. MÓNICA LEORO LLERENA

AUTOR

EVELIN RAQUEL NOBOA SOLORZANO

GUAYAQUIL

2020

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis De La Situación Actual Del Sector Hotelero De La Parroquia Tarqui De La Ciudad De Manta, Provincia De Manabí.	
AUTORES/ES: Noboa Solórzano Evelin Raquel.	REVISORES O TUTORES: Mg. Leoro Llerena Mónica.
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista.
FACULTAD: De Ciencias Sociales Y Derecho.	CARRERA: ECONOMÍA
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 133 páginas.
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del comportamiento	
PALABRAS CLAVE: Análisis Socioeconómico, sector privado.	
RESUMEN: A las 18:58 horas del 16 de abril del 2016 la vida de miles de ecuatorianos cambió, se registraba un terremoto acompañado de múltiples réplicas que se llevó vidas y negocios enteros, entre los negocios afectados estuvo la hotelería y turismo de la parroquia Tarqui del cantón Manta de la provincia de Manabí. Analizar la situación actual de este sector es compleja, se carece de información amplia y detallada de estudios anteriores, Ecuador pocas veces había vivido un fenómeno de esta magnitud. Se realizó un análisis de la situación actual del sector hotelero, a través de las encuestas y entrevistas a empresarios se pudo determinar que la mayoría de ellos (55%) lleva laborando en el sector hotelero por más de 16 años, el 91% de los encuestados se vio afectado por el terremoto, el 37% tuvo pérdidas que superaron los \$50.000,00 dólares, a raíz de ello, el 64% de los empresarios del sector hotelero tuvieron costos adicionales, dirigidos especialmente a	

personal temporal para tratar de mantenerse en el negocio. Cabe destacar que la totalidad de los encuestados mencionaron que no obtuvieron facilidades de crédito, capacitación u ayuda que permita reconstruir sus negocios. El desarrollo turístico de la parroquia Tarqui posterior al terremoto del 2016, según la percepción de los empresarios ha contado con recursos técnicos, económicos y sociales limitados por parte del gobierno nacional e instituciones bancarias que han presentado servicios financieros no acordes a las realidades y situaciones locales.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Noboa Solórzano Evelin Raquel.	Teléfono: 0983782819.	E-mail: evelin.noboa.s@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Patricia Jurado Ávila (Decana) Teléfono: 042595500 Ext. 249 E-mail: pjuradoa@ulvr.edu.ec Mg. Mónica Leoro Llerena (Directora de Carrera) Teléfono: 042596500 Ext. 226 E-mail: mleorol@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Trabajo Evelin Noboa

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 % <small>EN</small>	6 %	1 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	researcharchive.vuw.ac.nz Fuente de Internet	4 %
2	Submitted to Webster University Trabajo del estudiante	<1 %
3	www.the-philosophy.com Fuente de Internet	<1 %
4	Submitted to Southern Cross University Trabajo del estudiante	<1 %
5	Submitted to Università Carlo Cattaneo - LIUC Trabajo del estudiante	<1 %
6	Submitted to London School of Commerce Trabajo del estudiante	<1 %
7	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
8	psu.pb.unizin.org Fuente de Internet	<1 %

9	www.termpaperwarehouse.com Fuente de Internet	<1%
10	Submitted to Universidad Técnica Nacional de Costa Rica Trabajo del estudiante	<1%
11	Submitted to Bocconi University Trabajo del estudiante	<1%
12	www.dlsu.edu.ph Fuente de Internet	<1%
13	Submitted to Donghua University Trabajo del estudiante	<1%
14	ewutuzynepol.tk Fuente de Internet	<1%
15	Submitted to ESIC Business & Marketing School Trabajo del estudiante	<1%
16	Submitted to Mancosa Trabajo del estudiante	<1%
17	documents.mx Fuente de Internet	<1%
18	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	<1%
19	www.firstcitizenstt.com Fuente de Internet	<1%

20	korea-lac.com Fuente de Internet	<1%
21	Submitted to KCA University Trabajo del estudiante	<1%
22	Submitted to UDELAS: Universidad Especializada de las Americas Panama Trabajo del estudiante	<1%
23	Submitted to Hawaii Pacific University Trabajo del estudiante	<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



Mg. MONICA LEORO LLERENA

C.C. 0917054330

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada EVELIN RAQUEL NOBOA SOLORZANO, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Análisis De La Situación Actual Del Sector Hotelero De La Parroquia Tarqui De La Ciudad De Manta, Provincia De Manabí**, corresponde totalmente a él suscrito(s) y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor



EVELIN RAQUEL NOBOA SOLORZANO

C.I. 0922037809

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Análisis De La Situación Actual Del Sector Hotelero De La Parroquia Tarqui De La Ciudad De Manta, Provincia De Manabí**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Análisis De La Situación Actual Del Sector Hotelero De La Parroquia Tarqui De La Ciudad De Manta, Provincia De Manabí**, presentado por la estudiante EVELIN RAQUEL NOBOA SOLORZANO como requisito previo, para optar al Título de ECONOMISTA, encontrándose apto para su sustentación.



Mg. MONICA LEORO LLERENA

C.C. 0917054330

AGRADECIMIENTO

Amado Padre mi agradecimiento eterno por la vida, por tu bondad por tu amor y por brindarme la sabiduría para culminar este proyecto porque pusiste a las personas adecuadas en este proceso docentes que reflejan el amor a su trabajo siendo mi mejor guía que con mucha paciencia impartieron todo su conocimiento, en especial a mi Tutora de tesis.

Agradezco a mis padres quienes con ejemplo han hecho de mi un ser humano completo con valores íntegros y gran respeto a Dios.

Agradezco a mi esposo quien ha sido mi gran compañero, mi mejor amigo y fruto de eso nuestra hija.

Agradezco a la universidad que me acogió y acepto para ser parte de sus alumnos.

Gracias a todos quienes han sido pieza importante en este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a todos quienes logran emprender, pero las circunstancias de la vida cambian nuestros planes presentes y sin fin fecha a un futuro mejor las esperanzas jamás se apagan y sale a relucir la innovación lo cual aflora la capacidad nuestra capacidad de seguir de levantar, de progresar, no importa que en el camino se presenten desvíos siempre serán emprendedores a pesar del dolor y perdida general, levantan su cabeza sus hombros su mirada hacia la meta.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	vii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema	7
1.4 Sistematización del Problema	7
1.5 Objetivo General	7
1.6 Objetivos Específicos	7
1.7 Justificación	8
1.8 Delimitación del Problema	9
1.9 Hipótesis o ideas por defender	9
1.10 Línea de Investigación	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1 Marco Teórico	10
2.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales sobre turismo y hostelería 10	
2.2 Bases teóricas	15
2.2.1 <i>Teoría de las capacidades</i>	15
2.2.2 <i>Teorías sobre el emprendimiento</i>	17
2.2.3 <i>Teoría del servicio</i>	18
2.2.3.1 El servicio al cliente del sector turismo	19
2.2.4 <i>Teoría institucional</i>	22
2.2.4.1 <i>Las raíces de la teoría institucional</i>	23
2.2.4.2 <i>"Vieja" teoría institucional</i>	23
2.2.4.3 <i>"Nueva" teoría institucional</i>	24

2.2.4.4	<i>Instituciones como reglas del juego</i>	25
2.2.4.5	<i>Instituciones formales e informales</i>	25
2.2.4.6	<i>Marcos Institucionales y Análisis Institucional</i>	27
2.2.5	Generalidades sobre el emprendimiento	27
2.2.5.1	<i>Procesos para emprender</i>	28
2.2.5.2	<i>Estadísticas de emprendimiento en Ecuador</i>	29
2.2.5.3	<i>Comparación del GEM 2017 con otros años</i>	30
2.2.6	El turismo en el mundo.	32
2.2.6.1	<i>Principales mercados emisores.</i>	32
2.2.6.2	<i>Turismo en América del Sur</i>	34
2.2.7	Generalidades del turismo en Ecuador	38
2.2.7.1	<i>Generalidades del Cantón Manta</i>	44
2.2.7.2	<i>Principales indicadores macroeconómicos de Manta antes del terremoto de 2016</i>	45
2.2.7.3	<i>Población</i>	46
2.3	Marco Conceptual.....	57
2.4	Marco Legal	59
2.4.1	Constitución de la República.	59
2.4.2	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021	59
2.4.3	Plan Nacional Toda Una Vida	60
2.4.4	Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana.	61
2.4.5	Ley de Turismo.	61
2.4.6	Reglamento General De Actividades Turísticas	62
CAPÍTULO III		63
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		63
3.1 Metodología		63
3.2 Tipo de investigación.....		63
3.2.1. Descriptiva		63
3.2.2. Exploratoria		63
3.2.3. Explicativa		63
3.1 Enfoque		64
3.2 Técnica e instrumentos		64
3.3.1. Revisión documental		64
3.3.2. Revisión bibliográfica		64

3.3.3. Entrevistas	64
3.3.4. Encuestas	65
3.3 Población y muestra	65
3.4 Análisis de Resultados	66
3.4.1 Resultados de encuestas	66
3.4.2 Resultados de entrevistas	86
3.4.3 Resultados del sector hotelero	92
CAPÍTULO IV	100
INFORME FINAL	100
4.1 Plan de acción	100
4.1.1 Uso de las TIC y redes sociales.	100
4.1.2 Uso adecuado de Manta como sector turístico.	101
4.1.3 Diversificación de oferta de lugares turísticos.	102
4.1.4 Promociones turísticas.	102
4.1.5 Adecuación de infraestructura hotelera	103
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Los principales destinos turísticos del mundo, con sus respectivos flujos monetarios y de personas, 2017.....	32
Tabla 2 Principales orígenes de los turistas, según región OMT. Años 2013-2017.....	33
Tabla 3 Costos de reconstrucción	37
Tabla 4 Financiamiento Sector Público.....	38
Tabla 5 El PIB de Turismo en Ecuador	42
Tabla 6 Población Manta.....	46
Tabla 7 Categoría de Ocupación	47
Tabla 8 Población Ocupada Manta.....	48
Tabla 9 Número de Establecimientos de Salud, con internación y sin internación, por clase	49
Tabla 10 Tasa Global de Fecundidad 2010	51
Tabla 11 Programas Sociales.....	52
Tabla 12 Participación de la Actividad Económica.....	54
Tabla 13 Registro Único de Damnificados.....	57
Tabla 14 Resumen de Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana.....	61
Tabla 15 Resumen de Ley de turismo	61
Tabla 16 Resumen de Ley Orgánica de defensa del Consumidor.....	62
Tabla 17 Tipo de establecimiento.....	66
Tabla 18 Tiempo de operación	67
Tabla 19 Género	68
Tabla 20 Edad.....	69
Tabla 21 Nivel de estudios	70
Tabla 22 Afectación por el terremoto.....	71
Tabla 23 Porcentaje de afectación por el terremoto	72
Tabla 24 Alternativas post terremoto	73
Tabla 25 Estimación de perdidas.....	74
Tabla 26 Costos adicionales	75
Tabla 27 Le otorgaron crédito	76
Tabla 28 Entidad financiera.....	77
Tabla 29 Nivel de ingresos antes del terremoto	78
Tabla 30 Nivel de ingresos actual	79
Tabla 31 Percepción sobre cantidad de turistas.....	80
Tabla 32 Capacitaciones a operadores.....	81
Tabla 33 Percepción de atención al sector hotelero	82
Tabla 34 Afectación a nivel familiar	83
Tabla 35 Asociación a otros establecimientos	84
Tabla 36 Dificultades para mantener el negocio	85
Tabla 37 Planificación de adecuación de infraestructura hotelera	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Marco Conceptual del GEM, tomado de (Lasio & Ordeñana, 2018)	17
Figura 2 Evolución del TEA Ecuador. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017)	30
Figura 3 Comparación entre emprendedores nacientes, nuevos y TEA. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017).....	31
Figura 4 Evolución de la TEA y la propiedad de negocios establecidos. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017).....	31
Figura 5 Cifras de ingresos de turismo internacional y llegada de turistas internacionales en países de América del Sur. Año 2017. Información tomada de la OMT, elaborado por la autora	34
Figura 6 PIB de Turismo. Fuente: Información adaptada del BCE, elaborado por la autora	42
Figura 7 Porcentaje de Población por Tipo de discapacidad. Información adaptada del INEC elaborado por la autora.....	50
Figura 8 Tipo de establecimiento. Información obtenida de las encuestas de campo...	66
Figura 9 Tiempo de operación. Información obtenida de las encuestas de campo	67
Figura 10 Género. Información obtenida de las encuestas de campo	68
Figura 11 Edad. Información obtenida de las encuestas de campo	69
Figura 12 Nivel de estudios. Información obtenida de las encuestas de campo	70
Figura 13 Afectación por el terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo	71
Figura 14 Porcentaje de afectación por el terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo	72
Figura 15 Alternativas post terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo	73
Figura 16 Estimación de pérdidas. Información obtenida de las encuestas de campo..	74
Figura 17 Costos adicionales. Información obtenida de las encuestas de campo	75
Figura 18 Le otorgaron crédito. Información obtenida de las encuestas de campo	76
Figura 19 Entidad financiera. Información obtenida de las encuestas de campo.....	77
Figura 20 Nivel de ingresos antes del terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo.....	78
Figura 21 Nivel de ingresos actual. Información obtenida de las encuestas de campo.	79
Figura 22 Percepción sobre cantidad de turistas. Información obtenida de las encuestas de campo.....	80
Figura 23 Capacitaciones a operadores. Información obtenida de las encuestas de campo	81
Figura 24 Percepción de atención al sector hotelero. Información obtenida de las encuestas de campo	82
Figura 25 Afectación a nivel familiar. Información obtenida de las encuestas de campo	83

Figura 26 Asociación a otros establecimientos. Información obtenida de las encuestas de campo.....	84
Figura 27 Dificultades para mantener el negocio. Información obtenida de las encuestas de campo.....	85
Figura 28 Evolución de los hostales periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)	92
Figura 29 Evolución de los hostales residencia periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)	93
Figura 30 Evolución de las hosterías periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019).....	94
Figura 31 Evolución de los hoteles periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)	95
Figura 32 Evolución de los hoteles apartamentos periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)	96
Figura 33 Evolución de los hoteles residencia periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019).....	97
Figura 34 Evolución de los moteles periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)	98
Figura 35 Evolución de las pensiones periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019).....	99

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de encuesta	115
Anexo 2: Preguntas de entrevista	118

INTRODUCCIÓN

La recuperación económica es el proceso por el cual se requiere que la economía de un país o un lugar específico se mueva en la dirección correcta después de una crisis que afecta a la mayoría de la población. Muchos sectores de estas áreas turísticas prominentes, principalmente el sector hotelero, se vieron afectados cuando el terremoto del 16 de abril del 2016 azotó la costa norte de Ecuador. "Considerando la situación previa a este proyecto de investigación, consiste en determinar una estrategia para la revitalización económica del sector hotelero en la parroquia Tarqui del cantón Manta en la provincia de Manabí, Ecuador".

El sector hotelero de la Parroquia Tarqui está limitado, debido a que los turistas no solicitan servicios de alojamiento en hoteles que estén habilitados en el área afectada. En resumen, el conocimiento estratégico de la recuperación productiva y económica de los empresarios del sector hotelero en áreas de estudio seleccionadas es limitado.

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar la situación actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Manta Provincia de Manabí. Por lo que para el cumplimiento de este objetivo el presente trabajo se estructura de la siguiente manera:

En el capítulo 1 se plantea el problema de investigación referente a la situación del sector hotelero en la Parroquia Tarqui, se plantean los objetivos de estudio y lo relevante que es el análisis del sector.

En el capítulo 2 se presentan los principales referentes teóricos que expliquen el comportamiento del sector hotelero. Cabe destacar que también se discuten los principales conceptos en el marco conceptual y también se detalla las principales leyes que fueron aplicadas durante el terremoto en el marco legal.

En el tercer capítulo sobre la metodología, se entra en detalle sobre el enfoque, tipos, técnicas e instrumentos de investigación. Así mismo, se discuten los resultados de la entrevista, encuesta y la base de datos del sector hotelero.

En el capítulo 4 se presenta el informe final, a partir de los resultados se planteó un plan de acción que incluyen las siguientes estrategias: uso de las TIC y redes sociales, uso adecuado de los recursos que cuenta la ciudad de Manta como sector turístico, diversificación de oferta de lugares turísticos, promociones turísticas y adecuación de infraestructura hotelera. Finalmente se explican las principales conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Análisis de la situación actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta, Provincia de Manabí

1.2 Planteamiento del Problema

El terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016 a las 18:58 pm, con epicentro en el cantón de Pedernales tuvo una magnitud en la escala de Richter de 7.8 grados, generando muchos problemas para la provincia de Manabí. La infraestructura hotelera fue afectada en el terremoto, donde la mayor parte de su población dependía económicamente del comercio que se veía influenciado por la asistencia de turistas a este balneario.

El problema radica en la falta de apoyo crediticio para el desarrollo comercial, turístico y económico del sector; es por esta razón que los habitantes buscan otras fuentes de ingresos para así poder compensar las pérdidas económicas generadas por la reducción de sus ventas, esto conlleva que descuiden su localidad, provocando una desatención en el área turística, de allí que el sector necesita de la inversión local y extranjera para poder potenciar el turismo. Para determinar los efectos económicos de un desastre natural, es importante delimitar la extensión del territorio; de ahí en adelante indagar sobre las características de la población afectada, a través de bibliografía, encuestas y entrevistas para poder determinar sus condiciones socioeconómicas previas y formular apreciaciones acerca de su situación después del desastre.

El objetivo final es obtener una idea global de los efectos que se producen luego de una catástrofe natural y como estos impactan en el sector turístico. Los desastres naturales traen consigo un efecto negativo económico sobre el área en el cual sucedió el siniestro, en este caso los efectos negativos ocasionados por el terremoto son: destrucción de la capacidad productiva, reducción de la productividad del trabajo, reducción de la oferta agregada y aumento en los precios.

Una vez ocurrido el sismo, el gobierno tomó las siguientes estrategias para financiar la reconstrucción de las zonas afectadas: Se estableció un incremento de dos puntos porcentuales en el Impuesto al Valor Agregado (IVA), es decir, que este se elevó del 12% al 14%. Esta medida tuvo la vigencia temporal de un año. Se estableció una contribución por una sola vez del 3% adicional sobre utilidades y una contribución del 0,9% sobre personas naturales cuyo patrimonio sea mayor a un millón de dólares.

La tercera medida fue el pago de un día de sueldo durante un solo mes para quienes ganasen más de USD 1.000,00. Si la persona ganaba más de USD 2.000,00 tuvo que dar este aporte durante dos meses. Es decir, dos días de sueldo durante este período. Pero si la persona ganaba más de USD 5.000,00, contribuyó con cinco días de sueldo, es decir, un día de sueldo durante cinco meses. Otra medida fue que por 5 años se exonera el Impuesto a la Renta de las nuevas inversiones que se ejecuten en Manabí y Esmeraldas. Para el sector turístico, el incentivo se extendió hasta por el doble de tiempo, es decir, 10 años. Estas inversiones se debían ejecutar en los siguientes tres años a partir de la vigencia de la Ley de solidaridad 20 mayo (2016).

Las propuestas del gobierno se encuentran explicadas en el Plan de Reconstrucción y Reactivación Productiva post terremoto (2017). El turismo es uno de los sectores prioritarios en las políticas productivas del Ecuador en los últimos años, siendo las zonas afectadas uno de los principales destinos que conforman la oferta turística nacional. Perder el flujo de turistas locales y extranjeros que dinamizaban la economía expone a las provincias afectadas a una creciente vulnerabilidad económica. En el escenario post terremoto reactivar las actividades turísticas demanda la reconstrucción física de la infraestructura destruida, la recuperación de las relaciones comunitarias y la valorización de las prácticas culturales que se desarrollan alrededor de los servicios turísticos. En base a lo anterior los lineamientos de actuación por parte del Estado fueron los siguientes:

1 - Planificación de destinos sostenibles y seguros, que incluyan el incremento de la calidad de sus servicios turísticos: En el marco de la reactivación productiva de las zonas afectadas, desde este Sector llevaron a cabo actividades enfocadas a promocionar y potenciar destinos turísticos. En articulación con el sector privado, se logró la identificación de posibles alianzas público-privadas, con la posibilidad de aportar a la reactivación de la economía local, a través de la oferta de servicios de restauración, alojamiento y potenciación de destinos turísticos, generando nuevas oportunidades

laborales para las poblaciones. La asistencia técnica por parte de las instituciones públicas competentes aportó en el mejoramiento de la calidad de servicios.

2 - Reactivación de la demanda con la promoción turística focalizada a nivel nacional e internacional: La reconstrucción y mejoramiento de la infraestructura turística, a cargo del Ministerio de Turismo permite que la comunidad pueda contar con medios para poder ofertar sus servicios. Así mismo, desde canales oficiales y en asociación con el sector hotelero se ejecutaron campañas de promoción de destinos turísticos en las zonas afectadas, lo cual se ha acompañado de una programación de actividades diseñada para diferentes mercados nacionales e internacionales.

3 - Reactivación de la oferta turística, mediante la identificación de la disponibilidad de servicios turísticos en las zonas afectadas y apoyo para reanudar las actividades económicas. Los incentivos fiscales establecidos en el Artículo 9 en la Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana representan una oportunidad para la atracción de inversiones nacionales y extranjeras, según el gobierno.

Sin embargo, en el sector hotelero de Manta se han encontrado las siguientes falencias: Inexistencia de planificación turística provincial y cantonal, desarrollo de actividades en establecimiento turístico sin planificación, descoordinación de los agentes y actores claves del turismo, nivel de relación bajo e insuficiente entre los distintos actores, falta de compromiso de los prestadores de servicios turísticos, falta de desarrollo de destinos y productos turísticos.

Por lo tanto, el sector hotelero debe desarrollar las siguientes estrategias: Posicionamiento, consolidación, gestión, gobernanza, comercialización y desarrollo de productos y servicios turísticos. Es importante indicar que de los 120 establecimientos afectados por el terremoto en el cantón Manta, 86 presenta una afectación parcial lo que corresponde al 72%; y 34 colapsaron totalmente lo cual corresponde al 28 % restante.

En alojamiento el total de establecimientos afectados fueron 62 de los cuales la afectación parcial fue de 30 establecimientos correspondiendo al 48% y un colapso total de 32 establecimientos correspondiendo al 52%. En cuanto a establecimientos de servicios de alimentos y bebidas un total de 57 establecimientos afectados con una afectación parcial de 56 que corresponden a un 98%, y solo 1 establecimiento con colapso

total correspondiendo al 2%. En cuanto a recreación, diversión y esparcimiento solo se presentó 1 establecimiento afectado correspondiente a colapso total.

Los Montos entregados por el Estado para el sector turismo según el Comité de Reconstrucción (2017) fueron los siguientes: el gobierno entregó por medio de la banca pública los siguientes créditos para la reconstrucción del sector turismo en la provincia de Manabí: CFN otorgó USD 15.03 millones en créditos por medio de 19 operaciones. BanEcuador realizó 9772 operaciones diferidas, por un monto desplazado de USD 10,7 millones.

Tras la afectación al sector hotelero de las provincias de Manabí y Esmeraldas, se dispuso a través del Ministerio de Turismo la ejecución de estudios que permitan la coordinación y apoyo técnico integral para viabilizar el acceso a financiamiento a los prestadores de servicios turísticos; la misma analizó una serie de variables para establecer una tipología constructiva que se adapte al entorno y tipo de turismo que se espera recibir. Posteriormente, se realizó una acción coordinada con la banca pública, en la que se gestionaron las condiciones más flexibles con los hoteleros que se acogieron al programa.

El programa, abarcó la reconstrucción y rehabilitación de hoteles, hostales y hosterías mediante la implementación de una metodología que permite organizarlos en varias tipologías, ya sean estas constructivas (tipo de suelo, ubicación, tamaño del predio) como socioeconómicas (zona del proyecto, alcance de ocupación, cobertura de servicios básicos). Los parámetros del crédito que se han otorgado son los siguientes: Dos años de gracia, frecuencia de pago semestral, tasa de interés del 8 – 10% adicional, financiamiento por 100% del monto requerido (no encaje bancario), garantías a través de bienes inmuebles de propiedad del deudor.

En el 2019, luego de 3 años del terremoto que dejó pérdidas económicas, las calles de la parroquia Tarqui aún se encuentran intransitables, con terrenos que aún contienen escombros por la demolición de edificios, esto porque les ha resultado complejo a los dueños volver a levantarlos en medio de fuertes deudas. En este sector existía un centro comercial que fue demolido y en su lugar fueron construidos puestos para ser alquilados con la intención de dinamizar el comercio.

Los pobladores de la parroquia Tarqui tienen sus esperanzas en la construcción de un mercado moderno, sin embargo el tema burocrático es lo que retrasa esta obra puesto

que los estudios de suelo y arquitectónicos ya fueron realizados. Los habitantes anhelan una alianza público-privada, y a partir de esta alianza se construya un mercado y un centro comercial, para atraer a los turistas.

Levantar las estructuras hoteleras ha sido una tarea complicada, pues es difícil cumplir con todos los requisitos solicitados para acceder a las líneas de crédito, esto se dio porque los dueños para no pagar los servicios básicos dejaron de habitar los hoteles, al no pagar estos montos, se los coloca en central de riesgo, lo que provocaba que no fueran candidatos aceptables para beneficiarse de un crédito.

Aunque el estado ecuatoriano brindaba recursos económicos para la reconstrucción de viviendas y hoteles, las condiciones que se debían cumplir para acceder a dichos créditos fue lo que dejó en la deriva a familias que anhelaban reconstruir sus hoteles, lo que provocó que empezaran a reconstruir por sus propios medios. Tres familias decidieron darles nueva vida a hoteles como; Miami, Pacifico Inn y Gaviota, los cuales se restablecieron en el casco urbano de Manta, alquilando edificios o casas para acoplarlas como nuevos espacios para descanso.

Según Plutarco Bowen, presidente de la Asociación de Hoteleros de Tarqui de las 28 estructuras existentes en Manta solo quedaron en pie 11 establecimientos, el afirma que el gobierno no empleó planes que atrajeran inversión al sector hotelero, solo retiraron los escombros de los edificios desplomados, lo que deja en evidencia la falta de una reactivación. Para ayudar a esta reactivación se implementaron estrategias de ayuda planteadas por el gobierno, como lo fue la promesa de un parque lineal y el plan hidrosanitario, pero estos planes no han sido ejecutados como se esperaba.

En lo que respecta al Parque lineal, desde el año 2013 se le ha prometido a Manta el referido parque en la parroquia Tarqui, después del terremoto la idea resurgió como la intención de que sea un atractivo turístico, para reactivar la economía pero, los encargados de la obra manifiestan que se dispone de los recursos para poder costear el proyecto, sin embargo, no tienen un proyecto firme, y sin él, las entidades que financiarían esta propuesta no pueden medir su factibilidad, por ende no se puede disponer de los recursos, sin poseer un proyecto que lo sustente.

Por otra parte, el plan hidrosanitario, consistía en la reparación de los ductos sanitarios y alcantarillado, sin embargo, se encontraron contra tiempos que no tenían

visualizados, como el hecho de que las tuberías de Manta poseían una antigüedad de 40 años, lo que implicaba que a medida que se construía, se rompían las que ya estaban en condiciones precarias, por lo que se tenían que ir reponiendo. En la parroquia Tarqui la instalación del plan hidrosanitario fue culminado y entregado, sin embargo, en agosto del 2019 Manta fue declarada en emergencia sanitaria, por un sistema de alcantarillado precario, las conexiones clandestinas provocan malos olores en esta zona hotelera, provocando que los turistas se vayan a otros sitios de Manta.

1.3 Formulación del Problema

¿Tienen los operadores turísticos hoteleros de la parroquia Tarqui de la ciudad Manta conocimiento de cómo ofrecer un servicio de calidad que contribuya al desarrollo del turismo en la población, como una forma de recuperarse del terremoto de abril del 2016?

1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cuál fue el impacto económico al turismo provocado por el terremoto en Manta?
- ¿Cuál es la situación actual de los hoteleros de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta?
- ¿Qué estrategias puede implementar el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Manta para impulsar el desarrollo del turismo?

1.5 Objetivo General

Analizar la situación actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Manta Provincia de Manabí.

1.6 Objetivos Específicos

- Sistematizar los fundamentos teóricos relacionados con el sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta. Identificación de la situación socio económica actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta.
- Analizar la situación actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta
- Proponer un plan de acción para la reactivación económica del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta.

1.7 Justificación

El turismo como una de las fuentes principales de ingresos para la ciudad de Manta y cómo se desempeñaba este sector en el área económica antes de la catástrofe natural, fueron los motivos principales para iniciar este estudio, para poder comparar los resultados luego del siniestro y analizar ideas para potencializar las áreas afectadas. Otra de las causas para este estudio fueron las medidas implementadas por el gobierno para solventar los costos de la reconstrucción de pérdidas ocasionadas por el terremoto.

Como la mayoría de las industrias, la industria del turismo requiere que se tenga conocimiento e información, para crear y administrar un negocio exitoso. El turismo es una industria compleja que involucra la atención al cliente, la buena gastronomía, la higiene, el conocimiento de finanzas personales entre otros aspectos. Las estrategias destinadas a abordar las consideraciones sociales, ambientales y económicas son fundamentales para trabajar en el desarrollo de productos y servicios turísticos basados en la comunidad, ya que estos productos y servicios generalmente se encuentran en áreas que se ven afectadas por las dificultades.

La importancia que el sector terciario o de servicios mantiene en la economía ecuatoriana es clara, ya que, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador, el 52% del PIB para el año 2017 se obtuvo mediante la realización del conjunto de actividades pertenecientes al mencionado sector. El turismo se cataloga dentro de esta categoría, siendo uno de los servicios de mayor trascendencia estratégica para el desarrollo del Ecuador, llegando a ser fomentando tanto por el sector público como privado. No obstante, así como el sector turístico es responsable de generar valor agregado, esta actividad a su vez contribuye con la creación de miles de empleos, dando sustento a un sin número de ecuatorianos que se dedican directa o indirectamente en alguna de las subactividades del sector, entre las que destacan el alojamiento y servicios de comida.

1.8 Delimitación del Problema

- **Campo:** Desarrollo socioeconómico.
- **Ubicación Geográfica:** Parroquia Tarqui del Cantón Manta, Provincia de Manabí.
- **Tema:** Análisis De La Situación Actual Del Sector Hotelero De La Parroquia Tarqui De La Ciudad De Manta, Provincia De Manabí.
- **Segmento de mercado:** Sector Hotelero de Parroquia Tarqui de Manta.
- **Actividad económica:** Hotelera.
- **Problemas que combatir:** Falencia que tienen los operadores hoteleros para ofrecer servicios de hospedaje.

1.9 Hipótesis o ideas por defender

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos relacionados con el sector turístico hotelero?
- ¿Cuál es la situación actual del sector hotelero de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta?
- ¿Qué sistema de acciones podrían diseñarse para la reactivación económica del sector hotelero de Manta?

1.10 Línea de Investigación

- Facultad

Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva

- Dominio

Cohesión social y fortalecimiento de la institucionalidad democrática.

- Institucional

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de comunicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales sobre turismo y hostelería

El viaje por motivos de ocio ha evolucionado de una experiencia realizada por pocas personas a algo que muchos disfrutan, históricamente, la capacidad de viajar estaba reservada para la realeza y las clases altas, desde la antigüedad romana hasta el siglo XVII, se alentó a los jóvenes de alto rango a viajar por Europa en una "gran gira", a través de la Edad Media, muchas sociedades fomentaron la práctica de la peregrinación religiosa, siendo la mayor de todas el viaje a Tierra Santa, sin embargo, al ser un objetivo muy difícil de alcanzar para la época, la peregrinación a Roma era el destino más escogido de la cristiandad, sin embargo, la mayor parte de la gente que realizaba un viaje por motivos religiosos, generalmente lo hacía a destinos ubicados en su propio país (Neves, 2016)

La palabra hospitalidad es anterior al uso de la palabra turismo, y apareció por primera vez en el siglo XIV, se deriva del latín "hospes", que abarca las palabras huésped, anfitrión y extranjero. La palabra turista apareció impresa mucho más tarde, en 1772, William Theobald sugiere que la palabra tour viene del griego y del latín para círculo y giro, y que el turismo representa la actividad de salir del lugar donde se vive habitualmente para después regresar (Guerrero & Ramos, 2015)

Cox & Kings fue la primera agencia de viajes conocida, se fundó en 1758 cuando Richard Cox se convirtió en agente oficial de viajes de las Fuerzas Armadas Reales Británicas, casi 100 años después, en junio de 1841, Thomas Cook abrió la primera agencia de viajes de placer, diseñada para ayudar a los británicos de la clase alta que solían viajar por Europa, en 1845, realizó su primera gira comercial completa con boletos de tren incluidos y una guía impresa (Richards, 2012)

La continua popularidad de los viajes en tren y la aparición del automóvil representaron hitos en el desarrollo del turismo, de hecho, un largo viaje realizado por la esposa de Karl Benz en 1886 sirvió para despertar el interés en los viajes en automóvil y ayudó a dar a conocer su compañía de automóviles, que algún día se convertiría en Mercedes Benz (Coll-Hurtado, 2017).

Una vez concluida la Segunda Guerra Mundial, la industria de la aviación, que había experimentado grandes avances tecnológicos, empezó a masificar los vuelos comerciales, para 1952 ya existían vuelos regulares desde Londres, Inglaterra a Johannesburgo, Sudáfrica y Colombo, Sri Lanka, sin embargo estos vuelos todavía eran bastante largos y requerían varias escalas, fue el comienzo de la era del jet la que da inicio a la industria turística moderna (Casanova, 2015).

La industria comenzó un cambio tecnológico masivo a medida que el aumento en el uso de Internet revolucionó los servicios de viaje. A lo largo de la década de 2000, las reservas de viajes en línea crecieron exponencialmente y, para 2014, el líder mundial Expedia se había expandido para incluir marcas como Hotels.com, Hotwire Group, Trivago y Expedia Cruise Ship Centers, obteniendo ingresos de más de \$ 4.7 billones (Neves, 2016)

Hay varias formas en que se puede definir el turismo, y por esta razón, la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) se embarcó en un proyecto desde 2005 hasta 2007 para crear un glosario común de términos para el turismo. Define el turismo de la siguiente manera:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual para fines personales o empresariales / profesionales, estas personas se llaman visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican gastos (OMT, 2018). Usando esta definición, el turismo es el movimiento de personas para varios propósitos (ya sea por negocios o por placer).

Sobre la base de la definición de turismo, una descripción comúnmente aceptada de un turista es "alguien que viaja al menos a 80 km de su hogar durante al menos 24 horas, por negocios o por placer u otras razones" (Blanco & Benayas, 2014). La Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas desglosa más esta definición al afirmar que los turistas pueden ser:

- Nacional (residentes de un país determinado que viajan solo dentro de ese país)
- Entrante (no residentes que viajan a un país determinado)
- Salientes (residentes de un país que viajan a otro país) (Naciones Unidas, 2018)

El ámbito del turismo, por lo tanto, es amplio y abarca una serie de actividades. La OMT es el organismo de las Naciones Unidas responsable de “promover el turismo responsable, sostenible y accesible para todos” (OMT, 2017), sus miembros incluyen 156 países y más de 400 afiliados, como empresas privadas y organizaciones no gubernamentales, promueve el turismo como una forma de desarrollar comunidades al tiempo que fomenta el comportamiento ético para mitigar los impactos negativos (OMT, 2018)

Dado el gran tamaño de la industria del turismo, puede ser dividida en grupos amplios de la industria utilizando un sistema de clasificación común, la OMT lo divide de la siguiente manera:

- Alojamiento
- Servicios de alimentos y bebidas
- Recreación y entretenimiento.
- Transporte
- Servicios de viaje

Estos grupos de la industria se basan en la similitud de los “procesos laborales e insumos” utilizados para cada uno, por ejemplo, los tipos de empleados y los recursos necesarios para administrar un negocio de alojamiento, ya sea un hotel, motel o incluso un campamento, son bastante similares. Todas estas empresas necesitan personal para registrar a los huéspedes, proporcionar tareas de limpieza, contratar trabajadores de mantenimiento y proporcionar un lugar para que las personas duerman. Como tales, pueden agruparse bajo el título de alojamiento. Lo mismo ocurre con los otros cuatro grupos (OMT, 2017).

El turismo es una actividad que revitaliza la economía y tiene importantes beneficios para las poblaciones, siempre y cuando mejoren las condiciones de vida de los agentes locales y fomenten su patrimonio cultural. Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo sostenible es una forma de turismo que satisface las necesidades de los turistas actuales y las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades para el futuro. Es una industria que tiene como objetivo tener un bajo impacto en el medio ambiente y la cultura local, generar ingresos y empleo, y garantizar la conservación de los ecosistemas locales (OMT, 2017).

La industria del turismo todavía se está desarrollando en varios países que cuentan con un potencial para la explotación de este recurso, el cual representa el 9.2% del PIB mundial y cuenta con 235 millones de personas empleadas (Ascanio, 2018). Esto indica que el turismo es uno de los principales sectores económicos del mundo.

El apoyo de la comunidad es importante para el turismo, ya que es una actividad que afecta a toda la sociedad. Las empresas turísticas dependen en gran medida unas de otras, así como de otras empresas, gobiernos y residentes de la comunidad local. Los beneficios económicos y los costos del turismo llegan a prácticamente todos los habitantes de la región de una forma u otra.

En Ecuador el turismo y sus variantes representan el 2% del PIB y se ubica en el tercer rubro de las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón. El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos (viajes y transporte de pasajeros) también ha mantenido una tendencia de ascenso, en el 2017 ingresaron 1.204,5 millones de dólares, en divisas por concepto de turismo receptor, evidenciándose así un crecimiento acumulado del 14% con relación a igual período de 2016. Asimismo, fue el generador de 344.800 empleos directos e indirectos (Ministerio de turismo, 2018)

Según Schuter (2008) a medida que el turismo se vuelve cada vez más importante para las comunidades de todo el mundo, la necesidad de desarrollarlo de manera sostenible también se convierte en una preocupación de importancia para su desarrollo. Las comunidades son una razón básica para que los turistas viajen, para experimentar la forma de vida y costumbres de diferentes grupos de personas. Las comunidades también dan forma a las características del lugar que se visita. Los miembros de las comunidades a la vez se nutren de su experiencia con los turistas, por lo tanto, mantener a las características culturales de la comunidad se ha convertido en un elemento esencial del turismo sostenible.

La lógica del desarrollo sostenible del turismo descansa en la garantía de beneficios económicos, sociales y culturales renovables para la comunidad y su entorno. Un enfoque integral para su sostenibilidad requiere que el bienestar socioeconómico, cultural y continuo de las comunidades humanas sea un componente integral de todo proyecto de turismo sostenible (Richards, 2012).

Sin sostenibilidad de la comunidad, no se puede esperar que el desarrollo del turismo sea llevadero. Por esta razón, el concepto de participación de la comunidad en el desarrollo del turismo se ha movido hacia el centro del debate sobre sostenibilidad. Si bien la mayoría de los modelos de desarrollo sostenible incluyen a la comunidad como piedra angular del proceso de desarrollo, el concepto de comunidad en sí es problemático. La naturaleza de la comunidad también está cambiando. La globalización y la ubicación, el aumento de la movilidad geográfica y social, cuestionan las creencias generalizadas sobre la composición y la estructura de las comunidades

El surgimiento de una "comunidad global" también problematiza el concepto de una comunidad local, la creciente complejidad de las comunidades y las relaciones entre ellas presentan importantes desafíos para el desarrollo sostenible del turismo. Las estructuras de las comunidades locales pueden proporcionar la fuente de problemas y soluciones potenciales en la esfera del desarrollo sostenible.

Abrir un restaurante o trabajar en uno en una nueva zona de desarrollo turístico, alquilar habitaciones para huéspedes o inclusive ofrecer servicios de baños y duchas a los turistas pueden ser fuentes de ingreso para contribuir al desarrollo en las familias de bajos recursos. De igual manera, los botes pesqueros pueden ser adaptados para proporcionar paseos y excursiones de avistamientos de ballenas y delfines.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales (Organización Mundial del Turismo, 2017). Existen tres tipos de atractivos turísticos como: atractivos naturales que se originan del ecosistema como playas, lagos, valles, montañas, paisajes, flora y fauna; atractivos culturales se relaciona con la forma de vida de las comunidades, festividades y gastronomía; finalmente atractivos históricos es decir arquitectura antigua. Todos los atractivos turísticos brindan diversión y tranquilidad a los visitantes. Manta tiene una población de 350.000 habitantes, cuanta con 13 playas las cuales encantan y apasionan para realizar deportes, cuanta con una amplia gastronomía, en el año del 2019 recibió 82.000 turistas nacionales e internacionales.

La actividad turística tiene un conjunto de impactos no solamente económicos, el turismo también incide en los siguientes ámbitos: sociocultural, ambiental y legal. Tiene en cuenta los diversos aspectos sobre los que incurre el turismo, no existe duda que,

debido a los beneficios económicos derivados del turismo, muchos países están interesados por este sector como una herramienta para obtener altas tasas de crecimiento y desarrollo socioeconómico

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría de las capacidades

Los escritos de Amartya Sen, economista y filósofo indio, premio Nobel de economía de 1998, son reconocidos hoy por su gran contribución al análisis de las desigualdades y las teorías filosóficas de la justicia. Según este autor, no solo se debe tener en cuenta lo que poseen los individuos, sino también su capacidad, su libertad de usar su propiedad para elegir su propio estilo de vida. Rechazó tanto una concepción instrumental como una concepción puramente formal de los derechos y la libertad, e hizo críticas decisivas al utilitarismo (Roncaglia, 2016).

Los conceptos principales de esta teoría son los de "modos de operación" (funcionamientos) y "capacidades". El primero es lo que un individuo puede lograr dados los bienes que posee (para alimentarse lo suficiente, para moverse sin obstáculos, para saber leer y escribir), esto describe su condición, mientras que los segundos son los diferentes. Posibles combinaciones de la primera, para un individuo. Por lo tanto, la capacidad es un vector de modos de operación que expresan la libertad de un individuo para elegir entre diferentes condiciones de vida (Chang, 2015)

Los conceptos de capacidad y modos de funcionamiento son muy similares pero distintas. Una capacidad también puede interpretarse como un modo particular de operación ("libertad para elegir el estilo de vida") que se considera fundamental y, por lo tanto, se enfatiza en relación con los demás. Esta definición revela los dos niveles en los que opera el enfoque de capacidad. Primero en el nivel descriptivo: en este contexto, la pobreza se entenderá como una privación de las capacidades básicas y no solo como un bajo ingreso. Luego opera a nivel normativo al proponer una nueva base para los principios de igualdad y justicia (Nasar, 2012)

Su teoría ha dado lugar a un trabajo sobre la pobreza (especialmente a través de la construcción del Índice de Desarrollo Humano (IDH) y como parte de la Asociación de Desarrollo Humano y Capacidad), también ha inspirado los objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas o el trabajo de algunas ONG como OXFAM, de la cual Sen es presidente honorario. La teoría de las capacidades, sin embargo, es a menudo

criticada por su vaguedad y su dificultad de aplicación. Su influencia en la economía del desarrollo llevó a la creación del IDH por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) en 1990, lo que permite comparaciones internacionales en términos de desarrollo.

Este índice combina tres "capacidades" consideradas esenciales: salud, educación y recursos monetarios. Cada dimensión se evalúa mediante el uso de un indicador básico: esperanza de vida (para la salud), matrícula escolar y tasas de alfabetización (para la educación) e ingreso per cápita en la paridad del poder adquisitivo (es decir, al hacer que la unidad de dinero tenga el mismo poder adquisitivo en los países que se comparan). El IDH es el producto de la combinación de estos indicadores. Según las clasificaciones del PNUD en 2019, Noruega ocupó el primer lugar en términos de desarrollo humano. Francia ocupó el octavo lugar en el mundo, Estados Unidos está detrás, en el 13 ° lugar, Ecuador ocupó el puesto 85 de 189 países Níger ocupó el último lugar.

Finalmente, Sen hizo una contribución pionera al estudio de las hambrunas, encontrando posteriormente el favor de los gobiernos en la prevención y lucha contra las hambrunas. En 1943, cuando tenía unos diez años, fue testigo de la hambruna de Bengala durante la cual murieron más de tres millones de personas. Los observadores y los tomadores de decisiones han destacado la disminución en la producción de alimentos para explicar esta tragedia. En Pobreza y hambrunas (1982), donde se ocupa de las hambrunas en India, Bangladesh y los países del África subsahariana, Sen demostró que las situaciones de hambre no se explican necesariamente por situaciones de escasez de alimentos, sino por malas decisiones políticas

Su análisis destaca las desigualdades generadas por los mecanismos de distribución y los "derechos de acceso" a los alimentos. Para reducirlos, debemos comenzar alentando el control democrático de los gobiernos, porque, como le gusta recordar, las democracias no experimentan hambrunas.

2.2.2 Teorías sobre el emprendimiento

Muchas personas a lo largo de los siglos han tenido voz en el desarrollo del significado de la palabra "Emprendedor", particularmente en relación con su relación con los negocios y el comercio. En la primera parte del siglo XVIII, un irlandés residente en Francia, Richard Cantillon, utilizó por primera vez la palabra "Emprendedor" en su libro publicado en 1755 "Essai sur la Nature du Commerce au General (Ensayo sobre la naturaleza del comercio)". En este libro, usa el término "emprendedor" y lo aplica a cualquier persona que compre o fabrique un producto a un cierto costo para venderlo a un precio incierto (Roncaglia, 2016).

Desde la academia ecuatoriana, el término emprendimiento es investigado desde el 2004, cuando la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), se inserta en el proyecto del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM) que investiga sobre la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) como perspectiva del individuo durante el proceso de creación de empresas (Samaniego, 2014).

El estudio de la GEM identifica, además, a dos tipos de emprendedores, los primeros denominados emprendedores por oportunidad y los segundos por necesidad. El emprendedor por oportunidad es aquel que, entre muchas opciones, aprovecha una oportunidad que se le presenta en su entorno. El emprendedor por necesidad es aquel que busca opciones de negocio por desempleo y puede ayudar si tiene una iniciativa de empleo por cuenta propia.

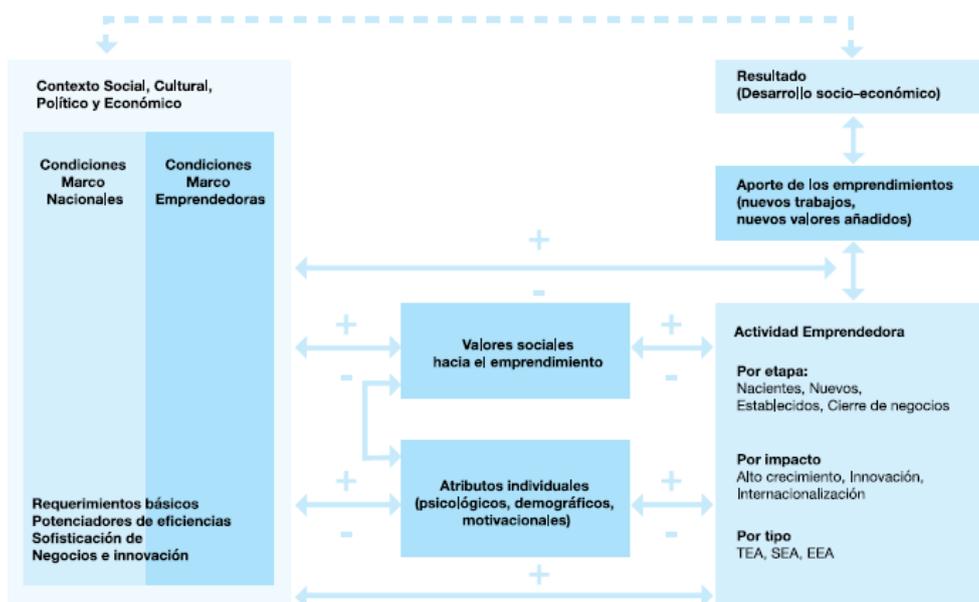


Figura 1 Marco Conceptual del GEM, tomado de (Lasio & Ordeñana, 2018)

El marco conceptual del GEM describe las características multifacéticas del emprendimiento. Los factores sociales, políticos y económicos que influyen en la creación de negocios únicos y en el contexto emprendedor (Lasio & Ordeñana, 2018). Las condiciones del marco emprendedor, incluidas las relaciones del emprendimiento, la innovación disruptiva en productos y servicios, la renovación empresarial, la creación de empleo, la expansión económica y el bienestar social, entre otros, son descritas en la siguiente figura 1.

2.2.3 *Teoría del servicio*

La teoría del servicio se basa en la forma o la habilidad profesional de las personas encargadas de alguna actividad, esta teoría contiene herramientas y conocimientos que se utilizan en la gerencia de la actividad, para optimizar la actividad existente o planificar mejoras en ella (Duque, 2005)

Bajo este concepto el servicio ayuda a las organizaciones a ofrecer asistencia a sus clientes. Las investigaciones sobre el servicio se han basado especialmente en tendencias que son utilizadas para evaluar su calidad: satisfacción, calidad y valor. Siendo la calidad y la satisfacción los puntos en los cuales se han centrado.

Las actividades relacionadas con la calidad originalmente fueron orientadas al control estadístico de la calidad, donde se pudo establecer la calidad objetiva siendo esta una visión interna de la calidad. El objetivo primordial de la calidad objetiva es la eficiencia, es por ello por lo que se utiliza en actividades que se puedan estandarizar. Por otra parte, se considera a la calidad subjetiva como una visión externa, donde se puede apreciar la calidad a través de la determinación y cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas del cliente.

En los textos sobre la calidad del servicio, la calidad se refiere a la calidad percibida, es decir, al juicio que presenta el consumidor sobre la excelencia y la calidad de un producto. En este contexto servicio significaría un juicio general sobre la excelencia del servicio.

2.2.3.1 El servicio al cliente del sector turismo

El turismo es una industria en la que los clientes contactan para obtener lo que esperan para sus vacaciones, relajarse y pasar un buen rato. Cada aerolínea, Hotel, restaurante o agencia de viajes enfatiza un fuerte servicio al cliente, ya que aquellos que experimentan satisfacción tienen más probabilidades de regresar para futuras visitas. Si los turistas reciben un buen servicio en un hotel conocido, considerarán la cadena de hoteles primero cuando vuelvan a viajar y lo recomendarán a otros dentro de su círculo social. Del mismo modo, si el viajero recibe un buen servicio de alguna aerolínea u hotel, considerará ser un cliente frecuente con ese proveedor de servicios específico y, a su vez, generará negocios futuros para las empresas que prestan dichos servicios.

El mal servicio al cliente puede arruinar la reputación de un hotel, restaurante, aerolínea o agencia de viajes. Si el cliente obtiene una mala experiencia, entonces ni él volverá a usar ese proveedor ni le recomendará a nadie que lo use de nuevo. Así que, de manera directa, ese proveedor perderá los ingresos de sus clientes en el futuro e indirectamente, perderá el posible cliente, lo que podría generarle muchos negocios en el futuro.

La atención al cliente es una parte esencial de la industria de la hospitalidad. El turismo es la industria que ayuda a un país a obtener estabilidad económica. El turista genera negocios en un país y desempeña un papel clave en el logro de los objetivos socioeconómicos de los planes de desarrollo de una nación. Un buen servicio al cliente garantiza más oportunidades de negocio para los proveedores

El turismo es una industria muy amplia y los clientes tienen varias alternativas disponibles para sus necesidades. El cliente moderno está bien informado y necesita el valor total de su dinero. Los clientes leales vuelven una y otra vez, lo que promueve el negocio de boca en boca, todo va acompañado de una buena y sólida atención al cliente. Construyendo una base de clientes satisfechos, se reduce el costo de buscar nuevos clientes (Guerrero & Ramos, 2015).

En la industria del turismo y la hospitalidad, el éxito o el fracaso del negocio dependen del servicio. Algunos establecimientos ofrecen niveles más altos de servicio al cliente. A veces, es un componente intangible el hecho de por qué un huésped puede preferir un proveedor de turismo u hospitalidad en lugar de otro.

En 2012, la escuela de turismo de la universidad de Cornell, en EEUU, presentó un informe que mostró que la satisfacción de los huéspedes está fuertemente influenciada por factores del servicio, como la actitud de los empleados y el ritmo y orden de los servicios prestados. Descubrió que cuanto mayor es la satisfacción del cliente, mayores son los ingresos de un negocio hotelero determinado y que el servicio desempeña un papel mucho más importante que el precio y la ubicación en la decisión de compra del huésped (Pinos López, 2014).

La capacitación es fundamental para garantizar un servicio de calidad y cumplir con estos objetivos. Desafortunadamente, debido a la naturaleza estacional de muchos puestos de turismo y hospitalidad, y al acceso limitado a una capacitación asequible y accesible, la industria no siempre puede capacitar a sus empleados, ya que puede ser difícil atraer, capacitar y retener personal confiable y calificado durante todo el año.

El concepto de calidad total se refiere a un enfoque por parte de las empresas para integrar a todos los empleados, desde la gerencia hasta el nivel inicial, en un proceso de aprendizaje continuo, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente, implica examinar todos los encuentros y puntos de interacción con los huéspedes para identificar puntos de mejora, la gestión de calidad total en turismo y hospitalidad es un proceso en el que todo el equipo crea las expectativas de servicio, con un enfoque de colaboración entre la gerencia y los empleados (Ascanio, 2018)

Muchos empleadores luchan para justificar el tiempo y los gastos asociados con la capacitación, especialmente en un lugar de trabajo o entorno estacional con una alta rotación de personal, de hecho, muchos de los beneficios de la capacitación son intangibles y, por lo tanto, difíciles de medir, aunque existe evidencia de que el retorno de la inversión en la capacitación es bastante alto. Por ejemplo, la competencia de los empleados y la satisfacción laboral no siempre se evalúan fácilmente, pero pueden mejorar la productividad y la rentabilidad de la organización.

El informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo sobre las tendencias en el empleo del turismo habla de la importancia de contratar y capacitar al personal que puede brindar experiencias de calidad como parte de la cadena de suministro del turismo, lo empleadores necesitan comprender los impactos positivos de la capacitación en sus resultados, los beneficios clave pueden incluir una mejor atención, retención, compromiso e innovación de los empleados (Burgos, 2016)

La capacitación en servicio al cliente proporciona a los empleados una base para la prestación efectiva de servicios. Los beneficios potenciales de esta capacitación pueden incluir habilidades y actitudes mejoradas; mejores habilidades de comunicación; mejor comprensión de las prácticas laborales; aumento de la moral, la confianza, la autosatisfacción y la satisfacción laboral; mayor participación; mayor potencial de ascenso en el trabajo / carrera; mayor interés y disposición para participar en la formación posterior (Aranda & Martínez, 2017)

A medida que los empleados adquieren certificaciones y credenciales, y estas son reconocidas por los empleadores, ambos grupos se benefician. Los empleados tienen una forma tangible de demostrar el dominio de los conocimientos y habilidades del servicio, y los empleadores tienen herramientas para ayudar con el reclutamiento y la selección del personal potencial.

Según Kim (2018), las interacciones orientadas al cliente entre los consumidores y los empleados del turismo influyen en la calidad de la experiencia turística. Echemos un vistazo más de cerca al concepto de orientación al cliente y lo que esto significa en las empresas de turismo de hoy, este autor define la orientación al cliente "como el conjunto de actividades, comportamientos y creencias que dan alta prioridad a los intereses de los clientes y crean continuamente un valor superior, incluso cuando los empleados tienen atributos positivos, puede que no sea suficiente para asegurar un buen servicio con los clientes a menos que estén específicamente capacitados.

Una forma de garantizar un servicio de calidad puede ser alentar a los profesionales del turismo y la hospitalidad a adquirir certificaciones de la industria. Las empresas también pueden optar por implementar herramientas para determinar los niveles de satisfacción del cliente, como la técnica SERVQUAL que compara las percepciones de calidad del cliente con las expectativas del cliente (García Pascual, 2017). Bajo el modelo SERVQUAL, las cinco dimensiones del servicio son:

- Fiabilidad: donde la calidad y el nivel de servicio es consistente.
- Garantía: conocimiento y cortesía del personal y su capacidad para transmitir confianza.
- Tangibles: las instalaciones físicas, el equipo y la apariencia del personal de la organización.

- Empatía: el grado de atención individualizada que el personal de la organización brinda a sus clientes.
- Capacidad de respuesta: la disposición del personal para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido

Cuando estas dimensiones se cumplen constantemente, una empresa está bien encaminada para orientarse hacia el cliente. Brindar un buen servicio consiste en comprender, reconocer y anticipar las necesidades de los clientes y trabajar arduamente para satisfacerlas. Los elementos básicos del servicio también son simples: hacer contacto visual, sonreír, saludar cordialmente y usar el nombre del cliente. Estas simples acciones les dicen a los clientes que su organización los valora y está dispuesto a ayudar (Cabrera, 2017). Muchos factores contribuyen a la forma en que las personas califican a las empresas, incluido el valor, la calidad y la comodidad. Sin embargo, más que nada, el servicio influye en las impresiones de los clientes. Si bien un lapso de calidad o conveniencia puede superarse con un excelente servicio, es especialmente difícil superar los efectos de un mal servicio.

2.2.4 Teoría institucional

El estudio de las instituciones atraviesa las disciplinas de economía, sociología, ciencias políticas y teoría organizacional. Un tema subyacente en el estudio de las instituciones es el concepto de "integración" (Gear, 2005). Este concepto sugiere que los fenómenos sociales como la postura estratégica y el desempeño de las MIPYME están integrados en un entorno institucional externo. Este entorno institucional es la fuente de legitimación, recompensas o incentivos y limitaciones en las actividades de las MIPYME.

Sin embargo, persisten los desacuerdos sobre cómo las instituciones influyen exactamente en las actividades humanas (Ahmadi, 2003). A pesar del uso generalizado, todavía no hay consenso en las ciencias sociales sobre el significado de las instituciones y el análisis institucional (Gear, 2005). Parto (2005) concluye que esta falta de unanimidad de puntos de vista ha desencadenado la creciente prevalencia de estudios que tratan a las instituciones como un mero factor adicional o un filtro que se debe tener en cuenta en los esquemas que representan flujos causales en una situación dada. Por lo tanto, es importante describir brevemente las características más destacadas de la teoría institucional para apoyar el contexto de este estudio.

2.2.4.1 Las raíces de la teoría institucional.

El institucionalismo tiene profundos fundamentos teóricos en los campos de la economía, la sociología y la ciencia política. Varios teóricos de estas disciplinas científicas ofrecieron una explicación diversa sobre cómo las fuerzas institucionales dan forma a las actividades humanas, así como cómo se crean estos arreglos institucionales.

2.2.4.2 "Vieja" teoría institucional.

La teoría institucional "antigua" emana de la economía (Rutherford, 2001). Esta teoría desafió el concepto del "hombre económico racional", sugiriendo que las actividades económicas no son necesariamente el resultado de la toma racional de decisiones, sino que son productos del entorno social (Parto, 2005). Al extender la "teoría del hombre económico racional", se puede argumentar que las actividades de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) surgieron de entornos históricos y sociales específicos (Parto, 2005). La teoría sugiere que las instituciones son formas de apoyar los intereses y manejar los conflictos entre varios individuos, organizaciones o grupos y las fuerzas y actores ambientales más amplios (Vatn, 2005). Paradójicamente, las mismas instituciones sirven como remedio o mecanismo para lograr la armonía entre estas entidades económicas (Hodgson, 1998).

En ciencia política, los temas subyacentes de los debates sobre el papel de las instituciones en la configuración de las actividades políticas incluyen: cuestiones con la Ley y el papel central de la Ley en el gobierno; la importancia de estructuras como los sistemas políticos; análisis holístico de sistemas; desarrollo histórico de instituciones políticas; y un fuerte elemento normativo en el análisis institucional.

El "modelo de sistemas naturales" de Selznick explica sucintamente el papel de las instituciones en la configuración del comportamiento organizacional, lo que influyó mucho en la visión sociológica de las instituciones. La teoría de Selznick sitúa a las MIPYMES en un sistema social complejo, lo que implica que las estructuras organizativas de las MIPYMES podrían entenderse bien entendiendo las estructuras sociales ambientales en conjunto con sus dimensiones no racionales, como los complejos sistemas informales que vinculan a los participantes sociales. (por ejemplo, MIPYMES) entre sí y con otros más allá de sus límites (Scott, 2001).

Igualmente, destacado en el campo de la sociología es Talcott Parsons (1960 en Scott 2001), cuyo trabajo seminal sobre teoría cultural-institucional exploró la relación

entre las organizaciones y su entorno, las formas en que el sistema de valores de una organización se legitima por sus conexiones con el "Principales patrones institucionales" de su entorno exterior. La teoría de Parson implica que una MIPYME como organización actúa como un subsistema de un sistema social más amplio que es una fuente de significado, legitimación o apoyo de nivel superior. Esto implica además que el éxito de una organización depende de si tiene el apoyo necesario del sistema más amplio.

2.2.4.3 "Nueva" teoría institucional.

El trabajo de North (1992) influyó significativamente en esta nueva teoría institucional. El argumento principal de North sugiere que la presencia de incertidumbre económica aumenta los costos de transacción, como los costos de obtener acceso a la información, así como el costo de hacer cumplir los derechos de propiedad. Las instituciones se forman para reducir esta incertidumbre estableciendo las "reglas del juego" en forma de reglas formales, normas informales y sus características de aplicación (North, 1992). Del mismo modo, las mismas "reglas del juego" pueden restringir y proporcionar incentivos que alienten a los empresarios a pasar de una actividad improductiva a una productiva y, en última instancia, mejorar el bienestar económico general de una sociedad (North, 1992). North (2005) se refiere repetidamente al mundo económico no ergódico y postula que la clave para mejorar el rendimiento es una mezcla de reglas formales y restricciones informales y una comprensión de qué combinación producirá exactamente los resultados deseados tanto en un momento como en otro.

Paralelamente a los avances en el campo de la economía, la teoría institucional se convirtió en un marco macro analítico importante en la comprensión de las organizaciones. Académicos como DiMaggio, Powell, Scott, Meyer, Boli y Thomas, entre otros, han realizado un trabajo sustantivo sobre el nexo entre instituciones y organizaciones en el contexto de la teoría organizacional. La nueva teoría institucional en este campo se centra más en los aspectos cognitivos de las instituciones, en la cultura como portadores de instituciones, así como en la legitimidad y la integración de los campos organizacionales (Tsoukas & C. Knudsen, 2003).

2.2.4.4 Instituciones como reglas del juego.

Como se señaló anteriormente, el trabajo de North (1992; 2005) sobre el institucionalismo proporciona uno de los modelos prominentes que explican la naturaleza de las instituciones y cómo influyen en las actividades humanas, particularmente el desarrollo económico. North (1992) argumenta que las instituciones son reglas o restricciones ideadas humanamente que dan forma a la interacción humana y que en consecuencia estructuran los incentivos en el intercambio humano, ya sea político, social o económico. North (1992) distingue categóricamente las instituciones (es decir, las reglas del juego) de las organizaciones (es decir, los jugadores del juego). Esta distinción hace que el análisis institucional sea más claro que los análisis institucionales comunes que tienden a intercambiar los dos conceptos.

Al desarrollar su teoría, North (1992) destaca la presencia de incertidumbre en las actividades económicas. Su teoría sugiere que, para reducir la incertidumbre experimentada por las MIPYME, un entorno que aumenta el flujo de información entre los actores es de primordial importancia. Este entorno, según él, es una construcción de reglas, normas, convenciones y formas de hacer cosas que definen el marco de la interacción humana. North elaboró más diciendo que las instituciones podrían adoptar la forma de reglas formales, así como normas informales y sus características de aplicación (North, 1992). En consecuencia, la teoría de North señala que la calidad de estas instituciones puede reducir los costos de transacción haciendo que las actividades económicas sean más predecibles.

La teoría de North explica además que la viabilidad, la rentabilidad y, de hecho, la supervivencia de las MIPYMEs generalmente depende de la matriz institucional existente. Este concepto de matriz institucional es un tipo de red institucional que gobierna las actividades socioeconómicas y determina las oportunidades disponibles para las MIPYME.

2.2.4.5 Instituciones formales e informales.

North (1992) desarrolla una tipología de instituciones, a saber, instituciones formales e informales. Define las instituciones formales como políticas escritas, leyes y reglamentos. También incluyen reglas políticas, económicas y contratos (North, 2005). North (1992) incluyó intencionalmente reglas políticas porque cree que a menudo conducen a reglas económicas, aunque la causalidad podría correr en ambos sentidos.

Con esto quiere decir que los derechos y los contratos están especificados por la toma de decisiones políticas, pero la estructura de los intereses económicos también influirá en la estructura política. Además, North (1990) argumenta que estas instituciones formales exhiben una jerarquía: "desde constituciones, estatutos y leyes comunes, estatutos específicos y finalmente contratos individuales".

Por otro lado, North (1990) define las instituciones informales como códigos de conducta, normas de comportamiento y convenciones; todo esto generalmente emana de la cultura de una sociedad (North, 2005). Estos son mecanismos que funcionan en conjunto con instituciones formales que sirven como herramientas para resolver problemas de coordinación. Estas instituciones informales existen para coordinar la "interacción humana repetida" y más específicamente consisten en: extensiones, elaboraciones y modificaciones de reglas formales; normas de conducta socialmente sancionadas; y normas de conducta aplicadas internamente (Fiori, 2002).

En general, las instituciones formales e informales muestran una dicotomía: las primeras son creadas, escritas e intencionales; estos últimos "evolucionan con el tiempo" y son normas "no escritas". Sin embargo, es importante señalar que, en el modelo de North, estos dos conjuntos de instituciones son mutuamente dependientes. Las instituciones informales a menudo resultan de instituciones formales que, a su vez, modifican. En este sentido, las instituciones informales evolucionan como una interpretación cultural específica de las reglas formales.

La discusión anterior sobre la naturaleza de las instituciones revela los siguientes temas importantes:

- Que las instituciones pueden ser formales o informales;
- Que el estudio de las instituciones atraviesa las fronteras de las ciencias sociales;
- Que las instituciones proporcionan la estructura de los sistemas socioeconómicos;
- Que las instituciones limitan y brindan incentivos a las actividades económicas;
- Que las instituciones sostienen y se sustentan en concepciones y expectativas compartidas; y

- Que las instituciones pueden ser tangibles o intangibles;

2.2.4.6 Marco Institucionales y Análisis Institucional.

En el estudio de las instituciones, los términos marco y análisis institucionales se usan comúnmente en la literatura. Un marco institucional es la matriz que define los fines y da forma a los medios por los cuales se determinan y persiguen los intereses (Scott, 2001). Esta definición es consistente con el concepto de North (1992) de una matriz institucional que describe las reglas y los jugadores del juego. Los marcos institucionales formales (informales) también pueden verse como un entorno institucional concreto (consenso) (Boland, 1992). El análisis institucional, por otro lado, se refiere a la técnica analítica utilizada para examinar las instituciones en varias unidades o niveles de análisis.

En base a las teorías anteriormente mencionadas, se elige la teoría de capacidades, ya que se ajusta al presente trabajo donde el individuo tiene libertad para elegir su condición de vida y esto conlleva a levantar o innovar su hotel tras el terremoto ocurrido en Manta.

2.2.5 Generalidades sobre el emprendimiento.

El emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Requiere una aplicación de energía y pasión hacia la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas. Los ingredientes esenciales incluyen la disposición a asumir riesgos calculados, en términos de tiempo, equidad o carrera, la capacidad de formular un equipo de emprendimiento efectivo; la habilidad creativa para reunir los recursos necesarios; la habilidad fundamental de construir un plan de negocios sólido; y finalmente, la visión de reconocer oportunidades donde otros ven el caos, la contradicción y la confusión.

Schumpeter señaló que los empresarios innovan no solo averiguando cómo usar inventos, sino también introduciendo nuevos medios de producción, nuevos productos y nuevas formas de organización. Estas innovaciones, argumentó, toman tanta habilidad y audacia como el proceso de invención (Roncaglia, 2016). Es útil resaltar dos conceptos que Schumpeter agregó al entendimiento de la actividad emprendedora: el primero, relacionado con la capacidad o habilidad, como él lo llamó con sabiduría, para innovar en productos y servicios, y segundo, la idea de "atreverse". "Como un comportamiento no necesariamente presente en todas las personas, como dijo él," los empresarios que son innovadores exitosos son una raza rara y talentosa "(Roncaglia, 2016, pág. 257).

2.2.5.1 *Procesos para emprender.*

Para, Salinas (2012) el emprendimiento es una actividad que puede llegar a tener éxito a partir de los tres siguientes requisitos: Formular una idea cuantificable, disponer de un capital inicial, aplicar fundamentación técnica y profesional de gestión de negocios.

La necesidad de crear un negocio surge por varias razones, unas por ímpetu, que busca generar fuentes de ingreso y posee la habilidad y creatividad para lograrlo, otras por experiencia personal y profesional, que han adquirido el conocimiento de un área específica y optan por emprender un negocio alternativo a sus actividades, cuyo fin es la independencia. Otra razón muy común es la falta de empleo. En todos los casos se necesita de estos tres elementos.

El emprendedor debe reunir ciertas cualidades básicas y necesarias para afrontar con madurez el inicio de un negocio y alcanzar el éxito (Padilla, Quispe, & Jiménez, 2016): Compromiso, proactividad, responsabilidad, adaptabilidad, especialización en nuevas tecnologías.

La innovación, más que un concepto, es un proceso empresarial que parte del conocimiento para la creación de productos, procesos o servicios, ya sean nuevos o mejorados. Es de tanta transcendencia en las empresas, que incluso existen departamentos especializados en la búsqueda de nuevas herramientas que promuevan un continuo control de cambios en los procesos, existen varios tipos de innovaciones (Lasio & Ordeñana, 2018):

- Innovación de producto: Introducción en un mercado de un producto o servicio mejorado, con características que brinden beneficio al cliente.
- Innovación en la gestión: Nuevas formas o métodos de gestión integral o parcial al producir algo, aplicando principios de gestión, mejores prácticas y procedimientos.
- Innovación de mercado: Aplicación de nuevas técnicas de comercialización
- Innovación de organización: Metodologías de organizar procesos, que fomenten nuevas estrategias de acciones que cambien la forma habitual de hacer algo.

Al momento de emprender o poner en práctica una idea de negocio, es muy importante establecer la forma en cómo vamos a conseguir y aplicar los objetivos propuestos en el emprendimiento.

Uno de los principales retos que tiene el emprendedor es establecer estrategias para afrontar la oferta ya existente del sector y mejora continua para posicionarse en el mercado a nivel competitivo. Las heladerías en la ciudad de Guayaquil están focalizadas en atender al consumidor con un producto preelaborado de consumo masivo. Nuestro proyecto tiene un enfoque en innovación y venta del mercado actual, otorgando nuevas experiencias de un producto de venta masiva que nos garantiza el crecimiento comercial, pero manteniendo la presentación artesanal realizada al instante.

2.2.5.2 Estadísticas de emprendimiento en Ecuador.

El ciclo 2017 del GEM Ecuador, recogió información de 2,060 personas en edad adulta y 37 expertos nacionales, lo que permitió identificar y analizar las características de la actividad emprendedora en el país. Los resultados muestran que, en el 2017, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo ésta la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile, pese a que ha decrecido gradualmente hasta 6 puntos porcentuales desde el 2013 (Lasio & Ordeñana, 2018).

Según el estudio GEM, persisten las dificultades para que un emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación; los problemas de financiamiento y falta de rentabilidad fueron las principales razones de discontinuación. Según la muestra levantada, el emprendedor ecuatoriano tiene en promedio 36 años, con un negocio orientado al consumidor, 11 años de escolaridad y el 48.8% proviene de hogares con un ingreso mensual entre \$375 y \$750 (Lasio & Ordeñana, 2018).

Además, el 33.4% tiene un empleo adicional a su negocio y el 50.2% es autoempleado. Este año, el GEM introduce el GESI o índice de espíritu emprendedor, en el cual se obtiene el segundo mejor puntaje de la región (0.28) después de Perú, evidenciando una percepción positiva frente al emprendimiento y una alta autoconfianza en las capacidades o conocimientos necesarios para emprender. Sobre las motivaciones que tienen las personas para iniciar una actividad emprendedora, en el 2017 la proporción de la TEA que emprende por oportunidad supera a los de necesidad (57.31% vs. 42.33%), que es la más alta en todo el periodo estudiado para Ecuador.

El 99% de los emprendimientos nacientes, el 60% de los negocios nuevos y el 51.5% de los negocios establecidos no generan empleo. En la evaluación del clima emprendedor, los expertos coinciden al percibir avances en comparación al 2016, sin embargo, los problemas identificados no difieren mayormente de años anteriores. Destacan positivamente los factores: infraestructura comercial y profesional, acceso a infraestructura física, normas sociales y culturales y, educación y formación superior, donde se supera el promedio global y regional. La evaluación más baja es para políticas gubernamentales y acceso a financiamiento (Lasio & Ordeñana, 2018).

2.2.5.3 Comparación del GEM 2017 con otros años.

El GEM 2017 recopiló información de 2.060 personas adultas y 37 expertos en la materia, con el fin de identificar y analizar la actividad emprendedora que ocurre en el país.

De acuerdo con los resultados, aproximadamente 3 millones de adultos comenzaron el proceso de puesta en marcha de algún negocio, o tenían ya uno de menos de 42 meses de antigüedad, arrojando un porcentaje de 29.6% de la población con edades de entre 18 a 64 años, siendo por seis años consecutivos el país con Actividad Emprendedora Temprana (TEA) más alto de la región. Sin embargo, esto último ha presentado una declinación gradual en el año 2017 de más del 6% en comparación al año 2013 (36 y 29,6 % respectivamente). (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017, 2018).

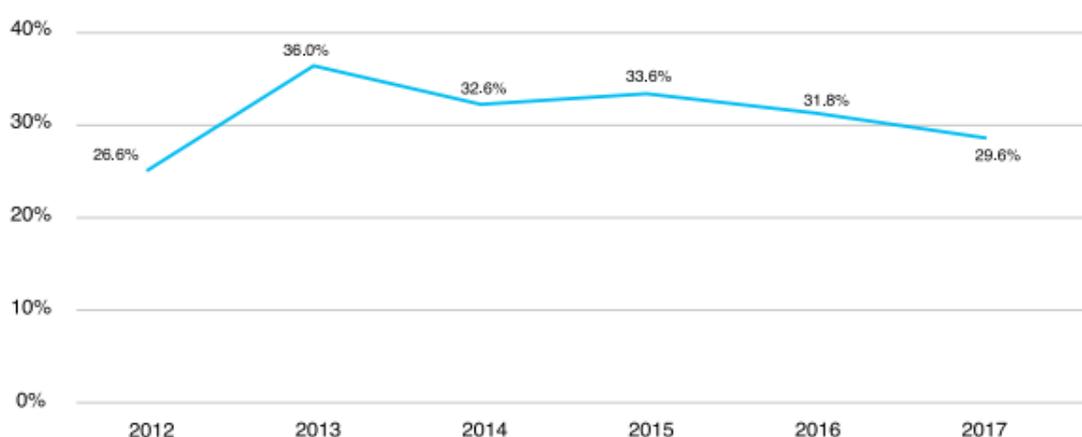


Figura 2 Evolución del TEA Ecuador. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017)

En 2017 el porcentaje de emprendedores nuevos y nacientes se ha visto reducido desde el año 2013. En los últimos años se ha mantenido una brecha entre los negocios nacientes y los nuevos, lo que quiere decir que hay una dificultad para que los emprendimientos sobrepasen los 3 meses operacionales. Está es una tendencia que se ha presentado en los últimos 5 años como se puede observar en la siguiente gráfica.

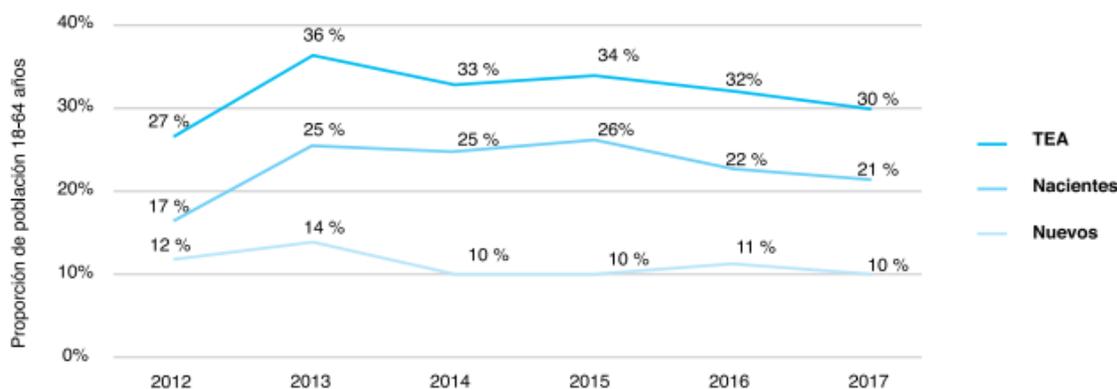


Figura 3 Comparación entre emprendedores nacientes, nuevos y TEA. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017)

La brecha entre negocios nacientes y negocios nuevos se mantiene, lo que quiere decir que persiste la barrera para que un emprendimiento sobrepase los primeros 3 meses de operación.

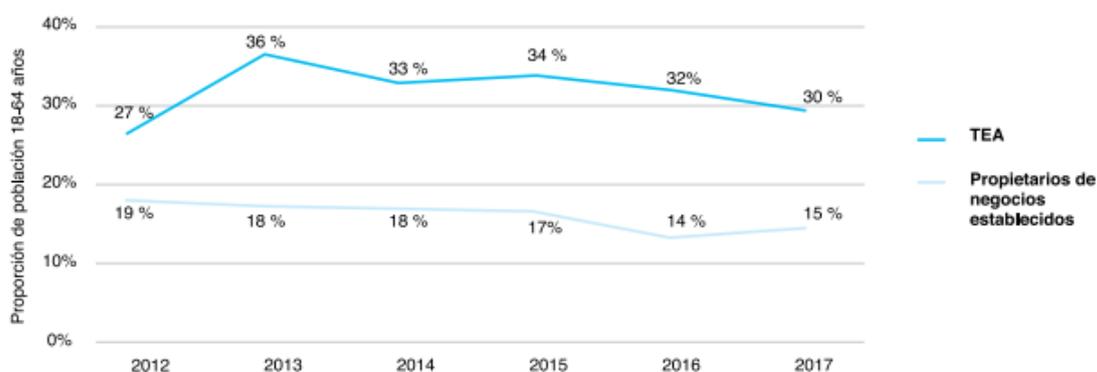


Figura 4 Evolución de la TEA y la propiedad de negocios establecidos. Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017)

De la misma que se presenta una barrera entre los negocios nacientes y los nuevos, se presenta una que no permite que los emprendimientos superen los 42 de operacionalización, resultando así, que no se conviertan en negocios ya establecidos

2.2.6 El turismo en el mundo.

En la tabla expuesta a continuación se muestra los principales destinos turísticos del mundo:

Tabla 1
Los principales destinos turísticos del mundo, con sus respectivos flujos monetarios y de personas, 2017

Destinos	Llegadas de turistas internacionales (millones de personas)	Ingresos por turismo internacional (millones USD)	Salidas de turistas internacionales (millones de personas)	Gastos por turismo internacional (millones USD)
Francia	85	45.920	26	38.400
Estados Unidos	78	204.523	74	112.900
España	68	56.526	15	17.800
China	57	114.109	128	292.000
Italia	51	39.449	28	24.400
Turquía	40	26.616	10	5.400
Alemania	35	36.867	25	77.500
Reino Unido	34	45.464	64	63.300
México	32	17.734	20	10.100
Fed. de Rusia	31	8.465	37	34.900

Información tomada de la OMT-2018. *Elaborado por Noboa S. (2019)*

Entre los principales destinos turísticos a nivel mundial aparece Francia en primer lugar, siendo este país europeo uno de los principales referentes turísticos del planeta, en 2017 tuvo 85 millones de turistas, sin embargo, no fue el destino donde los turistas gastaron más dinero, pues este puesto lo ocupa EEUU (OMT, 2018).

2.2.6.1 Principales mercados emisores.

Al analizar los principales mercados emisores de turismo a nivel mundial, se aprecia que Europa es la región que más turistas produce, representando el 48% de los turistas del mundo, esto se debe a la gran movilidad y buenas más de comunicación que existen en el continente, pues no resulta raro que estos se movilicen entre países vecinos para visitar destinos turísticos.

Tabla 2

Principales orígenes de los turistas, según región OMT. Años 2013-2017

Región	2013	2014	2015	2016	2017	(%)
Europa	537,7	560,7	571,7	594,1	596,1	48%
Asia y el Pacífico	236,5	253,7	271,6	289,5	316,5	26%
Américas	170,8	175,9	188,8	199,4	209,9	17%
Oriente Medio	33,3	35,1	36,8	36,3	34,8	3%
África	31	32	34,4	35,4	39,2	3%
Origen no especificado	31,2	31	30,8	31,5	38,8	3%
Total	1.040,50	1.088,40	1.134,10	1.186,20	1.235,30	100%

Información tomada de la OMT-2017. *Elaborado por Noboa S.(2019)*

Por su parte, el continente asiático y la región del pacífico (Oceanía y demás países), ocuparon el segundo lugar como principal región de origen del turismo mundial, ya que registraron una media de 273 millones de personas. Pese a que este continente concentra la mayor cantidad de habitantes en el mundo (4.436 millones al 2017), su importancia como mercado emisor de turistas, es relativamente baja. Esto debido al bajo nivel socioeconómico que gran parte de la población registra, a causa de la inmensa densidad demográfica presente en países como China o la India. En resumen, el continente asiático corresponde con un 26% de los turistas que viajaron durante el año 2017.

El continente americano es el tercero por importancia en el origen de los turistas, ya que año a año, cerca de 189 millones de personas, equivalentes a un 17% del total de turistas movilizadas para el 2017. De acuerdo con las cifras presentadas por el INEC, solo del Ecuador, cerca de 1,5 millones de personas salieron del país con el objetivo de ingresar a otro país con fines turísticos, de negocios, etc. Finalmente, de regiones como el Oriente Medio y África y otras zonas de origen no especificado, se registró una movilización de más de 112 millones de personas para el año 2017, representando un 9% del total para este año.

2.2.6.2 Turismo en América del Sur.

La industria de viajes y turismo de América Latina realizó una contribución total de más de 371,8 mil millones de dólares estadounidenses al PIB de la región, incluidos 135,6 mil millones aportados directamente por la industria. Para 2026, se esperaba que el PIB total contribuido por la industria de viajes y turismo de América Latina aumentara a unos 600 mil millones de dólares (OMT, 2018)

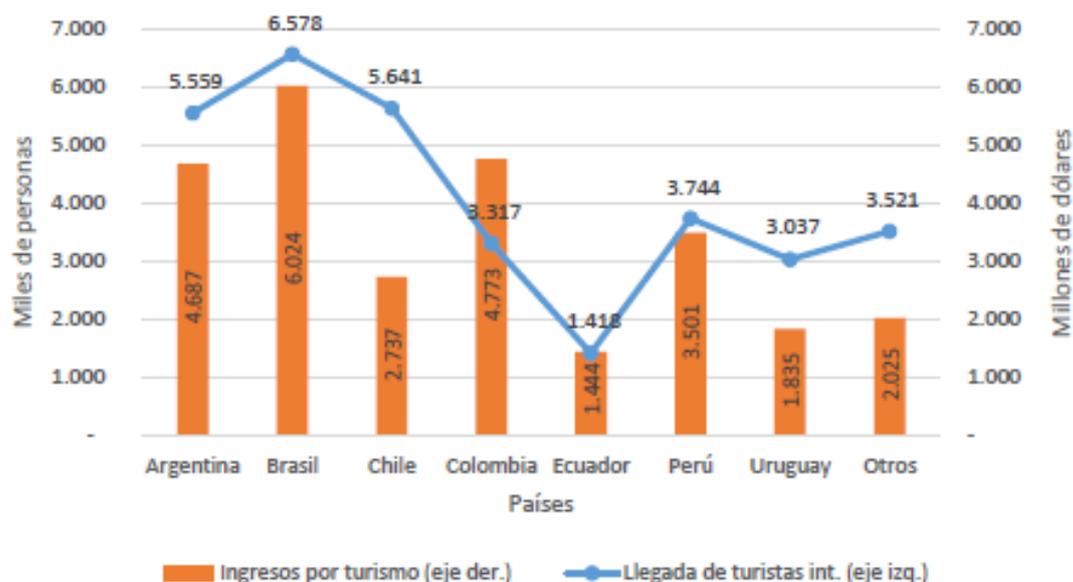


Figura 5 Cifras de ingresos de turismo internacional y llegada de turistas internacionales en países de América del Sur. Año 2017. Información tomada de la OMT.

La figura anterior muestra la cantidad de ingresos obtenidos mediante el turismo internacional en los países que conforman la región de América del Sur, durante el año 2017. Como se puede apreciar, Brasil es la nación que mejores resultados obtuvo por concepto de turismo, ya que, mantuvo un nivel de US\$ 6.024 millones, obtenido mediante el ingreso de 6.578.000 turistas extranjeros.

Este país sudamericano, es el más grande por superficie y producción en la región, lo que no sorprende al momento de medir la incidencia de este frente al agregado turístico. Colombia y Argentina ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente, como países que mayores ingresos percibieron por el mercado turístico en el 2017, llegando a registrar un monto de US\$ 4.773 millones, para el país cafetalero, y de US\$ 4.687 millones para el país de la Patagonia (Argentina). Sin embargo, Colombia registró una cantidad mucho menor a lo que presentó Argentina de entrada de turistas internacionales. Siendo de 3.317.000 y 5.559.000 personas, para cada nación.

El turismo en el resto de los países no se vuelve tan representativo como los 3 países antes mencionados, sin embargo, hay que destacar el nivel presentado por Perú y Chile, que en conjunto registraron un ingreso turístico de aproximadamente US\$ 6.238 millones. Dando cabida a más de 9.385.000 personas durante el 2017. De igual forma se puede apreciar la cuota de mercado que presentó el Ecuador, que, de acuerdo con la OMT, mantuvo un nivel de producción turística cercana a los US\$ 1.444 millones, registrando un ingreso de 1.418.000 turistas, aproximadamente. La incidencia de la región sudamericana en el sector turístico internacional es positiva, ya que representó cerca del 8% del total del continente, y un 2% del total mundial. En lo que respecta a entrada de turistas, América del sur mantuvo una participación del 2,7% frente al total global, y un 16% del total regional.

Partiendo de la premisa de que la región sudamericana, en conjunto con la centroamericana, comprenden en su mayoría países en vías de desarrollo, la cuota de mercado registrada por estas zonas económicas se vuelve considerable. De acuerdo con la OMT, se prevé que estas regiones, consideradas como economías emergentes, lleguen a incrementar sus ingresos obtenidos por el turismo, así como la entrada de extranjeros, en al menos un 30% para el año 2030 (OMT, 2019)

Las repercusiones del terremoto en la Parroquia Tarqui tras el terremoto del 16 de abril del 2016 marcaron severas consecuencias para la ciudad de Manta, en especial para su zona comercial, la cual está ubicada mayormente en la parroquia Tarqui. Todos los comerciantes del sector resultaron afectados, unos con pérdida parcial de sus negocios y otros con pérdida total, debido a que algunos locales comerciales de la zona colapsaron por el movimiento telúrico, por lo que muchos comerciantes no pudieron rescatar toda su mercadería o fueron saqueados los primeros días después del suceso.

Así lo demuestran los censos que fueron realizados por parte del Municipio de Manta luego de lo sucedido, donde el 55% de los comerciantes no logró recuperar su mercadería. Esto se debe a que muchas edificaciones colapsaron, quedando expuesta la mercadería a posibles robos o se encontraron en mal estado, siendo imposible su recuperación y destinarla para la venta. Como ya ha sido mencionado, el terremoto tuvo severas repercusiones en la zona de Tarqui, además que de acuerdo con el concejal Johnny Mera, este suceso cambió el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), que es la planeación a 5 años de la ciudad, y el Plan Operativo Anual (POA), que es a 1 año en función del

POT; ahora toda la planificación está enfocada a la reconstrucción de las zonas afectadas, en especial de Tarqui.

Por lo que actualmente se están realizando estudios de suelo a cargo del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, además de realizar nuevas instalaciones de redes de alcantarillado y agua potable, así mismo los cables eléctricos y de comunicación deberán ser soterrados. Esta reconstrucción tiene un costo aproximado de \$26 millones a un plazo de 8 meses, dinero que ha sido otorgado por el gobierno, a través del Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva y del Empleo que se creó a partir del terremoto.

Con el objetivo de regenerar la zona de Tarqui, existen proyectos para potenciar turísticamente a este sector, se menciona la construcción de un parque lineal en un sitio aledaño a la vía puerto aeropuerto, así como la construcción de un museo naval cerca de una zona de restaurantes de la playa de Tarqui; estos proyectos apoyarán el comercio a largo plazo, además que será un gran atractivo turístico, en especial para los visitantes locales y extranjeros.

El proyecto más importante a largo plazo que está contemplado para la zona de Tarqui por parte del Municipio es la reconstrucción de su mercado, este proyecto sería financiado con recursos del Municipio y parte del dinero de un préstamo otorgado por el Banco Mundial antes del terremoto, que tenía como objetivo la regeneración urbana de ciertos sectores de la ciudad, entre ellos una de las avenidas principales de la zona de Tarqui. Actualmente como medida temporal, para solucionar el problema de los comerciantes que no están todos agrupados en un solo sector de la ciudad, el Municipio ha desarrollado el proyecto de los módulos que serán ubicados en la Avenida de la Cultura, en terrenos que han sido expropiados para ubicar este proyecto. Estos estarán serán sectorizados de acuerdo con la actividad comercial.

El Ministerio de Turismo (MINTUR) evaluó 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. 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 del MINTUR, SENPLADES y CEPAL (Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2017).

Para afrontar la situación derivada del impacto del terremoto, existen 11 proyectos de reasentamiento en Manabí, más de 580 millones de dólares asignados a proyectos que han sido priorizados por el Comité de Reconstrucción. Según estimaciones, hasta diciembre de 2017 se espera que sean entregadas 4.000 viviendas.

El Gobierno Nacional, con el apoyo técnico de organismos internacionales, estimó el costo de la reconstrucción. Este costo tomó en cuenta el de la restitución mejorada de activos, los flujos que se perdieron y la respuesta inmediata frente a la emergencia e incluyó una estimación del valor de las políticas públicas que se implementarían para la reconstrucción de las zonas afectadas.

Tabla 3

Costos de reconstrucción

Sectores	Millones de Dólares	Porcentaje
Sector Social	1,369	41
Sector Productivo	1,032	31
Sector Infraestructura	862	26
Otros	81	2

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017 (INEC) Elaborado por Noboa (2019)

El costo total de la reconstrucción se estimó en 3.344 millones de dólares, de los cuales 2.253 millones de dólares (67%) provendrían del sector público y 1.091,5 millones de dólares (33%), del sector privado. El sector más afectado y de mayor costo es el social el cual requerirá 1369 millones de dólares (41% del total de reconstrucción), luego el sector productivo con 1.032 millones de dólares (31%), el sector infraestructura 862 millones de dólares (26%) y otros sectores que necesitarían 81 millones de dólares (2%).

La gestión permanente en albergues y refugios ha permitido garantizar la seguridad integral de la población afectada, permitiendo el acceso a servicios de salud y educación. Hasta el 20 de abril de 2017, se mantenían habilitados 15 albergues, 5 en Esmeraldas y 10 ubicados en Manabí, atendiendo a un total de 930 familias, alrededor de 3600 personas. Con respecto a agosto de 2016, se ha reducido cerca del 60% de damnificados en los albergues operativos, es decir 922 familias salieron de ellos para acogerse a los incentivos establecidos en las políticas de vivienda. Es así como, paulatinamente, se planifica el cierre de albergues de la mano con la entrega de viviendas a las familias afectadas.

A continuación, se detallan los diferentes organismos internacionales que apoyaron el financiamiento público para la reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto, entre los cuales se encuentran:

- El Fondo Monetario Internacional: Es una organización integrada por 184 países, que trabaja para promover la cooperación monetaria mundial, asegurar la estabilidad financiera, facilitar el comercio internacional, promover un alto nivel de empleo, crecimiento económico sustentable y reducir la pobreza.
- Banco Mundial: El Banco Mundial es una organización internacional especializada en finanzas que depende de las Naciones Unidas. Se define como una fuente de asistencia financiera y técnica para los llamados países en desarrollo.
- Banco Interamericano de Desarrollo: Ofrece préstamos, donaciones y asistencia técnica; y realiza amplias investigaciones, mantiene un firme compromiso con la consecución de resultados medibles y los más altos estándares de integridad, transparencia y rendición de cuentas.
- Banco de Desarrollo de América Latina: Promueve un modelo de desarrollo sostenible, mediante operaciones de crédito, recursos no reembolsables y apoyo en la estructuración técnica y financiera de proyectos de los sectores público y privado de América Latina.

También se destinó dinero proveniente del Presupuesto General del Estado y el dinero recaudado de la Ley de Solidaridad.

Tabla 4

Financiamiento Sector Público

Entidades	Millones de Dólares
FMI	400
LINEA DE CONTINGENCIA (Banco Mundial, BID, CAF)	660
PGE	193
LEY DE SOLIDARIDAD	1.000

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC-2016) Elaborado por Noboa S. (2019)

2.2.7 Generalidades del turismo en Ecuador

El turismo está alcanzado un importante lugar en el desarrollo económico del Ecuador, siendo uno de los principales sectores que genera riqueza en la economía

ecuatoriana, con un aporte relevante del Turismo Internacional. El turismo en el Ecuador es un sector con proyección en el corto y largo plazo, que tendrá resultados tangibles en la generación de riqueza, empleo, buen vivir e impacto económico. Al tratarse un destino no maduro, el país puede “aprender” de las experiencias llevadas a cabo en otros lugares y desarrollar con más fuerza el sector por medio de proyectos como la Rivera del Pacífico, el cual espera imitar al desarrollo turístico alcanzado en México con la Ribera Maya, y que comprenderá sectores del perfil costanero de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas. A continuación, se exponen algunos de los lugares frecuentados por turistas en el país.

La provincia de Esmeraldas destaca por sus cálidas playas, visitadas en su mayoría por turistas provenientes de la sierra norte, el sur de Colombia y por extranjeros que visitan Quito y sus alrededores, geográficamente la región se encuentra ubicada en la zona sur del Chocó, la cual se extiende desde el sur de Panamá hasta la costa norte del Ecuador. Esta región recibe gran cantidad de lluvias durante la mayor parte del año, lo que contribuye a que posea extensas zonas selváticas y una gran biodiversidad de flora y fauna. Entre los principales destinos turísticos de Esmeraldas, se encuentra la reserva Cotacachi-Cayapas y playas como Atacames, Súa, Tonsupa, entre otras que al no verse tan afectadas por la corriente del Humboldt poseen una temperatura más cálida

La provincia de Manabí es la que más se vio más afectada por el terremoto que sufrió el país en abril del 2016, fue el epicentro estuvo ubicado en el cantón Pedernales, el cual quedó destruido por el sismo. Manabí sin embargo fue reconstruida y la mayor parte de las actividades está normalizadas en el territorio. La provincia cuenta con un largo perfil costanero que va del cantón Puerto López en el sur, al de Cojimíes en el norte, entre las playas más destacadas se encuentran Canoa, Bahía de Caráquez, Manta, San Mateo, Puerto Cayo, Los Frailes, Puerto López y Ayampe.

La provincia de Santa Elena se ubica dentro de la costa ecuatoriana, la cual limita al norte con la provincia de Manabí, al este y al sur con el Guayas, y al oeste con las hermosas aguas del Pacífico, razón por la cual es atravesada por la denominada Ruta Spondylus. La capital de la provincia de Santa Elena es la ciudad del mismo nombre, Santa Elena, sin embargo, es conocido que el cantón La Libertad cuenta con un mayor número de habitantes; es conocida además por las diferentes comunidades tales como

Olón, La entrada y Curia, no obstante, Montañita es la comuna que más recibe turistas a nivel nacional e internacional, principalmente de nacionalidades Argentina y Chile.

Los principales cantones que componen la provincia de Santa Elena son Salinas, Santa Elena y La Libertad, destacando Salinas como balneario turístico, quien cuenta semanalmente con turistas de donde destacan principalmente de la provincia del Guayas, ciudades como Guayaquil, Durán y Milagro, debido a su cercanía con la provincia.

Dentro de la provincia de Santa Elena, se encuentra la parroquia Ancón, conocida por dar inicio de la extracción de petróleo dentro del país y ser sede de la compañía Anglo Company, cuyo origen es británico y brindó al sector un ambiente colonial de la época inglesa. (PLANDETUR, 2013)

La provincia del Guayas es conocida por su capital Guayaquil, que es una de las ciudades más importantes del Ecuador, limita al norte con la provincia de Manabí, al este con Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Azuay y al sur con la provincia de El Oro. La ciudad de Guayaquil es una de la más grande del Ecuador, el cual posee más de 2.5 millones y cuenta con atractivos como el Malecón 2000, salado, las regeneradas Peñas y demás. (PLANDETUR, 2013).

Dentro de la provincia del Guayas se encuentra el cantón Playas, el cual es conocido por ser uno de los primeros balnearios, debido al clima que presenta, además de la variedad gastronómica que existe en mariscos, al igual que Playas, se encuentra el cantón Engabao, quien ha sido destacado turísticamente por el denominado proyecto Kurabao. (PRONOBIS, 2018).

La provincia de El Oro forma parte de la región costera del Ecuador, cuya capital es Machala, quien limita al norte con la provincia del Guayas, al este con Azuay y Perú, al sur con Loja y al oeste con Perú y el Océano Pacífico. La provincia del El Oro es conocida por la gastronomía entre sus platos típicos se encuentra el seco de chivo, distribuido en zonas como Arenillas y Carcabón. El cantón Villa del Cerro de Oro de San Antonio de Zaruma, conocida habitualmente como Zaruma, destaca por ser candidata en la UNESCO, como patrimonio cultural de la humanidad, debido a la infraestructura que posee, además de su colorido y casas coloniales, dentro de la ciudad se posicionaron diversas compañías extranjeras cuyo objetivo era la extracción de petróleo, razón por la cual dicho cantón aspira convertirse en punto turístico como la ciudad de Ouro Preto en

Brasil, quien se encontró en circunstancias similares a las de Zaruma y hoy es uno de los principales puntos turísticos de Brasil (PLANDETUR, 2013),

La sierra norte se compone por diversas provincias de las cuales destaca Pichincha por ser quien alberga a la capital del país, la ciudad de Quito, quien se ubica a más de 2500 metros de altura, además de ser una de las ciudades más pobladas del Ecuador y ser recordada dentro de Sudamérica como una de las ciudades más antigua, razón por la cual ha sido nombrada patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO. Dentro de la Sierra norte se encuentra también la provincia de Imbabura, la cual es conocida por sus lagos, como los de Cotacachi, Ibarra y Otavalo. (PLANDETUR, 2013).

La región Sierra central es conocida como “La Avenida de los Volcanes”, debido a la presencia de diversos volcanes como el Cotopaxi y el majestuoso Chimborazo dentro de las ciudades de Riobamba, Latacunga y Ambato, quienes son reconocidas además por sus casas de tipo colonial, además de diversas iglesias y zonas indígenas las cuales en la actualidad se encuentran desarrollando turismo del tipo deportivo y comunitario, como en la ciudad de Baños. (PLANDETUR, 2013).

La sierra sur cuenta con provincias como Loja, Azuay y Cañar las cuales poseen una fauna y clima inigualable. Dentro de las ciudades que destacan dentro de la sierra sur es Cuenca, quien es la tercera ciudad más importante del Ecuador, y se ha convertido en un lugar de descanso para diversas personas que han vivido durante muchos años en el extranjero, como en Estados Unidos, Canadá y Europa. Otras ciudades que destacan dentro de la sierra sur son Azogues, Chordelet y Loja. (PLANDETUR, 2013).

El oriente ecuatoriano se encuentra conformado con de 6 provincias, Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Sucumbíos y Zamora Chinchipe. Da inicios de la selva amazónica y es conocida por sus hermosas reservas y parques como el Sangay, y Yasuní. Dentro de las cuencas hidrográficas del oriente se encuentra el rio Napo, Pastaza y Santiago, y las ciudades más importantes son las capitales de las provincias como Tena, Puyo, Nueva Loja y Macas, quienes se especializan en turismo de aventura y comunitario. (PLANDETUR, 2013).

Las islas Galápagos se encuentran dentro del océano Pacífico, y se conforma por 13 islas grandes, y diversos islotes. En el año 1978 fueron reconocidas por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, y es la principal razón de turismo del Ecuador, quien

recibe a más de 300 mil turistas al año. Destacada por su flora y fauna, quienes fueron inspiración del científico inglés Charles Darwin, quien realizó su teoría de la evolución. (PLANDETUR, 2013).

Dentro del Ecuador el turismo se ha convertido en una alternativa de desarrollo que ha girado positivamente dentro del PIB ecuatoriano debido a la estimulación existente en el sector turismo que es del agrado de los turistas extranjeros quienes buscan diversión y aventura. La existencia de riqueza natural es otro factor que contribuye al crecimiento del turismo. Según el Banco Central del Ecuador el comportamiento del sector turismo en relación con el PIB del país ha sido el siguiente.

Tabla 5
El PIB de Turismo en Ecuador

Año	PIB – turismo	PIB total	Participación en el PIB
2013	1.190,94	67.546,13	1,76%
2014	1.200,42	70.243,05	1,71%
2015	1.185,40	70.353,85	1,68%
2016	1.114,97	69.321,41	1,61%
2017	1.173,39	71.139,24	1,65%

Información adaptada del BCE ,2018, *Elaborado por Noboa S. (2019)*

En la tabla 5 se puede apreciar el comportamiento de PIB dentro del sector turismo, en la figura 6 se puede apreciar de manera gráfica la información presentada:

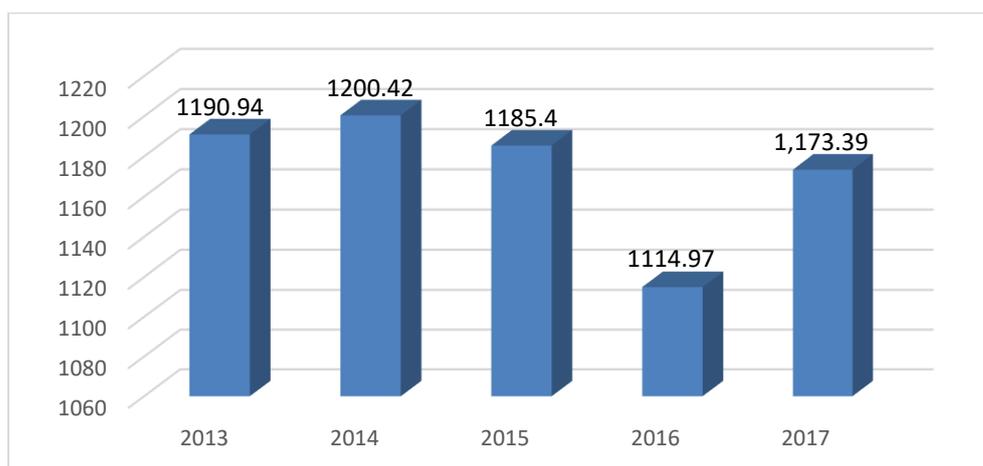


Figura 6 PIB de Turismo. Fuente: Información adaptada del BCE, - Ecuador 2018.

La participación porcentual del Producto Interno Bruto Directo Turístico en relación con el Nacional, según INEC (2016), la importancia es descrita mediante la siguiente fórmula.

$$PIBDTP_t = \frac{PIBDT_t}{PIB_t} \times 100$$

Lo que significa:

PIBDTP_t = Producto Interno Bruto Directo Turístico como proporción del PIB, en un año t determinado.

PIBDT_t = Producto Interno Bruto Directo Turístico, en un año t determinado.

PIB_t = Producto Interno Bruto, en un año t determinado.

De acuerdo con la información proporcionada por el INEC (2016) El indicador dimensiona la importancia del turismo en la economía nacional en un determinado año, bajo parámetros de comparación internacional en consistencia con el sistema de cuentas nacionales, a continuación, se expone la explicación de cada componente:

Producto Interno Bruto (PIB). Se conoce también como producto interior bruto, y es el medidor de la economía la cual se expresa bajo un concepto monetario en la producción de bienes y servicios en un lapso, el cual se genera dentro de un país. (INEC, 2016).

Producto Interno Bruto Directo Turístico (PIBDT). Es conocido como la parte del Producto Interno Bruto que se atribuye al turismo que se realiza dentro del país, y es medido con la suma del valor añadido bruto el cual se genera por las diferentes compañías en respuesta al consumo realizado por los turistas dentro de un país. (INEC, 2016).

La definición del Producto Interno Bruto Directo Turístico se toma según el marco conceptual propuesto por las Naciones Unidas en el año 2018, los ingresos proporcionados por los hoteles, bares, servicios de comida como restaurantes, transporte, entre otros elementos.

En la tabla 5 es apreciable que el año 2014 fue el mejor año con respecto al turismo, debido a que se registraron más de 1100 millones de dólares. Es importante recordar que dentro del país se trabajaron proyectos turísticos de forma agresiva como el denominado

“All you need” el cual se implementó el mismo año, el cual consistía en publicar anuncios en vallas publicitarias y televisión en los primeros mercados internacionales como Estados Unidos, España, Italia, China entre otros. A pesar de que la campaña permaneció durante 32 meses, se estima que el mayor presupuesto fue destinado a mitad del año 2015 con un valor aproximado de 46 millones de dólares, antes de la caída existente en el precio del petróleo, una de las principales razones que incidió en la campaña, sin embargo, el PIB con relación al turismo nunca ha caído debajo de 1.1 millones durante todo el periodo estudiado, formando parte del 1.65% del PIB nacional en promedio.

2.2.7.1 Generalidades del Cantón Manta

A la llegada de los españoles (1527), en el área próxima a Manta existían los señoríos indígenas de Salangome y Cancebí (Hidrovo, 2006), los cuales se dedicaban a actividades como el comercio, la pesca, la agricultura, siendo además centros ceremoniales y religiosos. Según el padre Juan de Velasco, la ciudad fue fundada por Pedro de Alvarado en 1534, pero documentos posteriores informan que la fundación fue realizada por Cap. Francisco Pacheco el 2 de marzo de 1535, sobre las bases de la antigua población que los aborígenes llamaban “Jocay” (Avilés, 1998), y, siguiendo una costumbre religiosa que caracterizó a las fundaciones españolas, fue bautizada con el nombre de “San Pablo de Manta” en 1563 por el presidente Santillán de la Real Audiencia de Quito (Gobierno Provincial de Manabí, 2017).

Manta fue parroquia de Montecristi por muchos años, pero la idea de cantonización surgió, y un 8 de julio de 1922 se pensó en firme con la integración del primer comité. Las gestiones se iniciaron con Wilfrido Loor Moreira, como abogado consultor del proyecto. Entonces el puerto de Manta contaba con 12 agencias navieras, de compañías nacionales y extranjeras, 2 bancos, 17 casas importadoras, 44 embarcaciones menores y el censo de población del 18 de junio de 1.922 contabilizó 4.161 habitantes (Gobierno Provincial de Manabí, 2017).

Vale la pena mencionar que el cantón Montecristi fue durante el siglo 19 el poblado más importante de la provincia de Manabí, siendo inclusive más importante que Portoviejo, razón por la cual fue elegida como capital de la provincia de Manabí, sin embargo, un voraz incendio prácticamente destruyó la ciudad en 1867, dispersando a muchos de sus habitantes a las actuales ciudades de Manta y Portoviejo (Dueñas, 1983). A partir de esa época la ciudad de Manta fue adquiriendo importancia y experimentando

algunos auges en su economía, primero como el puerto por donde salían y entraban las diversas mercaderías que producía o requería la provincia de Manabí, pues en esa época se embarcaban en el puerto el café, cacao y sombreros que se producían en las zonas cercanas, principalmente para comercializarlos en Panamá, Costa Rica o México, pero ya a mediados del siglo 20 se produciría en Manta un cambio que la marcaría por el resto de su historia, el auge de la pesca de atún y su industria de enlatados.

El crecimiento de Manta estuvo ligado directamente a la industria del atún. Inmediatamente después de concluida la segunda guerra mundial se constituye en Manta, en 1949, la primera empresa procesadora de atún en Ecuador. INEPACA (Industria Ecuatoriana Productora de Alimentos C.A.) es una inversión de Van Camp Seafood Company de los Estados Unidos. Esta planta fue establecida para recibir y congelar atún que posteriormente era exportado a los Estados Unidos (Calderón, 2014).

En 1976 surge una de las principales industrias atuneras nacionales, Conservas Isabel Ecuatoriana S.A., dicha empresa que se ubica en la ciudad de Manta, ofrece su producción tanto a nivel interno como externo; actualmente exporta a alrededor de treinta países una amplia gama de conservas de pescado. Cuando se construyen las primeras fábricas de procesamiento de atún en Manta a comienzo de los años cincuenta, la ciudad solo tenía 23.000 habitantes según los reportes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), sin embargo, ya para la década de los 70, en que se produce el boom petrolero y los recursos del petróleo fueron empleados para crear las flotas pesqueras nacionales la población de la ciudad se había multiplicado por cuatro, alcanzando los 100.000 habitantes, todo esto solo en 20 años, de allí la importancia que ha tenido la pesca en general y la industria atunera en particular en la historia de la urbe.

2.2.7.2 Principales indicadores macroeconómicos de Manta antes del terremoto de 2016.

Manta es una de las principales ciudades de la provincia de Manabí, puerto turístico que recibe a extranjeros y propios en sus diferentes playas y sitios turísticos, lo que resulta para los mantenses una de las principales fuentes de ingreso, seguida por el comercio, la pesca, la exportación, entre otros. Su nombre oficial es “San Pablo de Manta”, cuenta con 226.477 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). El cantón está organizado por parroquias rurales como Santa Marianita y San Lorenzo y urbanas como Manta, Tarqui, Los Esteros, Eloy Alfaro y San Mateo. La ciudad limita al norte, sur y al oeste con el Océano Pacífico, al este con los cantones Montecristi y Jaramijó. Por

la salida al mar con la que cuenta, le permite tener una ubicación estratégica para las importaciones y exportaciones y así mismo para el tránsito de cruceros internacionales. A continuación, se realizará un análisis de algunos indicadores macroeconómicos de la ciudad.

2.2.7.3 Población.

La población de Manta, según datos estadísticos del INEC extraídos del Censo de Población y Vivienda año 2010, evidencia que se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 6
Población Manta

POBLACION MANTA	2010
Hombres	111.403
Mujeres	115.074
Total	226.477

Información adaptada del INEC- 2011, Elaborado por Noboa S.(2019)

Como se observa en la tabla 6 Manta contaba con 226.477 habitantes para el año 2010, en que se realizó el último Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC, en la ciudad existían 111.403 mujeres y 115.074 hombres, siendo la población femenina ligeramente superior que la masculina, si la clasificación es por grupos de edad se obtiene que 69.507 personas es la población menor de 15 años de edad, 145.027 personas es la población de 15 a 64 años de edad y 11.943 personas es la población de 65 y más años de edad. Además, se puede resaltar que existían 67.554 viviendas particulares y colectivas, se entiende por viviendas particulares aquellas donde existe un solo núcleo familiar y colectivas aquellas donde habitan varias familias, 56.573 viviendas contaban con al menos una persona presente al momento que se efectuó el Censo.

La población económicamente activa se considera Población Económicamente Activa a las personas en edad de trabajar de 10 años y más, que trabajaron al menos una hora a la semana en tareas con o sin remuneración, incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva o en un negocio o finca del hogar, personas que si bien no trabajaron, tenían algún empleo o negocio del cual estuvieron ausentes por enfermedad, huelga, licencia, vacaciones u otras causas, y personas que estaban en disponibilidad de trabajar (buscando empleo) .

Se excluyen las personas que se dedican solo al quehacer doméstico o solo a estudiar, a los pensionistas y a los impedidos de trabajar por invalidez, jubilación, etc. Según estadísticas del INEC del censo de Población y Vivienda del 2010 la población económicamente activa de Manta era de 90.627 habitantes que corresponde al 40,02% de la población total del cantón, representando el 18.3 % de la PEA de la provincia de Manabí, y corresponde al 0,63% a nivel nacional.

Tabla 7
Categoría de Ocupación

Categoría de Ocupación	Casos	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	10.206	11,26
Empleado/a u obrero/a privado	37.918	41,84
Jornalero/a o peón	4.120	4,55
Patrono/a	2,758	3,04
Socio/a	1,062	1,17
Cuenta propia	20,272	22,37
Trabajador/a no remunerado	1,338	1,48
Empleado/a doméstico/a	2,9630	3,27
Se ignora	9,990	11,02

Información adaptada del INEC-2011, Elaborado por Noboa S. (2019)

Según los datos del INEC se observa que la mayor parte de la población se dedica a las actividades del comercio por mayor y menor 19.473, estando incluidos en este rubro los comerciantes informales. Sigue el sector de las manufacturas, con 13.377 personas, lo cual se explica por la gran cantidad de compañías procesadoras de atún que existen en la ciudad, a la construcción 6.841 personas, además a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca 6.070 personas, el resto de la población se encuentra ocupada en el transporte, enseñanza, actividades de alojamiento, entre los sectores más importantes. A continuación, analizaremos la PEA de Manta en el 2010, y su distribución en los diferentes sectores que generan ingresos a la población:

Tabla 8

Población Ocupada Manta

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	6.070	6,7
Explotación de minas canteras	45	0,05
Industrias manufactureras	13.377	14,76
Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	533	0,59
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	554	0,61
Construcción	6.841	7,55
Comercio al por mayor y menor	19.473	21,49
Transporte y almacenamiento	5.554	6,13
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.008	4,42
Información y comunicación	941	1,04
Actividades inmobiliarias	630	0,7
Actividades financieras y de seguros	219	0,24
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.323	1,46
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2.554	2,82
Administración pública y defensa	3.351	3,7
Enseñanza	4.534	5
Actividades de atención de la salud humana	2.345	2,59
Artes, entretenimiento y recreación	765	0,84
Otras actividades de servicios	2.314	2,55
Actividades de los hogares como empleadores	2.773	3,06
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	10	0,01
No declarado	6.708	7,4
Trabajadores nuevos	5.705	6,42
Total, población económicamente activa	90.627	40,02

Información adaptada del INEC-2010. Elaborado por Noboa S. (2019)

La cobertura de Salud para la población del Cantón Manta es de 46 establecimientos entre públicos y privados, con servicios de internación 17 establecimientos de salud y sin servicio de internación 29. Según el INEC en el cantón Manta existe un hospital básico y dos generales, el hospital básico es una unidad de salud que brinda atención ambulatoria, emergencia y hospitalización de corta estancia en: medicina general, gineco-obstetricia, pediatría y cirugía de emergencia; cumple acciones de fomento, protección y recuperación de la salud y odontología; dispone de auxiliares de diagnóstico como laboratorio clínico e imagenología. Es el eje del sistema de referencia de los servicios del primer nivel y se ubica generalmente en cabeceras cantonales.

Tabla 9
Número de Establecimientos de Salud, con internación y sin internación, por clase

		N°	TOTAL
Establecimientos con Internación	Hospital Básico	1	17
	Hospital General	2	
	Clínica General	13	
	Clínica Especializada	1	
	Aguda		
Establecimientos sin Internación	Centro de Salud	6	29
	Sub Centro de Salud	17	
	Dispensario Medico	5	
	Otros	1	

Información adaptada del INEC-2010. Elaborado por Noboa S. (2019)

Un hospital general es una unidad operativa que provee atención de salud ambulatoria e internación en las cuatro especialidades básicas y algunas subespecialidades, de la medicina, de acuerdo con el perfil epidemiológico de su área de influencia y emergencias; dispone de servicios auxiliares de diagnóstico y tratamiento, odontología, medicina física y de rehabilitación; resuelve las referencias recibidas de las unidades de menor complejidad y realiza docencia e investigación.

Corresponde al segundo nivel de prestación de servicios y está ubicado en las capitales de provincia y cabeceras cantonales de mayor concentración poblacional. En la ciudad existen 13 clínicas generales y 1 especializada, todas estas privadas, una clínica general es una unidad de salud que provee atención de salud ambulatoria y de hospitalización en las especialidades básicas de la medicina o algunas subespecialidades, dispone de servicios de consulta externa, emergencia, odontología, interacción, centro

quirúrgico u obstétrico, farmacia interna con stock básico de medicamentos e insumos médicos y auxiliares de diagnóstico.

Una clínica especializada es una unidad que brinda atención de salud ambulatoria y hospitalización en una de las especialidades de la medicina y subespecialidades de esta, o que atiende a grupos de edad específicos; dispone de servicios de diagnóstico clínico patológicos e imagenología, farmacia interna con stock de medicamentos e insumos médicos y odontológicos. Corresponde al tercer nivel de atención con servicios especializados brindados por médicos especialistas.

Existen 6 centros de salud en el cantón, un centro de salud es una unidad operacional implementada para producir acciones de salud integral de tipo ambulatorio. También posee 17 subcentros de salud, un subcentro es un establecimiento del Sistema Nacional de Salud que atiende a una población de 2.000 a 10.000 habitantes, asignados o adscritos, presta servicios de prevención, promoción, recuperación de la salud, cuidados paliativos, atención médica, atención odontológica, enfermería y actividades de participación comunitaria; tiene farmacia/botiquín institucional; cumple con las normas de atención del Ministerio de Salud Pública. El gobierno nacional destinó en el presupuesto general del estado del 2016 fue de 2,357,035,208 dólares para todo el sistema de salud público, versus 2874.454.396 del presupuestado en el 2015.

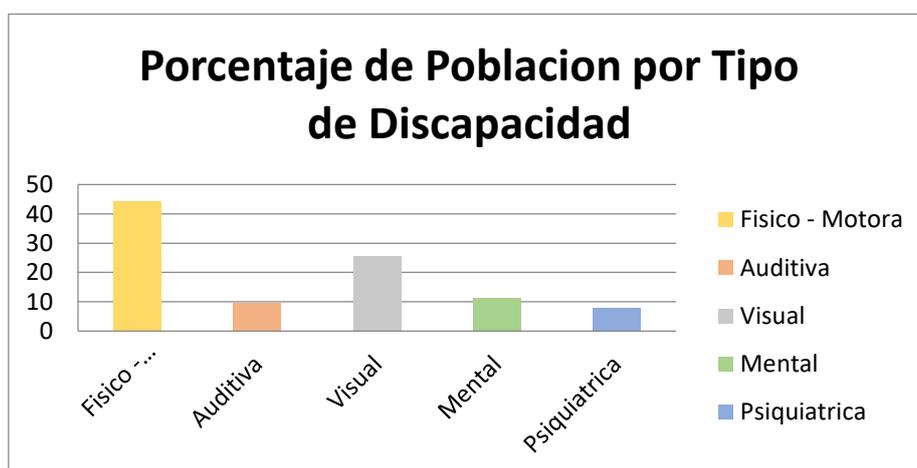


Figura 7 Porcentaje de Población por Tipo de discapacidad. Información adaptada del INEC-2010 Elaborado por Noboa S. (2019)

En el Cantón Manta la población con discapacidad se distribuye de la siguiente manera: 44,32% tiene discapacidad física, el 25,65% tiene discapacidad visual, el 11,34% tiene discapacidad mental, el 9,62% tiene discapacidad auditiva, el 7,74% psiquiátrica.

Las causas de la discapacidad física muchas veces están relacionadas con problemas durante la gestación, a la condición de prematuro del bebé o a dificultades en el momento del nacimiento. También pueden ser causadas por lesión medular como consecuencia de accidentes (de tráfico, por ejemplo) o problemas del organismo (derrame, por ejemplo). La discapacidad sensorial corresponde a las personas con deficiencias visuales y auditivas, quienes presentan problemas en la comunicación y el lenguaje. En cuanto a la demografía, la tasa de fecundidad en el cantón Manta en el año 2010 fue del 2,2%, siendo una de las menores comparado a nivel provincial y a nivel nacional.

Tabla 10
Tasa Global de Fecundidad 2010

TASA GLOBAL DE FECUNDIDAD (2010)	%
Cantonal (Manta)	2,2
Provincial	2,4
Nacional	2,4

Información adaptada del INEC-2010 Elaborado por Noboa S. (2019)

En cuanto al aspecto social las ayudas sociales podemos mencionar el Bono de Desarrollo Humano en el Cantón Manta beneficia a 16.535 familias y a nivel de la Provincia de Manabí a 194.284 familias, en relación a la población del censo del año 2010 según número de hogares en una vivienda del cantón Manta que corresponde a 57.996 hogares, el Bono de Desarrollo Humano cubre el 28,51% de los hogares en el Cantón Manta y del total de las beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano el 4,02% han recibido el crédito de Desarrollo Humano, de la población de niños y niñas de cero a cinco años de edad, el Mies-Infra atiende al 25,47% de la población de Manta durante el año 2012.

Tabla 11
Programas Sociales

Programas sociales	Beneficiarios Manabí	Beneficiarios Manta	Unidades	Fecha	Porcentaje de Atención
Bono de Desarrollo Humano	194.284	16.535	Madres, Adultos Mayores y Personas con Discapacidad	Julio 2014	28.51%
Crédito de Desarrollo Humano	9.988	664	Madres, Adultos Mayores y Personas con Discapacidad	Enero a Julio 2014	4.02%
Centros de Desarrollo Infantil	52.779	5.652	Niños y Niñas	Enero a Marzo 2012	25,47%

Información adaptada del INEC-2015 *Elaborado por Noboa S. (2019)*

El bono de desarrollo humano es una transferencia monetaria mensual de USD 50 que está condicionada al cumplimiento de requisitos establecidos por el Viceministerio de Aseguramiento y Movilidad Social, y que lo reciben los representantes de los núcleos familiares (de preferencia a la mujer que consta como jefe de núcleo o cónyuge) que se encuentran bajo la línea de pobreza establecida por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social de acuerdo a los resultados obtenidos del Registro Social.

Los créditos de Desarrollo Humano son microcrédito otorgados por BanEcuador a beneficiarios del bono de desarrollo humano para que puedan emprender en negocios propios. Sus montos oscilan entre 600 y 1.200 dólares. En los centros infantiles se garantiza el desarrollo integral de los niños y niñas, a través de la estimulación temprana y una buena nutrición. Este servicio gratuito brinda el MIES a familias de escasos recursos económicos o a madres y padres de familia que por sus labores no pueden atender a sus hijos. Los infantes de 1 a 3 años son atendidos por educadoras capacitadas y profesionales parvularios desde las 08:00 hasta las 16:00.

El sector de la economía desde sus inicios la actividad pesquera ha sido considerada el motor de la economía de la ciudad, denominada como la "Capital Mundial del Atún". Esto ha llevado a que, con el pasar de los años, empresarios hayan buscado la manera de explotar estas oportunidades mediante la creación de industrias para el procesamiento de

las diversas especies marinas extraídas del mar y que de esta manera puedan ser comercializadas dentro y fuera del país. Por otro lado, el turismo ha sido otro factor influyente en la economía de la ciudad, “aportando alrededor de \$2 millones a la economía del país” según Isidro Rodríguez, Director de Turismo del Municipio de Manta del 2013 (Ecuador Inmediato, 2013). Estas y otras relevantes actividades son las que mueven la economía de la ciudad, por lo que para un mejor análisis se categorizará las actividades que sustentan la economía de la ciudadanía mantense en los sectores económicos descritos a continuación.

En el sector primario la actividad más relevante para la economía es la pesca, actualmente en sus dos modalidades: artesanal e industrial; puesto en un principio fue la pesca artesanal incentivada por pescadores con sus caletas las que abrieron este mercado, convirtiéndose en uno de los ejes de la economía de la ciudad, para que con el pasar del tiempo y con el firme objetivo de progresar y convertir éste en el sustento de muchas familias se logró amplificar este negocio e incentivar a las industrias y empresarios (El Diario, 2008).

El sector secundario es el pesquero es la actividad económica que más ha influenciado en el crecimiento económico del cantón Manta, constituyéndose como una de las principales fuentes de ingresos y producción de la ciudad. En este sector el producto con mayor demanda es el atún; existiendo una gran cantidad de empresas atuneras dedicadas a la exportación de este producto (Duarte, 2016).

El sector terciario como se ha mencionado previamente en este documento, que el comercio es una de las fuentes principales de la economía de la ciudad de Manta, así mismo del Ecuador, puesto que según el informe de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (2013), basado en el último censo realizado en el país por el INEC (2010), el comercio al por mayor y al por menor se ubica en primer lugar como la actividad más relevante de las actividades económicas a nivel nacional

Las cifras del censo 2010 ubicaban a Manta como la ciudad líder del desarrollo provincial con 9.000 establecimientos registrados, los de mayor índice son de manufactura, alojamiento y servicio de comida.

Tabla 12
Participación de la Actividad Económica

Establecimientos económicos:	9 mil establecimientos (27.8% de la provincia de MANABÍ).
Ingreso por Ventas:	1,953 millones (41.3% de la provincia de MANABÍ).
Personal Ocupado:	39.5 mil personas (29.2% de la provincia de MANABÍ).

Información adaptada del INEC-2010 Elaborado por Noboa S. (2019)

El 16 de abril 2016, Ecuador vivió un sismo de magnitud 7.8, cuyo epicentro fue la población de Pedernales en la provincia de Manabí, dejando 670 fallecidos y miles de afectados. Las poblaciones más afectadas fueron Pedernales, Manta, Portoviejo, Canoa, Jama y Bahía de Caráquez en Manabí, y los cantones Muisne y Atacames en Esmeraldas. Este no es el primer sismo de gran magnitud que se vive en las costas ecuatorianas. El Ecuador por encontrarse en el Cinturón de Fuego del Pacífico, es una zona geológicamente muy dinámica. Las costas ecuatorianas se encuentran en el margen de la zona de encuentro de la placa oceánica de Nazca con las placas continentales de América del Sur y el Caribe, ambas separadas por el mega escudo Guayaquil- Caracas, lo que le hace muy vulnerable a terremotos y tsunamis de origen tectónico (Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2017).

El 31 de enero de 1906, tuvo lugar un sismo de magnitud 8.8 con epicentro en la provincia de Esmeraldas y, minutos más tarde se generó un tsunami que arrasó numerosas poblaciones costeras de Ecuador y Colombia. Este fue un evento en la zona de subducción de la placa Nazca bajo la placa Sudamericana, en el Océano Pacífico. Desde entonces, se han dado en la zona de Manabí y Esmeraldas (en una zona de unos 250 km), otros cuatro terremotos con magnitud de 7 grados o más, desde inicios del siglo XX: 1942 (7.8 grados), 1958 (7.7 grados), 1979 (8.2 grados), 1998 (7.1 grados). Los epicentros de estos eventos están dentro de la zona de ruptura del mega evento de 1906 (Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2017)

Muchos desastres cuyo origen es considerado como “natural”, en realidad han sido agravados por actividades humanas. Este es el caso de Katrina, el sexto huracán del Atlántico más intenso registrado, uno de los más destructivos y el que causó más víctimas mortales en Estados Unidos. Al menos 1.833 personas fallecieron debido al propio huracán o las consiguientes inundaciones y causó 160.000 millones de dólares en daños. En cuanto a huracanes como Irma y Harvey podrían superar los costos económicos del

huracán Katrina, se estima que solo en Estados Unidos ascienden a 200.000 millones de dólares (Moncayo, 2017).

De igual manera, aunque el terremoto del 16 de abril 2016 ocurrió por causas naturales, los impactos que éste genera tienen mucho más que ver con las relaciones entre actores sociales. Muchos aspectos del entorno social son fácilmente reconocibles: las personas viven en situaciones económicas adversas que les obligan a habitar regiones y lugares afectados por peligros naturales, ya sean las planicies de inundación de los ríos, las laderas de los volcanes o las zonas de terremotos. Sin embargo, hay muchos otros factores políticos y económicos menos obvios que subyacen al impacto de los peligros. Se trata de la manera en que los bienes, los ingresos y el acceso a otros recursos, como el conocimiento y la información, se distribuyen entre diferentes grupos sociales y diversas formas de discriminación que se producen en la asignación del bienestar y la protección social (Wisner, 2003).

Cuando ocurren eventos como un terremoto, éstos se convierten en desastres cuando influyen otros factores, que hacen que sea más difícil para la gente lidiar con ellos. Estos choques repetidos erosionan cualquier intento que se haya hecho para acumular recursos y ahorros. Los desastres frenan el desarrollo económico y humano a nivel de los hogares (cuando el ganado, los cultivos, los hogares y las herramientas son destruidos repetidamente) y en el nivel nacional cuando las carreteras, puentes, hospitales, escuelas y otras instalaciones resultan dañadas. El patrón de tales tensiones frecuentes, provocado por una amplia variedad de mecanismos naturales, ha sido a menudo complicado por la acción humana, tanto por los esfuerzos para paliar los efectos del desastre como por la causalidad social de la vulnerabilidad (Wisner, 2003).

Por ejemplo, en Manabí hay un problema persistente de falta de agua, que se exacerbó con la ruptura de los sistemas de agua en los días posteriores al terremoto. De igual manera, ésta es una zona que enfrenta variaciones climáticas muy erráticas, con períodos prolongados de sequías e inundaciones muy fuertes. En el cantón Rocafuerte, se había producido un poco antes del terremoto lluvias de tal intensidad, que se había desbordado la represa Poza Honda. El exceso de humedad en el suelo puso en mayor estado de vulnerabilidad a las viviendas, produciéndose muchas pérdidas.

Igual cosa sucedió en zonas que habían sido muy afectadas por el fenómeno de El Niño en el año 2010; así como en zonas donde el ecosistema del manglar (que es

considerado como una zona de amortiguamiento frente a desastres naturales) había sido devastado por el avance de las camaroneras. En el caso del terremoto en Ecuador, fue en Manta donde se reportó el mayor número de defunciones (219), a pesar de no ser el epicentro, pero es la ciudad con la mayor densidad poblacional de Manabí, y la novena a nivel nacional. Los seres humanos no son igualmente capaces de acceder a los recursos y oportunidades, ni están igualmente expuestos a los mismos peligros.

El hecho de que las personas tengan o no suficiente tierra para cultivar o un hogar con acceso a servicios básicos, están determinados por factores sociales (incluyendo procesos económicos y políticos). Estos mismos procesos sociales también tienen un papel muy importante para determinar quién está más expuesto a riesgos: dónde viven y trabajan, y en qué tipo de edificios, su nivel de protección, preparación, información, riqueza y salud determinará su capacidad, no sólo de ser más o menos víctima de un desastre, también determina cómo afrontarlo. Así que la exposición de las personas al riesgo difiere según su clase, si son hombres o mujeres, cuál es su origen étnico, a qué grupo de edad pertenecen, si son discapacitados o no, estado de inmigración y en algunos países su religión (Wisner, 2003).

En las zonas de Manabí y Esmeraldas ha habido cuatro sismos importantes en el último siglo, por lo que toda la población que habita en esta zona está bajo condiciones de riesgo, pero hay una distinción en cómo los diferentes segmentos de la sociedad pueden enfrentarlo. Ahí entra el concepto de vulnerabilidad. Para Wisner (2003), la vulnerabilidad está determinada por las características de una persona o grupo y su situación que influyen en su capacidad de anticipar, afrontar, resistir y recuperarse del impacto de un evento o proceso natural extremo. Se trata de una combinación de factores que determinan el grado en que la vida, el sustento, la cultura, la propiedad y otros bienes de una persona, se ponen en riesgo por un evento discreto e identificable (o una serie o cascada de tales eventos) en la naturaleza y en la sociedad.

La vulnerabilidad implica, por tanto, magnitudes variables, con personas o comunidades con un mayor grado de vulnerabilidad que otros. Un desastre puede ser abordado desde el punto de vista del riesgo, que es una visión más tecnocrática y que se centra en el evento como tal; o desde la vulnerabilidad, que se centra en la gente o comunidades víctimas del desastre. Para Sarewitz (2003), mientras la reducción de la vulnerabilidad es un derecho humano, la reducción del riesgo no lo es.

Poco después del terremoto del 16 de abril del 2016, el gobierno del presidente Rafael Correa Delgado empezó a estudiar la serie de políticas públicas que se aplicarían para superar los problemas económicos producidos por la catástrofe natural, entre ellas estaban una serie de medidas para reactivar la economía, el comercio y el trabajo en la zona afectada por el terremoto que impactó principalmente las provincias de Esmeraldas y Manabí. Estas medidas contemplaban la reestructuración de deudas para la zona, créditos, puesta en marcha de fondos para la reactivación, medidas de incentivo para la empresa, que permitieran inmediatamente tratar de recuperar en lo posible la actividad comercial y productiva, empresarial, trabajo y económica en la zona de desastre, según el Gobierno en toda la zona del desastre se reactivaron más de 10.000 pequeñas tiendas y negocios (Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2017)

Según el Censo realizado por el INEC luego del desastre natural suscitado en el país, se muestra el número de personas inscritas en el Registro Único de Damnificados RUD.

Tabla 13
Registro Único de Damnificados

Población menor de 5 años	Población de 5 años y más	Se ignora edad	Total, Población
2133	23124	122	25379

Tomado de: 2017 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)) Elaborado por Noboa S. (2019)

2.3 Marco Conceptual

Capacidad de alojamiento: la medida del stock de alojamiento en un destino definido Puede darse por varias medidas diferentes: por ejemplo, número de establecimientos; número de unidades principales dentro de un establecimiento (por ejemplo, habitaciones, posiciones de caravanas); Capacidad en términos de residentes (por ejemplo, espacios de camas).

Ecoturismo avanzado: un nivel de acreditación que consta de todos los criterios básicos, así como algunos de los criterios de certificación avanzados.

Recorrido de aventura: un recorrido diseñado en torno a una actividad de aventura como el rafting o el senderismo.

Turismo de aventura: una forma de turismo en áreas naturales que incorpora un elemento de riesgo, niveles más altos de esfuerzo físico y la necesidad de habilidades especializadas.

Viajes de negocios o eventos de negocios: viajes con fines comerciales más que de ocio. Los viajes de negocios a veces se usan como cobertura para incluir lo que a veces se denomina mercados “MICE”: reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones.

Análisis de capacidad de carga: Originalmente, un término aplicado en ecología que se refiere al número máximo de animales de una especie dada que un hábitat particular podría soportar. En el contexto del turismo, se refiere al número máximo de turistas que un destino puede soportar.

Cadena de distribución: los medios por los cuales los productos (vacaciones combinadas en este caso) se distribuyen desde los productores (directores) a los consumidores (turistas), a menudo a través de mayoristas y minoristas (operadores turísticos y agencias de viajes).

Turismo cultural: viajes con el fin de aprender sobre culturas o aspectos de las culturas.

Cultura: costumbres, vestimenta, comida, casas, idioma, baile, música, teatro, literatura y religión.

Turismo interno: viaje dentro del país de residencia.

Ecoturismo: definido por la Sociedad Internacional de Ecoturismo como 'viaje responsable a áreas naturales que conserva el medio ambiente y sostiene el bienestar de la población local'.

Medio ambiente: las diversas actividades y culturas comunitarias de los habitantes de un país, así como sus recursos naturales escasos y sensibles.

Turismo responsable: tipo de turismo que practican los turistas que toman decisiones responsables al elegir sus vacaciones. Estas elecciones reflejan actitudes responsables ante la limitación del alcance de los impactos sociológicos y ambientales que pueden causar sus vacaciones.

Demanda turística: la demanda turística se define como el gasto de los visitantes canadienses y no residentes en productos de producción nacional. Es la suma de la demanda doméstica del turismo y las exportaciones turísticas.

Cuenta satélite de turismo: sistema de contabilidad a nivel nacional o regional que revela el impacto directo total del turismo en la economía.

Visitantes: Los visitantes son personas que emprenden el turismo como se define anteriormente. Se les conoce como turistas (aquellos que pasan la noche o más tiempo en el lugar visitado), o visitantes del mismo día.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución de la República.

La constitución del Ecuador en su artículo 52 hace hincapié en que toda persona tiene el derecho a recibir productos o servicios que sean de una alta calidad y que lo que se venda sea lo que reciba la persona. La ley establece los mecanismos de control de calidad y los procedimientos que definen a las consumidoras y consumidores; estableciendo sanciones a quienes vulneren estos derechos, los daños o mala calidad de bienes y servicios por la interrupción de los servicios públicos.

La situación especial por la que atravesó la provincia de Manabí debido al terremoto de abril del 2016 provocó que se emitieran leyes y decretos especiales para la reconstrucción de la provincia. En este sentido, por lo sucedido en Manabí se debe cumplir el artículo 52 de la constitución en base a normativas que puedan ofrecer un servicio de calidad para el sector hotelero.

2.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

En la presente investigación se pretenden conseguir tres objetivos: el número 3 se refiere a mejorar la calidad de vida de la población; el cuarto objetivo busca fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía y el noveno objetivo plantea impulsar la transformación de la matriz productiva, por lo tanto, contribuye con el fomento de la mejora de la calidad de vida.

En base a estos 3 objetivos se ajustan al presente trabajo de investigación permitieron establecer si el gobierno ecuatoriano a raíz del terremoto en abril del 2016 ha implementado políticas que permitan el mejoramiento de vida de la población de Manabí. Adicionalmente, también estos objetivos permiten establecer si el estado ha prestado ayuda a los empresarios del sector hotelero con el fin de que se reactiven los negocios, ya que en algunos sectores dependen netamente del turismo.

2.4.3 Plan Nacional Toda Una Vida

El Plan Nacional Toda Una Vida, para el presente trabajo de investigación se acopla a 2 objetivos los cuales son los siguientes:

Eje 1: Derechos para todos durante la vida.

El ser humano es sujeto de derecho sin discriminación, el estado debe estar en condiciones de asumir las tres obligaciones básicas: respetar proteger y realizar los derechos especialmente de los grupos de atención prioritaria.

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.

Nuestro sistema económico es social y solidario

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

El posicionamiento estratégico del país contribuirá a magnificar el potencial turístico. Durante la última década, este sector ha sido un pilar fundamental en la evolución económica del país. La considerable inversión en proyectos de diferente índole desde carreteras hasta formación de talento humano especializado ha permitido activar el movimiento turístico, interno y externo.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), en 2016 el turismo contribuyó de manera total en 5,15% al PIB del Ecuador, con lo que este rubro se ubicó en cuarto lugar dentro de las exportaciones no petroleras después del banano, plátano y camarón, con \$1449 millones de ingresos generados en el mismo año; de igual manera, las inversiones de capital fueron \$1013 millones en el sector turístico y tuvo un superávit en la balanza turística durante los últimos cinco años con un saldo de \$415 millones a 2016. Según cifras del BCE, en el mismo año, los ingresos por turismo con respecto a las exportaciones de servicios totales fueron de 67,73%, valor superior en 10,2 puntos porcentuales con respecto a 2012 (57,5%).

2.4.4 Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana.

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los principales artículos de la Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana:

Tabla 14
Resumen de Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana

Artículo	Título	Detalle
1	Objeto	Reconstrucción en las zonas más afectadas del país por el terremoto de abril del 2016
2	Contribuciones	Remuneraciones, patrimonio, utilidades, bienes inmuebles y derechos de capital
3	Contribución en remuneración	Remuneración = 1000, 1 día de remuneración Mayor o Menor a igual a 1.000 2.000 3,33% 1 1 2.000 3.000 3,33% 1 2 3.000 4.000 3,33% 1 3 4.000 5.000 3,33% 1 4 5.000 7.500 3,33% 1 5 7.500 12.000 3,33% 1 6 12.000 20.000 3,33% 1 7 20.000 en adelante 3,33% 1 8
4	Contribución en Patrimonio	Patrimonio mayor o igual a un millón de dólares pagarán una contribución del 0,9%
5	Contribución en Bienes inmuebles y derechos de capital	1.8% sobre el avalúo catastral sobre bienes inmuebles, 0. % sobre el patrimonio en base al avalúo catastral
6	Contribución en remuneración	Contribución de del 3% sobre utilidades mayores a \$12000

Fuente: Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana. (Ecuador 2016)

2.4.5 Ley de Turismo.

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los principales artículos de la Ley de Turismo:

Tabla 15
Resumen de Ley de turismo

Artículo	Título	Detalle
5	Tipos de actividades turísticas	Alojamiento y servicios de alimentos y bebidas
26	Incentivos	1) Exoneración de impuestos: aumento de capital, transformación, escisión, fusión, transferencia de bienes inmuebles. 2) Acceso a créditos
27	Incentivo a proyectos	Devolución del IVA

Fuente: Ley de turismo Ecuador -2015.

2.3.6. Ley Orgánica de defensa del Consumidor.

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los principales artículos de la Ley Orgánica del Consumidor:

Tabla 16

Resumen de Ley Orgánica de defensa del Consumidor.

Artículo	Título	Detalle
4	Derechos	✓ Protección a la vida
		✓ Competitividad de ofrecer bienes y servicios
		✓ Servicios básicos
		✓ Información completa
		✓ Trato equitativo
		✓ Protección publicidad engañosa
		✓ Educación del consumidor
		✓ Protección contra daños y perjuicios
		✓ Auspicio del estado
		✓ Acceso a mecanismos judiciales.
✓ Acciones administrativas.		
✓ Reclamos a favor del consumidor		

Fuente: Ley Orgánica de defensa del Consumidor. (2000)

2.4.6 Reglamento General De Actividades Turísticas

En su artículo 216 el reglamento estipula que para que el Ministerio de Turismo autorice la construcción y renovación de edificios con el fin de realizar actividades turísticas después de examinar los siguientes documentos:

1. Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores.
2. Proyecto de inversión y financiamiento.
3. Anteproyecto arquitectónico.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

El presente trabajo de investigación en este trabajo muestra los pasos a seguir para el análisis del presente estudio exponiendo detalladamente la realidad vivida y así tener una idea que nos relaciona a adecuadamente para culminar nuestra conclusión.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1. Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Se utilizará la investigación descriptiva porque permite determinar los elementos o factores y la relación entre ellos, que influyen en la situación actual del sector hotelero de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta provincia de Manabí.

3.2.2. Exploratoria

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.

Para precisar el problema o bien sea la conclusión de la fórmula de la hipótesis se hará una investigación exploratoria que permita conocer un poco más la situación actual del sector hotelero de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta provincia de Manabí, y que además de ello sirva para posteriormente realizar la investigación descriptiva.

3.2.3. Explicativa

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Es necesario para conocer a fondo las situaciones del sector hotelero en Tarqui y los factores o elementos que inciden en su ampliación o reducción, la aplicación de este tipo de investigación que permite llegar a un conocimiento más profundo del tema. De esta forma se podría indagar en el estado del sector hotelero, investigar los factores que hacen que crezca o se estanque y determinar la consecuencia de ello.

3.1 Enfoque

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Se trabaja bajo un enfoque mixto porque la investigación amerita la comprensión de datos recabados acerca de la situación actual del sector hotelero de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta provincia de Manabí.

3.2 Técnica e instrumentos

3.3.1. Revisión documental

La revisión documental facilita la recolección de datos cualitativos, que permiten entender la situación actual del sector hotelero en Tarqui, así como de los factores o elementos que inciden en este, mediante la revisión de antecedentes y otras fuentes de información que contengan información sobre él.

3.3.2. Revisión bibliográfica

Con la revisión bibliográfica obtenemos información sobre el tema, además permite hacer un encuentro entre otras bibliografías que se han usado en cada uno de los pasos donde se trataron los temas.

3.3.3. Entrevistas

La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida.

Para obtener información cualitativa que nos permita tener en mayor consideración aspectos que se puedan pasar por alto en el análisis de la situación actual del sector

hotelero de la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta provincia de Manabí, se realizó la entrevista a responsables del sector hotelero puesto que tienen conocimientos y competencia en temas relacionados con este sector en la parroquia y otros indicadores que podrían definir la caracterización del trabajo de investigación.

3.3.4. Encuestas

La encuesta es una técnica que busca obtener información proveniente de un grupo o muestra de personas acerca de ellos mismos o un tema particular (Arias, 2016). Las encuestas tienen diversos propósitos y pueden llevarse a cabo de distintas maneras, dependiendo de la metodología que se ha elegido y los objetivos planteados.

La encuesta es dirigida a personas encargadas o dueños de los hoteles en la parroquia Tarqui, para poder conocer la situación actual del sector hotelero en cuanto a economía, finanzas, construcción, etc.

3.3 Población y muestra

Es el conjunto de individuos los cuales poseen alguna característica en común que los hace observable. De acuerdo con cifras del Ministerio de turismo, para el año 2018 se registraron 81 hoteles en el cantón Manta y dentro de la parroquia Tarqui Antes del terremoto contaba con 28 establecimientos: 11 hoteles, 11 hostales y 6 hostales-residencia, ninguno de ellos ha sido construido a la fecha.

Luego del terremoto se demolieron en su totalidad 9 hoteles, 2 hostales y 5 hostales residencia. Quedando a la fecha en funcionamiento 2 hoteles, 8 hostales y 1 Hostal residencia. Un hostel fue inaugurado en junio del 2016 después del terremoto, estaba en construcción a la fecha del terremoto.

Con respecto a la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia debido a la poca cantidad de hoteles registrados en la parroquia Tarqui se optó por encuestar a los 2 hoteles y 9 hostales que están en funcionamiento.

3.4 Análisis de Resultados

3.4.1 Resultados de encuestas

1. Identifique su establecimiento

Tabla 17

Tipo de establecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	2	18,18	18,18	18,18
Hostal	9	81,82	81,82	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

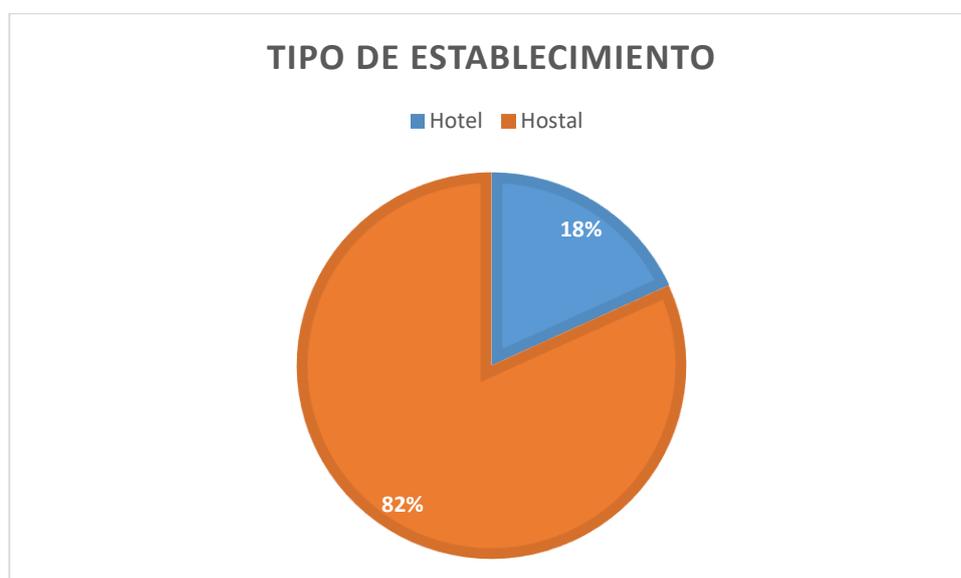


Figura 8 Tipo de establecimiento. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

Respecto al tipo de establecimiento que tienen los encuestados, el 82% poseen hostales, mientras que un 18% de la muestra indicó que disponen de hoteles

2. Tiempo de operación de su establecimiento

Tabla 18
Tiempo de operación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	1 a 5 años	1	9,09	9,09	9,09
	6 - 10 años	2	18,18	18,18	27,27
	11 - 15 años	2	18,18	18,18	45,45
	16 y más	6	54,55	54,55	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

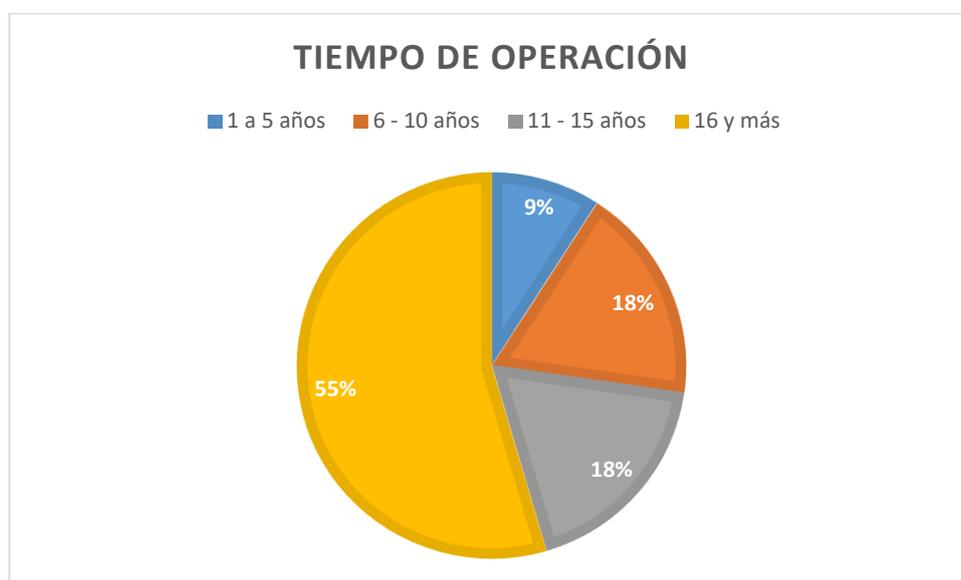


Figura 9 Tiempo de operación. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

El tiempo de operaciones es un aspecto que considerar, por ello se consultó a la muestra sobre este aspecto, donde el 55% se han mantenido en operaciones por más de 16 años, el 18% indica que su negocio tiene alrededor de 6 a 10 años en función, el 18% han perdurado con sus locales dentro por un periodo entre los 11 a 15 años, por último, solo un 9% de los encuestados apenas tienen entre 1 a 5 años con su establecimiento.

3. Género del encuestado

Tabla 19

Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	8	72,73	72,73	72,73
Femenino	3	27,27	27,27	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

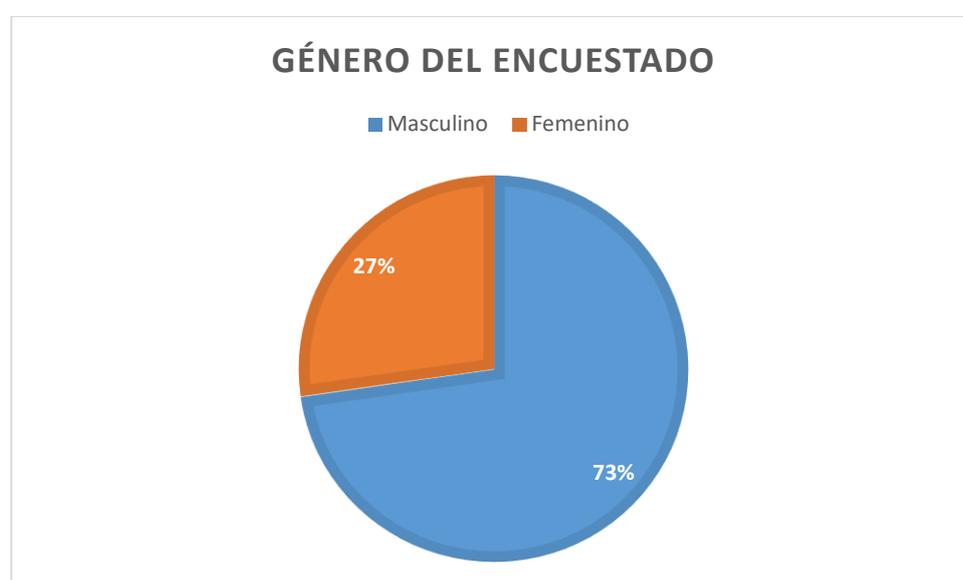


Figura 10 Género. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

Del total de encuestados el 73% pertenece al género masculino, mientras que el 27% son del género femenino.

4. Edad del encuestado

Tabla 20

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	18 - 30	0	0,00	0,00	0,00
	31 - 40	1	9,09	9,09	9,09
	41 - 50	8	72,73	72,73	81,82
	51 y más	2	18,18	18,18	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

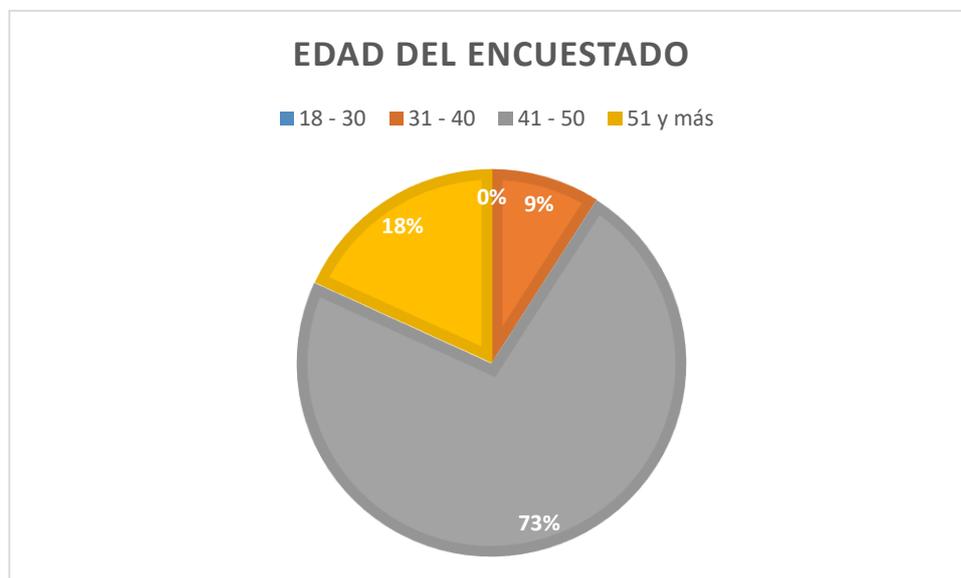


Figura 11 Edad. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la edad de la muestra a investigar, el 18% supera los 51 años, un 73% se sitúa en un rango de edad desde los 41 años hasta los 50, mientras que el 9% se sitúan los rangos comprendidos desde los 31 años hasta los 40. No se cuenta con edades entre los 18 a 30 años.

5. ¿Cuál es su nivel de Estudios actual?

Tabla 21
Nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Primaria	0	0,00	0,00	0,00
	Secundaria	0	0,00	0,00	0,00
	Universidad	7	63,64	63,64	63,64
	Maestría	4	36,36	36,36	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

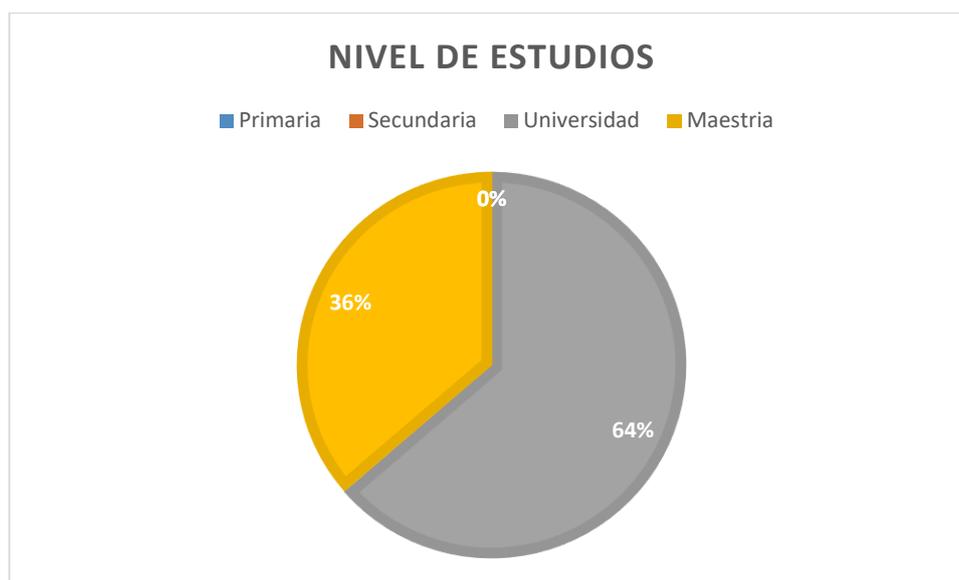


Figura 12 Nivel de estudios. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

El nivel de estudio presentado indica que el 64% de la muestra tienen título de tercer nivel, y el 36% poseen título de cuarto nivel.

6. ¿Su establecimiento se vio afectado por el terremoto?

Tabla 22

Afectación por el terremoto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	10	90,91	90,91	90,91
No	1	9,09	9,09	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

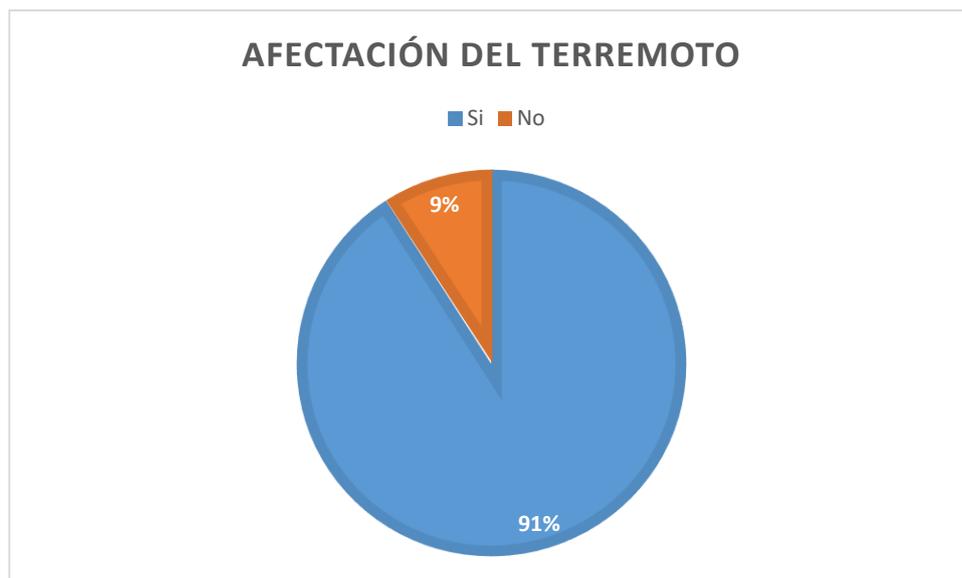


Figura 13 Afectación por el terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

El 91% de las personas encuestadas indicaron que sus negocios se vieron afectados seriamente por el terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016. El 9% que menciona no afectación corresponde a un hotel que estuvo en inicio de construcción y se inauguró posterior al terremoto.

7. ¿En qué porcentaje se vio afectado su establecimiento?

Tabla 23
Porcentaje de afectación por el terremoto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	10 - 30%	4	36,36	36,36	36,36
	30 - 60%	5	45,45	45,45	81,82
	60 - 100%	2	18,18	18,18	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

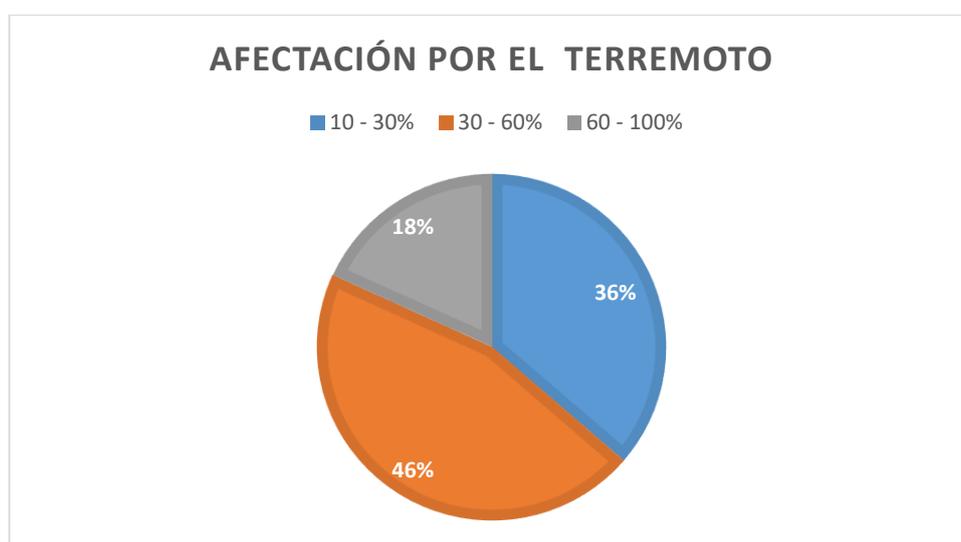


Figura 14 Porcentaje de afectación por el terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

Referente al nivel de afectación en los locales debido al terremoto, el 46% indica que sus negocios se vieron afectados entre un 30% a 60%, un 18% al momento de evaluar los daños consideraron que sus negocios tuvieron alrededor del 60% al 100% de daños, y un 36% manifiesta que el nivel de daño está entre el 10% y 30%.

8. Si su afectación del negocio fue total contestar ¿Qué realizó?

Tabla 24
Alternativas post terremoto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Emprendió otra actividad	0	0,00	0,00	0,00
Retorno negocio referente a hospedaje	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo.

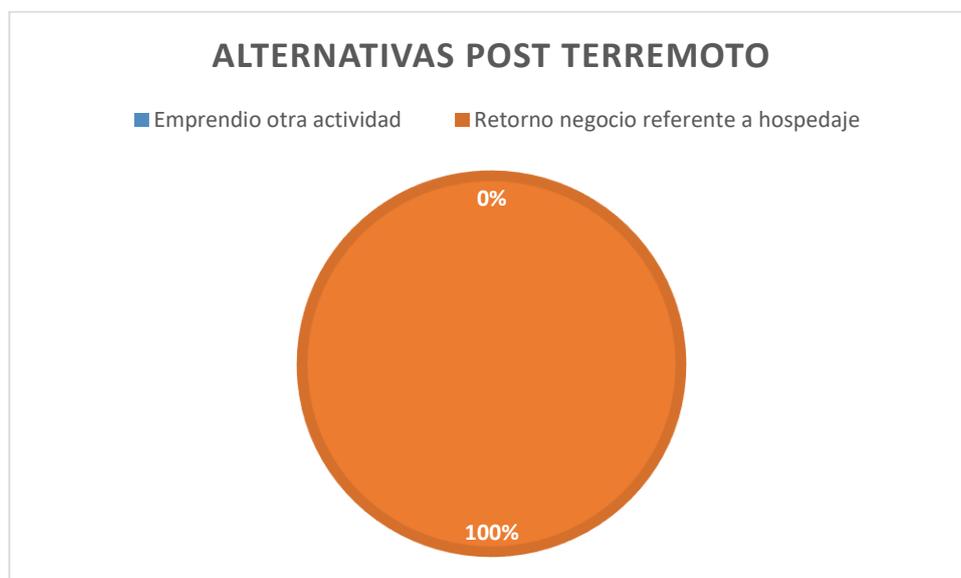


Figura 15 Alternativas post terremoto. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

Dentro del cuestionario se plantearon opciones las cuales se consideraron las alternativas más directas luego del terremoto, en donde ninguno emprendió otra actividad, el 100% retomó sus actividades hoteleras.

9. ¿Cuál fue el estimado de las pérdidas en USD que tuvo su establecimiento a causa del terremoto?

Tabla 25
Estimación de pérdidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	\$0 a \$1-000	1	9,09	9,09	9,09
	\$1.000 a \$5.000	3	27,27	27,27	36,36
	\$5.001 a \$10.000	4	36,36	36,36	72,73
	\$10.001 a \$50.000	1	9,09	9,09	81,82
	Más de \$50.000	2	18,18	18,18	100,00
Valido	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo



Figura 16 Estimación de pérdidas. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

Dentro de los daños generados por el terremoto se les consultó a los encuestados sobre las pérdidas económicas que representó el terremoto en sus locales en donde un 18% señaló que las pérdidas superaban los \$50.000. El 82% mencionan pérdidas por debajo de los \$50.000 dólares.

10. Debido al terremoto, ¿Cuáles fueron los costos adicionales (USD) en que incurrió el negocio para estar en funcionamiento?

Tabla 26
Costos adicionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Compra / alquiler de planta eléctrica	2	18,18	18,18	18,18
	Contratación de personal temporal para el giro del negocio	7	63,64	63,64	81,82
	Remoción de escombros	0	0,00	0,00	81,82
	Otros	2	18,18	18,18	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

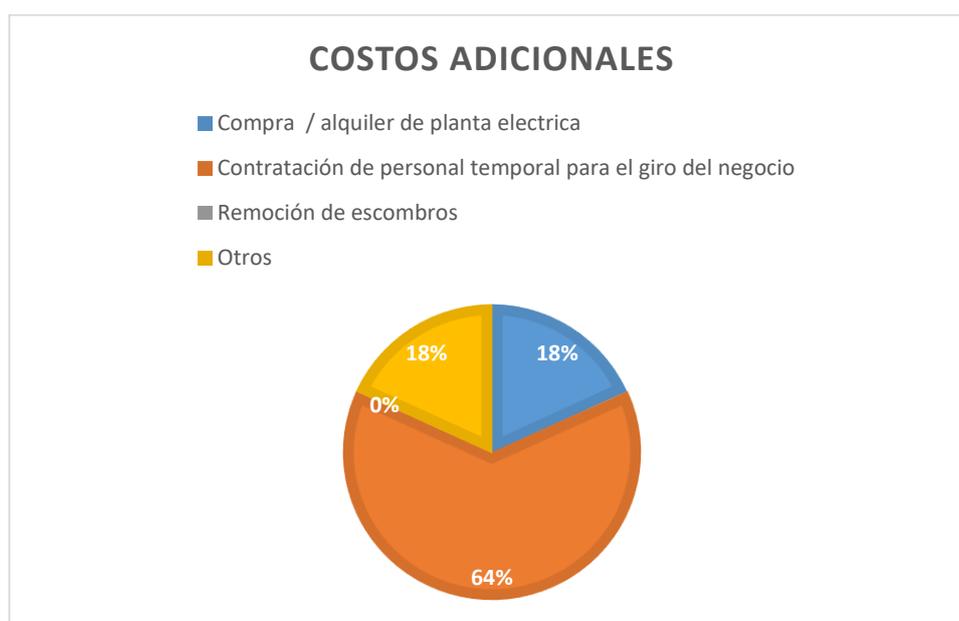


Figura 17 Costos adicionales. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta sobre los costos adicionales en que incurrió el negocio después del terremoto. Se observó que el 18% de los encuestados mencionaron que compraron u alquilaron una planta eléctrica, el 64% indicaron que contrataron personal temporal para el giro del negocio, no se mencionó costos por remoción de escombros debido que la mayoría fue realizada por las entidades públicas y/o privadas, el 18% indicaron otros gastos varios.

11. ¿Obtuvo algún crédito o financiamiento para la reconstrucción de su establecimiento?

Tabla 27
Le otorgaron crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

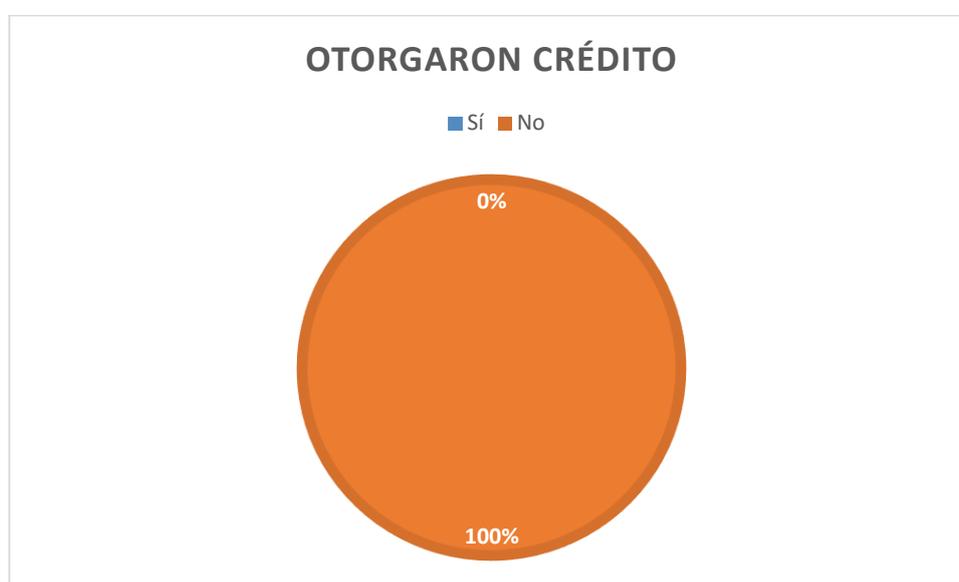


Figura 18 Le otorgaron crédito. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

La pregunta 11 de la encuesta en relación sobre si los empresarios del sector hotelero recibieron algún crédito, el 100% de los participantes indicaron que no recibieron financiamiento.

12. ¿Qué entidad financió su reconstrucción?

Tabla 28

Entidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Ahorros propios	3	27,27	27,27	27,27
	Banca	1	9,09	9,09	36,36
	Prestamos particulares	3	27,27	27,27	63,64
	Prestamos familiares	4	36,36	36,36	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

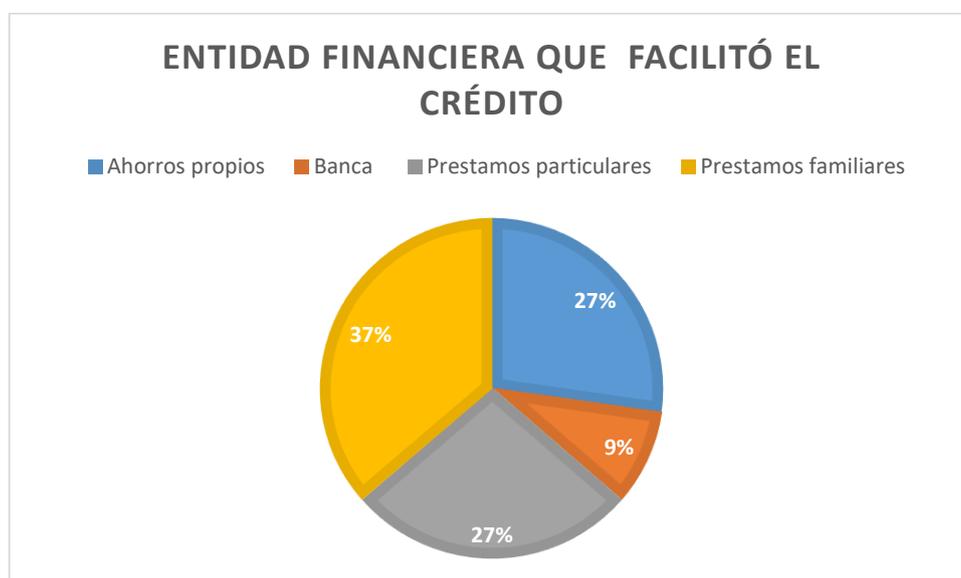


Figura 19 Entidad financiera. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 12 de la encuesta sobre qué entidad prestó el financiamiento. Se observó que no todos pudieron cumplir con los requisitos establecidos para acceder a un crédito, el 9% que accedió fue gracias a su buró de crédito en otra ciudad, 27% se logró incorporar al mercado con fondos propios, el 37% con préstamos de familiares y el 27% con préstamos de personas particulares.

13. ¿Actualmente su negocio tiene el mismo nivel de ingresos que antes del terremoto?

Tabla 29
Nivel de ingresos actual vs al ingreso del terremoto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

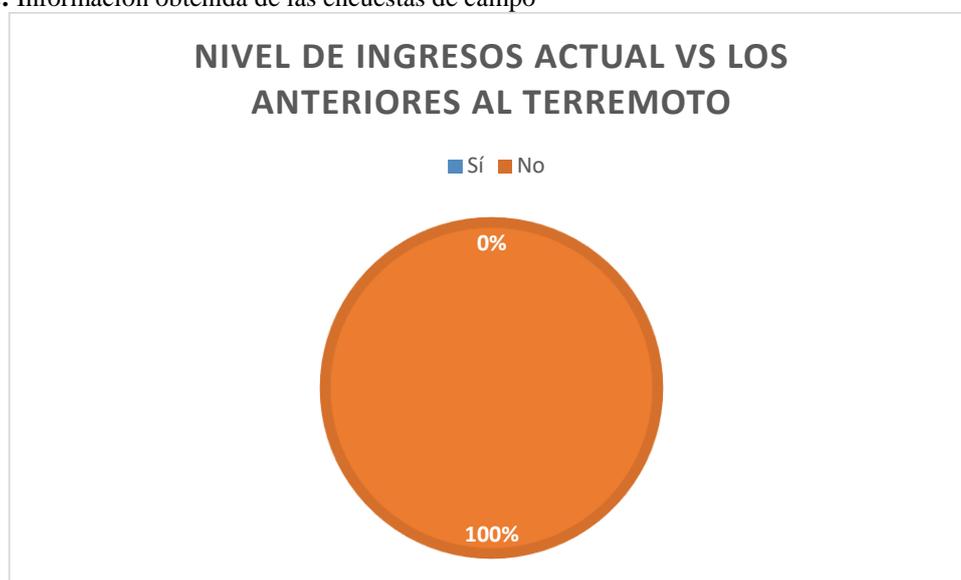


Figura 20 Nivel de ingresos actual vs al ingreso antes del terremoto.
Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 13 de la encuesta sobre la percepción de los empresarios del sector hotelero sobre su nivel de ingresos actual vs al ingreso antes del terremoto. El 100% menciona que no es igual, es inferior.

14. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual actual?

Tabla 30
Nivel de ingresos actual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	\$100 - \$599	2	18,18	18,18	18,18
	\$600 - \$1.000	8	72,73	72,73	90,91
	\$1.001 - \$2.000	1	9,09	9,09	100,00
	Más de \$2.000	0	0,00	0,00	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo.

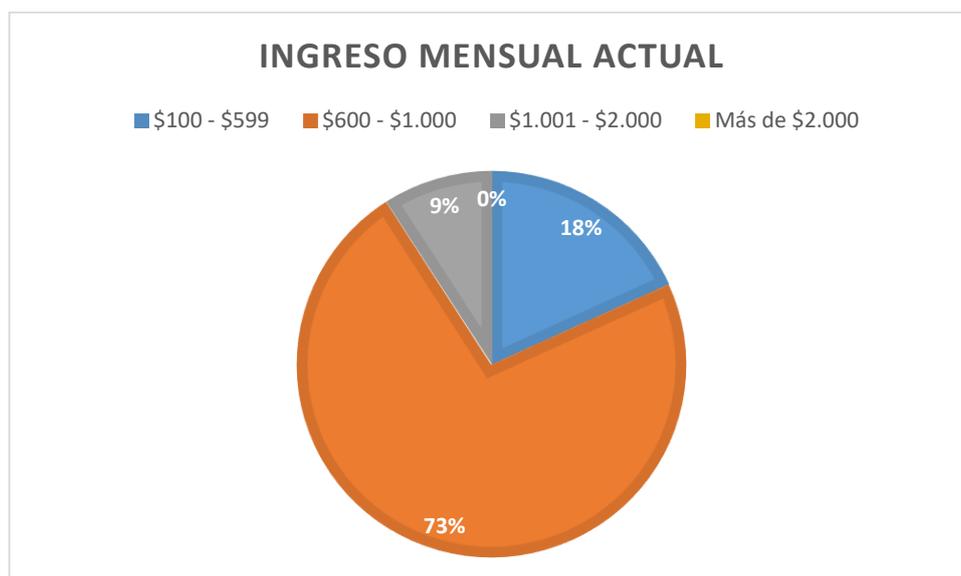


Figura 21 Nivel de ingresos actual. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S.(2020)

De acuerdo con la pregunta 14 de la encuesta sobre el actual nivel de ingresos. Se observó que el 18% de los encuestados mencionaron que ganan entre \$100 a \$599, el 73% indicaron entre \$600 a \$1000, el 9% seleccionaron la opción \$1001 a \$2000, ninguno menciona tener un ingreso mensual de más de \$2.000 dólares.

15. Según su percepción: ¿A partir del terremoto presenta la misma cantidad de turistas en los feriados?

Tabla 31

Percepción sobre cantidad de turistas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

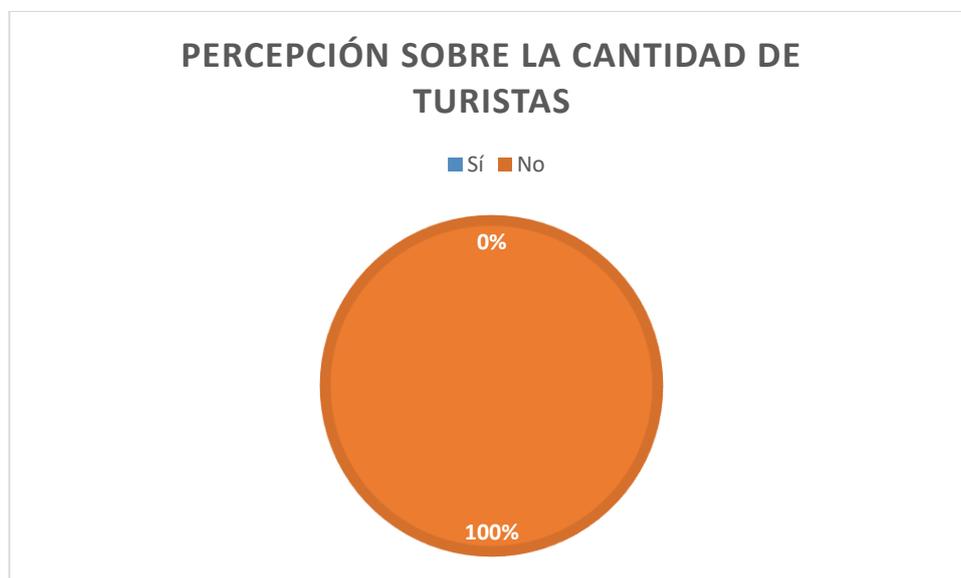


Figura 22 Percepción sobre cantidad de turistas. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S.(2020)

De acuerdo con la pregunta 15 de la encuesta sobre la percepción de los empresarios del sector hotelero sobre el aumento de turistas en los feriados. Se observó que el 100% de los encuestados mencionaron que no han dado un aumento de turistas en los feriados.

16. ¿A partir del terremoto los operadores turísticos han recibido capacitación para desempeñarse en los diferentes ámbitos de su área?

Tabla 32
Capacitaciones a operadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

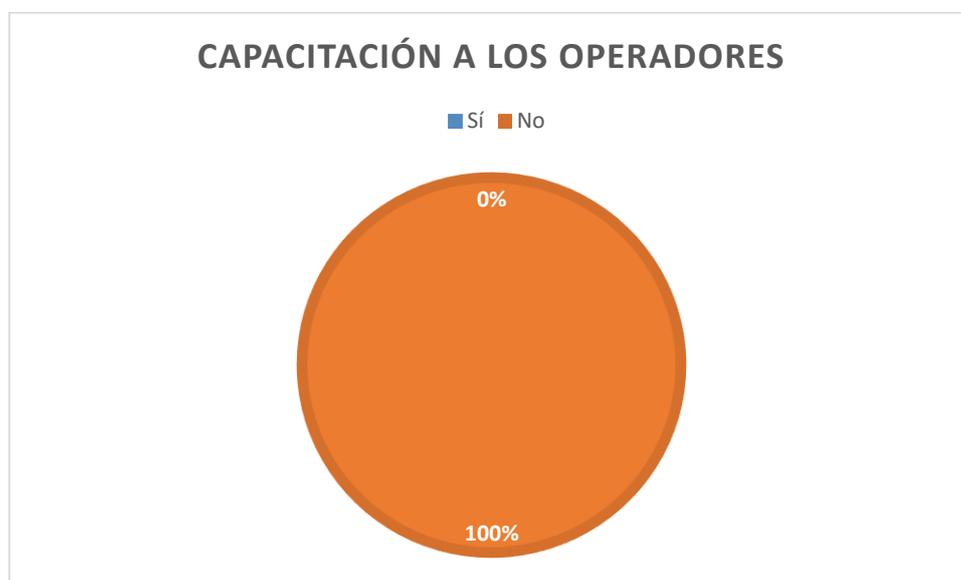


Figura 23 Capacitaciones a operadores. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 16 de la encuesta sobre si los empresarios han recibido capacitaciones para desempeñarse y fortalecer el área turística el 100% de los encuestados mencionaron no han recibido capacitaciones.

17. ¿El sector hotelero fue atendido como esperaban tras el terremoto?

Tabla 33

Percepción de atención al sector hotelero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo



Figura 24 Percepción de atención al sector hotelero. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 17 de la encuesta sobre si el sector hotelero fue atendido acorde a lo sucedido por el terremoto. Se observó que el 100% de los encuestados mencionaron que no fueron atendidos.

18. ¿El terremoto de abril del 2016, afectó su vida familiar?

Tabla 34
Afectación a nivel familiar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	6	54,55	54,55	54,55
No	5	45,45	45,45	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo.

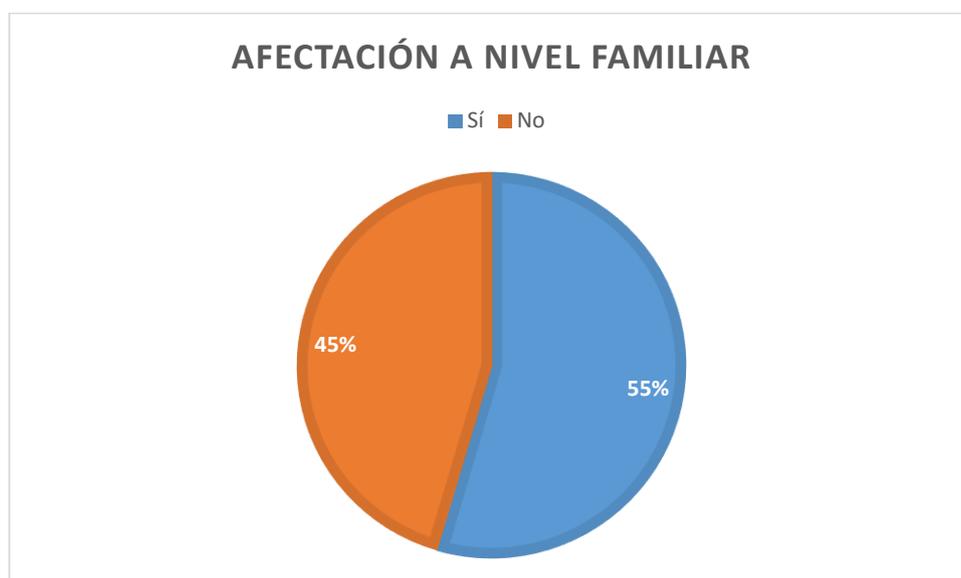


Figura 25 *Afectación a nivel familiar. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S.(2020)*

De acuerdo con la pregunta 18 de la encuesta sobre si el terremoto afecto a su vida familiar. Se observó que el 55% de los encuestados mencionaron si se han visto afectada su vida familiar y el 45% de los empresarios dijeron que no.

19. ¿Estaría usted dispuesta a asociarse con otros establecimientos similares con el fin de mejorar su situación actual?

Tabla 35
Asociación a otros establecimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	0	0,00	0,00	0,00
No	11	100,00	100,00	100,00
Valido Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo



Figura 26 Asociación a otros establecimientos. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 19 de la encuesta sobre si están dispuestos a asociarse con otros establecimientos, el 100% de los empresarios dijeron que no desean asociarse.

20. ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvo que afrontar para mantener su negocio?

Tabla 36
Dificultades para mantener el negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Obtener financiamiento	7	63,64	63,64	63,64
	Otros	4	36,36	36,36	100,00
	Total	11	100	100	

Fuente: Información obtenida de las encuestas de campo

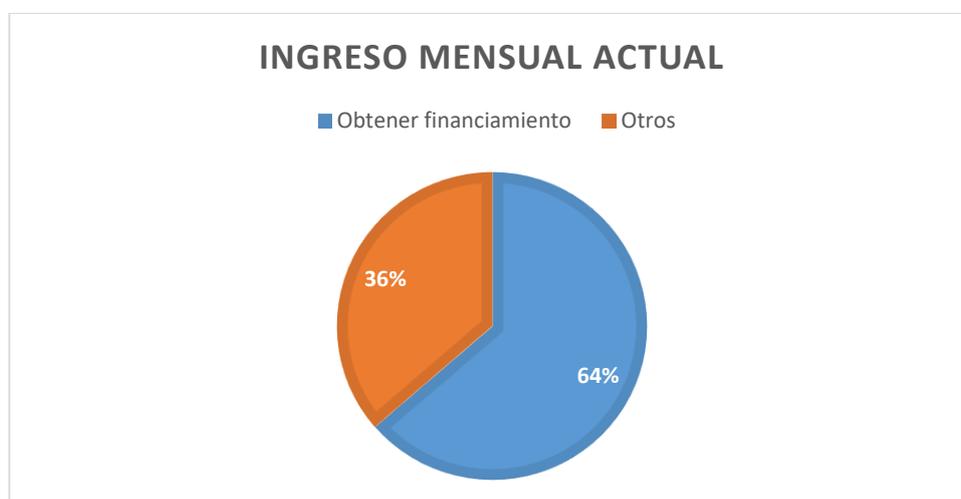


Figura 27 Dificultades para mantener el negocio. Información obtenida de las encuestas de campo
Elaborado por Noboa S. (2020)

De acuerdo con la pregunta 20 de la encuesta sobre las principales dificultades que tuvo que afrontar para mantener su negocio. Se observó que el 64% de los encuestados mencionaron obtener financiamiento, el 36% indicaron otros aspectos.

3.4.2 Resultados de entrevistas

Entrevista #1

Plutarco Bowen

Presidente Asociación de Hoteleros en Manta del 2016-2019

Actual Jefe Político de Manta

1.- ¿Cuál es el panorama actual del mercado laboral del sector hotelero en la parroquia Tarqui después del terremoto del 16 de abril?

Es un panorama bajo en la actividad comercial y turística después del terremoto y más ahora con la pandemia

2.- ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron los establecimientos que conforman este sector?

Reactivar la economía y tener liquidez para los dueños de hoteles que perdieron el 100 % de sus estructuras fue complicado que accedan a un crédito debido a que la zona fue considerada Zona cero (peligro) y las instituciones financieras la categorizo en rojo las políticas internas no permitían que accedan a financiamiento, Miduvi por su parte solo construye villas mas no hoteles entonces no aplicaban en cuanto a las ayudas públicas.

3.- ¿Luego de que ocurriera el terremoto se ejecutó alguna clase de campaña publicitaria, en donde se indicaba si algunos hoteles estaban en operación?

El Sector de Tarqui por el periodo de dos años consecutivos luego del terremoto fue considerado zona de riesgo por lo tanto no se reactivó en cuanto a turistas para hospedarse en los hoteles que estaban en pie, por temas que algunos establecimientos aún tenían pendientes adecuaciones en cuanto a infraestructura.

4.- ¿Cree usted que con eventos atraerían a más visitantes en la Ciudad de Manta?

Claro que si, a fines del año 2017 se realizó curso de “Gestión en Alojamientos” gestionado por el Ministerio de Turismo.

A inicios del 2018 y 2019 se inició una campaña general para activar a Manta en cuanto a Turismo con los medios de comunicación para que nos visiten por el feriado.

Se esperaba realizar la misma gestión este año, pero por temas de Pandemia no se ejecutó.

5.- ¿Cree usted que la gestión del GAD Manta ha favorecido la reactivación del sector hotelero?

Inicialmente fue un tema de falta de voluntad Política ya que se contaba con los recursos actualmente es un tema en donde faltan recursos.

6.- ¿Cuáles son las estrategias comerciales que han aplicado para la atracción de visitantes?

Hay un proyecto iniciado por los representantes turísticos de Manta “Pasión por Manabí” obviamente beneficiaba al sector hotelero, que se esperaba ejecutar en los meses de enero a abril el cual por temas de pandemia no se concluyó

Actualmente no hay estrategias ni apoyo somos un sector abandonado

7.- ¿Considera que el sector hotelero de la parroquia de Tarqui tuvo una reactivación turística o económica?

Ninguna de las dos. La actividad comercial y turística actualmente está enfocada en el centro de Manta es una zona nueva regenerada con un centro Comercial inaugurado en el 2018 así como un nuevo hotel toda la concentración turística se enfoca allá.

8.- ¿Cuáles han sido los programas establecidos desde el sector público para el apoyo a su sector?

Es complicado invertir actualmente en la zona tanto pública como privada ya que la misma inversión que se haga para levantar un hotel desde cero su flujo de ganancia sería conveniente ponerlo en el centro ya que un hospedaje en el centro cuesta de \$20 - \$35 cuando en Tarqui de \$ 15- \$20. Y en ambos sectores se invertía lo mismo.

Entrevista #2

Jorge Márquez

Cámara de Turismo Manta

1.- ¿Cuál es el panorama actual del mercado laboral del sector hotelero después del terremoto del 16 de abril?

Actualmente es un sector con menos del 50 % habilitado en todos los campos.

2.- ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron los establecimientos que conforman este sector?

Afrontar los pagos de servicios en especial la luz.

No tuvimos luz por el lapso de 2 meses, no hay agua potable, problemas con el tema de aguas servidas, realmente el mayor problema son los servicios básicos del sector.

3.- ¿Luego de que ocurriera el terremoto se ejecutó alguna clase de campaña publicitaria, en donde se indicaba si algunos hoteles estaban en operación?

No para este sector no hubo campaña la campaña fue general como Manta esta zona fue catalogada como zona de riesgo, ya que las réplicas eran continuas y había establecimientos en deterioro.

4.- ¿Cree usted que con eventos atraerían a más visitantes en la Ciudad de Manta?

Si realmente sí, pero sabemos que aún no se pueden realizar eventos

5.- ¿Cree usted que la gestión del GAD Manta ha favorecido la reactivación del sector hotelero?

El Gap realizó ayuda en la fecha del terremoto actualmente no.

En enero del 2018 recién se inició el trabajo de reconstrucción de las 8 manzanas afectadas en esta zona también el soterramiento de líneas de conducción eléctrica que se desembolsó \$300 millones por parte de Ministerio de Finanzas para Manabí y Esmeraldas.

6.- ¿Cuáles son las estrategias comerciales que han aplicado para la atracción de visitantes?

Estrategias comerciales no se han planteado es un tema complejo debido a que zona se encuentra como un sector fantasma con evidencia de que aún nos afecta el terremoto calles aun agrietadas con mucho polvo hay muchas zonas vacías en lo que fue la demolición de muchos hoteles.

7.- ¿Considera que el sector hotelero de la parroquia de Tarqui tuvo una reactivación turística o económica?

El sector no porque fue considerado como zona de peligro catalogada como zona roja por ser la mayor afecta en el terremoto y quedo ignorada en su totalidad.

Antes del terremoto se creó un proyecto de un parque, pero como le digo solo es proyecto.

8.- ¿Cuáles han sido los programas establecidos desde el sector público para el apoyo a su sector?

Se realizó una capacitación para los representantes hoteleros en el 2017.

Entrevista #3

Carmen Flores

Propietaria Hostal Malecón Blue

1.- ¿Cuál es el panorama actual del mercado laboral del sector hotelero después del terremoto del 16 de abril?

Nos encontramos preocupados ya que no hay huéspedes nuestro sector hotelero está vacío sin turismo ahora nuestra gran tragedia es el virus. Vivir la temporada de playa en cuarentena u sabe que nosotros los hoteleros las ganancias fuertes son el feriado y con eso nos mantenemos durante todo el año.

2.- ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron los establecimientos que conforman este sector?

Capitalizarnos para afrontar gastos para adecuación y reconstrucción de los establecimientos, mantener al personal por un tiempo ya que luego hubo que liquidarlos. Tema de los cobros excesivos por agua y luz el tema del agua potable fueron asuntos que como moradores tuvimos que afrontar.

3.- ¿Luego de que ocurriera el terremoto se ejecutó alguna clase de campaña publicitaria, en donde se indicaba si algunos hoteles estaban en operación?

Realmente no para nada.

4.- ¿Cree usted que con eventos atraerían a más visitantes en la Ciudad de Manta?

En efecto, pero actualmente los eventos y la zona turística es el centro de Manta nuestro sector de Tarqui este marginado. Antes se realizaban eventos de navegación, indor, shows artísticos, etc.

5.- ¿Cree usted que la gestión del GAD Manta ha favorecido la reactivación del sector hotelero?

El gap no ha realizado gestión efectiva, Seria genial que se bajaran los impuestos así nosotros podríamos bajar el costo de hospedaje y trabajar todos los días no solo los fines de semana.

6.- ¿Cuáles son las estrategias comerciales que han aplicado para la atracción de visitantes?

Realmente ninguna las personas que se alojan son clientes fijos o personas de municipios locales o provinciales, hay muchos compañeros que solo abren dos veces a la semana, han liquidado a su personal y otros que solo le pagan menos de la mitad del sueldo mensual a sus empleados.

7.- ¿Considera que el sector hotelero de la parroquia de Tarqui tuvo una reactivación turística o económica?

Por el lapso de dos años el sector hotelero en la zona de Tarqui ha estado sin actividad por motivos de varios como falta de carretera que recién se terminó de construir a inicios de este fue una dificultad.

8.- ¿Cuáles han sido los programas establecidos desde el sector público para el apoyo a su sector

Después del terremoto se sugirieron varios por parte del gobierno del municipio, pero a la fecha no se ha visto que se ejecute nada, como le digo tuvimos muchas ofertas por parte del gobierno, pero ninguna se llegó a concretar en su totalidad.

3.4.3 Resultados del sector hotelero

En la siguiente sección se observará la evolución de las distintas actividades hoteleras durante el periodo 2015 al 2018 en términos de número de registros, habitaciones, camas y plazas camas. En la figura 28 se puede observar el comportamiento de los hostales donde en el 2015 hubo 57 registros pasando al 2016 con una cantidad de 56 hostales es decir disminuyó a una tasa del 1.75%, para el 2017 los hostales decrecieron a 50, a una tasa del 10.71% y para el 2018 la cifra aumentó a 52 hostales a una tasa del 4%.

Con respecto al número de habitaciones en el año 2015 estas fueron 929 para el año 2016 presentaron un incremento de 932 a una tasa del 0.32%, en el año 2017 las habitaciones se redujeron a 874 a una tasa negativa de -6.22% y para el año 2018 el número de habitaciones aumentó a 919 a una tasa del 5.15%.

En cuanto al número de camas en el año 2015 estas fueron 1661 para el año 2016 presentaron un incremento de 1668 a una tasa del 0.42%, en el año 2017 las camas se redujeron a 1566 a una tasa negativa de -6.12% y para el año 2018 el número de camas aumentó a 1769 a una tasa del 12.96%.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 hubo 2624 plazas pasando al 2016 con una cantidad de 2621 plazas es decir disminuyó a una tasa del -0.11%, para el 2017 las plazas decrecieron a 2344, a una tasa del -10.57% y para el 2018 la cifra aumentó a 2476 plazas a una tasa del 5.63%.

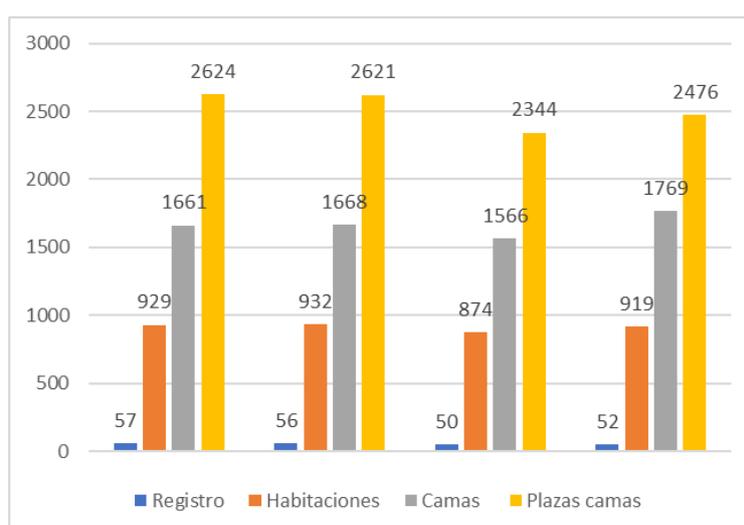


Figura 28 Evolución de los hostales periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019) Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 29 se puede observar el comportamiento de los hostales residencia donde en el 2015 hubo 28 registros pasando al 2016 con una cantidad de 27 hostales residencia es decir disminuyó a una tasa del 3.57%, para el 2017 y 2018, los hostales residencia presentaron una reducción de 0 establecimientos.

Con respecto al número de habitaciones en el año 2015 estas fueron 494 para el año 2016 presentaron una caída de 475 habitaciones a una tasa del 3.85%, para el 2017 y 2018, los hostales residencia presentaron una reducción de 0 habitaciones.

En cuanto al número de camas en el año 2015 estas fueron 786 para el año 2016 presentaron una reducción de 752 a una tasa del 4.33%, para el 2017 y 2018, los hostales residencia presentaron una reducción de 0 camas.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 hubo 1255 plazas pasando al 2016 con una cantidad de 1194 plazas es decir disminuyó a una tasa del -4.86%, para el 2017 y 2018, los hostales residencia presentaron una reducción de 0 plazas camas.

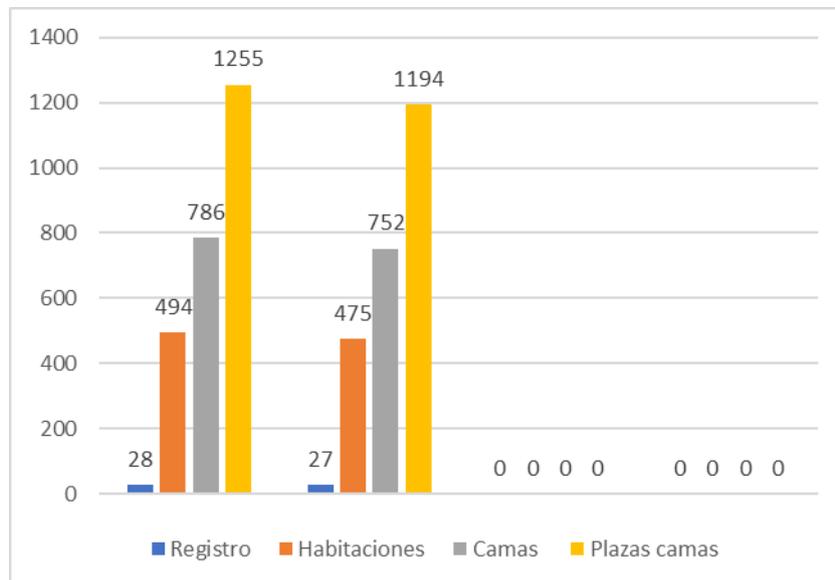


Figura 29 Evolución de los hostales residencia periodo 2015-2018.
 Fuente: Ministerio de Turismo (2019)
 Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 30 se puede observar el comportamiento de las hosterías donde en el 2015 hubo 7 registros pasando al 2016 con una cantidad de 8 hosterías es decir aumentó a una tasa del 14.29%, para el 2017 y 2018, las hosterías se mantuvieron con el mismo número de registros que en año 2016.

Con respecto al número de habitaciones en el año 2015 estas fueron 47 para el año 2016 presentaron un aumento a 57 habitaciones a una tasa del 21.28%, para el 2017 y 2018, las hosterías se mantuvieron con el mismo número de habitaciones que en año 2016.

En cuanto al número de camas en el año 2015 estas fueron 125 para el año 2016 presentaron una reducción de 124 a una tasa del -0.8%, para el 2017 y 2018, las hosterías presentaron se mantuvieron con el mismo número de registros que en año 2016.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 hubo 182 plazas pasando al 2016 con una cantidad de 176 plazas es decir disminuyó a una tasa del -3.30, para el 2017 la cifra disminuyó a 166 a una tasa de -5.68% y para el 2018, las hosterías se mantuvieron con el mismo número de plazas cama que en año 2017.

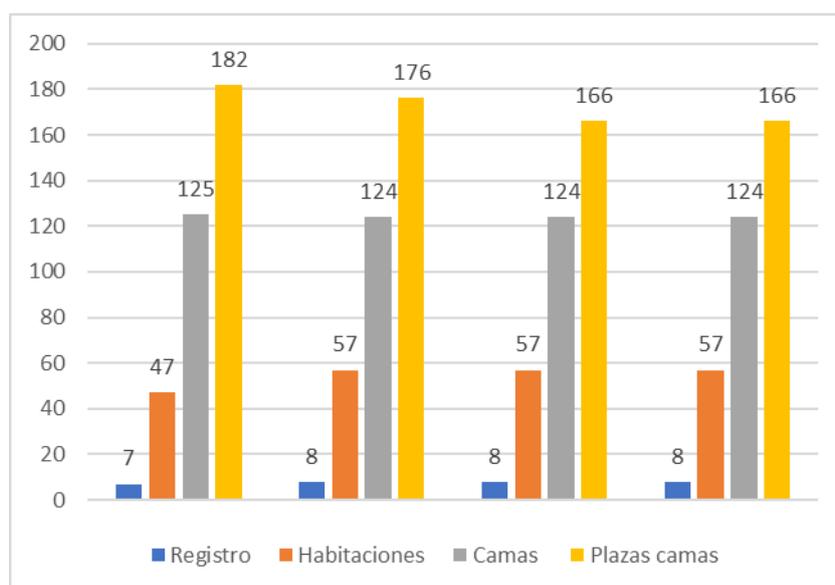


Figura 30 Evolución de las hosterías periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019) Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 31 se puede observar el comportamiento de los hoteles donde en el 2015 hubo 24 registros pasando al 2016 con una cantidad de 28 hoteles es decir aumentó a una tasa del 16.67%, para el 2017 los hoteles decrecieron a 22, a una tasa del -21.43% y para el 2018 la cifra se mantuvo a 22 hoteles a una tasa del 0%.

Con respecto al número de habitaciones en el año 2015 estas fueron 926 para el año 2016 presentaron un incremento de 1066 a una tasa del 15.12%, en el año 2017 las habitaciones se redujeron a 993 a una tasa negativa de -6.85% y para el 2018 la cifra se redujo a 953 hoteles a una tasa del -4.03%.

En cuanto al número de camas en el año 2015 estas fueron 1606 para el año 2016 presentaron un incremento de 1934 a una tasa del 20.42%, en el año 2017 las camas se redujeron a 1912 a una tasa negativa de -21.43% y para el año 2018 el número de camas aumentó a 1924 a una tasa del 0.63%.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 hubo 2217 plazas pasando al 2016 con una cantidad de 2947 plazas es decir aumentó a una tasa del 32.93%, para el 2017 las plazas decrecieron a 2606, a una tasa del -11.57% y para el 2018 la cifra disminuyó a 2434 plazas a una tasa del -6.60%.

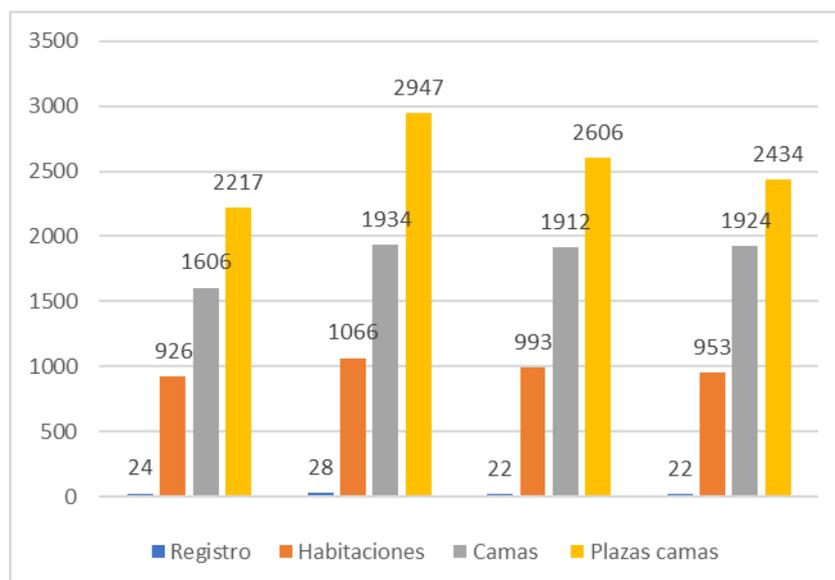


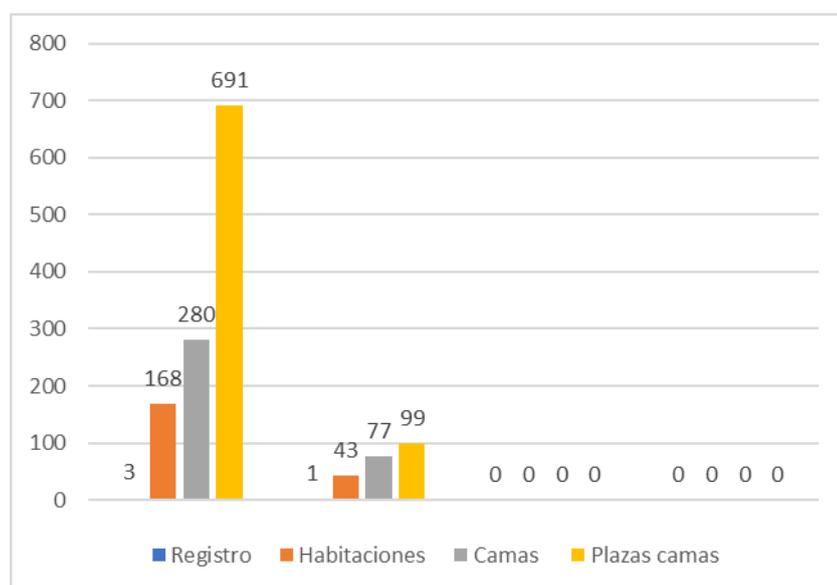
Figura 31 Evolución de los hoteles periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019) Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 32 se puede observar el comportamiento de los hoteles apartamento donde en el 2015 hubo 3 registros pasando al 2016 con una cantidad de 1 hotel apartamento es decir disminuyó a una tasa del 66.67%, para el 2017 y 2018, los hoteles apartamento presentaron una reducción de 0 establecimientos.

Con respecto al número de habitaciones en el año 2015 estas fueron 168 para el año 2016 presentaron una caída de 43 habitaciones a una tasa del 74.40%, para el 2017 y 2018, los hoteles apartamento presentaron una reducción de 0 habitaciones.

En cuanto al número de camas en el año 2015 estas fueron 280 para el año 2016 presentaron una reducción de 77 a una tasa del 72.50%, para el 2017 y 2018, los hoteles apartamento presentaron una reducción de 0 camas.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 hubo 691 plazas pasando al 2016 con una cantidad de 99 plazas es decir disminuyó a una tasa del -85.67%, para el 2017 y 2018, los hoteles apartamento presentaron una reducción de 0 plazas camas.



*Figura 32 Evolución de los hoteles apartamentos periodo 2015-2018.
Fuente: Ministerio de Turismo (2019)
Elaborado por Noboa S. (2020)*

En la figura 33 se puede observar el comportamiento de los hoteles residencia donde en el 2015 y 2016 hubo 6 registros, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los hoteles residencian presentaron una reducción de 0 establecimientos.

Con respecto al número de habitaciones en el 2015 y 2016 hubo 287 habitaciones, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los hoteles residencian presentaron una reducción de 0 habitaciones.

En cuanto al número de camas en el 2015 y 2016 hubo 467 camas, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los hoteles residencian presentaron una reducción de 0 camas.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 y 2016 hubo 669 plazas cama, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los hoteles residencian presentaron una reducción de 0 plazas cama.

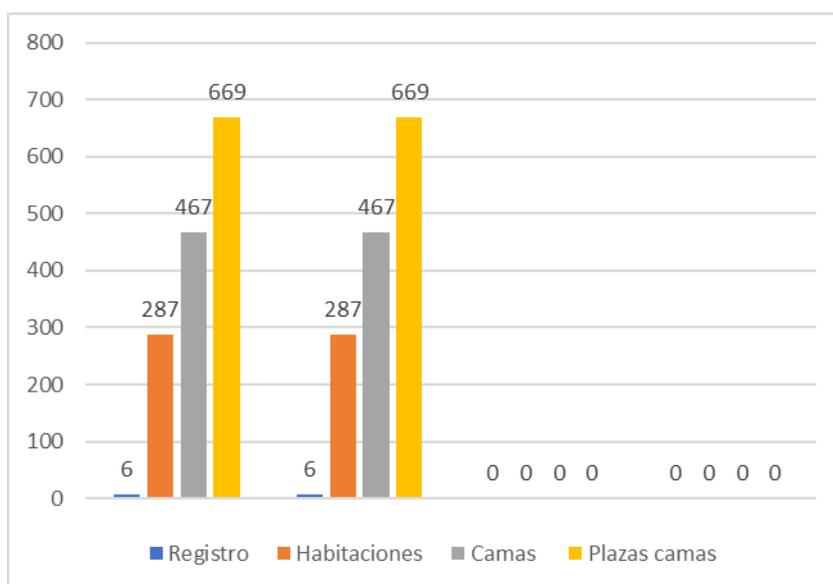


Figura 33 Evolución de los hoteles residencia periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019) Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 34 se puede observar el comportamiento de los moteles donde en el 2015 y 2016 hubo 1 registro, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los moteles presentaron una reducción de 0 establecimientos.

Con respecto al número de habitaciones en el 2015 y 2016 hubo 12 habitaciones, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los moteles presentaron una reducción de 0 habitaciones.

En cuanto al número de camas en el 2015 y 2016 hubo 12 camas, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los moteles presentaron una reducción de 0 camas.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 y 2016 hubo 24 plazas cama, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, los moteles presentaron una reducción de 0 plazas cama.

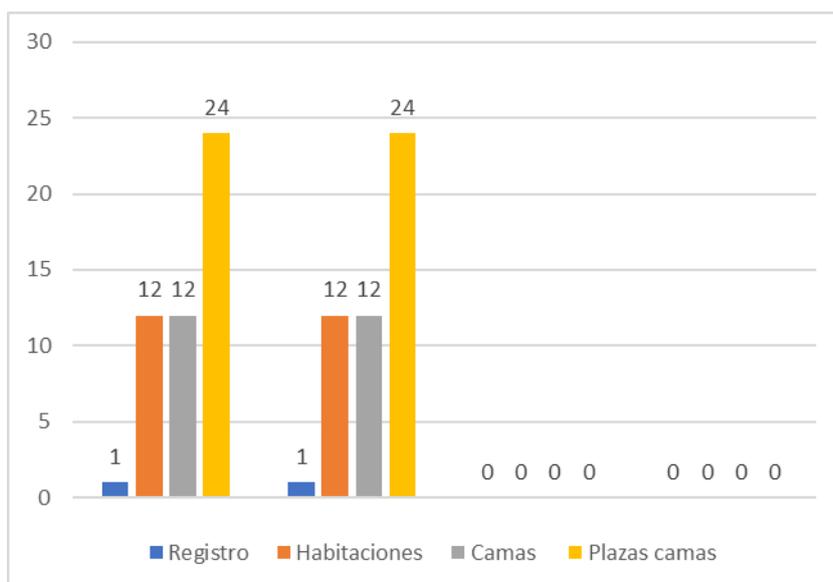


Figura 34 Evolución de los moteles periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019)
Elaborado por Noboa S. (2020)

En la figura 35 se puede observar el comportamiento de las pensiones donde en el 2015 y 2016 hubo 7 registros, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, las pensiones presentaron una reducción de 0 establecimientos.

Con respecto al número de habitaciones en el 2015 y 2016 hubo 58 habitaciones, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, las pensiones presentaron una reducción de 0 habitaciones.

En cuanto al número de camas en el 2015 y 2016 hubo 104 camas, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, las pensiones presentaron una reducción de 0 camas.

Finalmente, en relación con el número de plazas cama se observa que en el 2015 y 2016 hubo 156 plazas cama, es decir, no hubo un crecimiento, para el 2017 y 2018, las pensiones presentaron una reducción de 0 plazas cama.

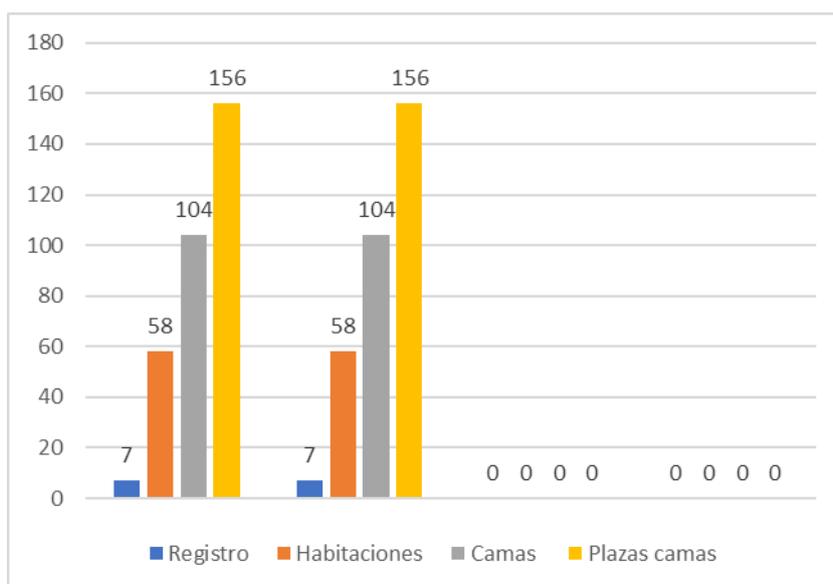


Figura 35 Evolución de las pensiones periodo 2015-2018. Fuente: Ministerio de Turismo (2019) Elaborado por Noboa S. (2020)

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

4.1 Plan de acción

El 16 de abril de 2016, ocurrió un terremoto que afectó gravemente a la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta. El impacto social y económico posterior al terremoto fue enorme, no solo en la esfera estructural, sino también en la esfera económica causada por la reducción de las entradas de turistas que impactaron a todo el sector; afectando el comercio y la sostenibilidad económica de miles de familias. Debido a que la parroquia Tarqui es fuente de gran contribución económica y dinamismo del mercado.

Tal como se observó en el apartado de resultados de encuesta y los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, el sector hotelero presentó una caída a partir del año 2017 en cuanto a los segmentos de: hostales residencia, hoteles apartamentos, hoteles residencia. Es por ello por lo que el presente plan propone estrategias para incentivar al turismo, con el fin de que exista una demanda que incentive y fortalezca los establecimientos.

En este caso, reconstruir la imagen del lugar turístico afectado. La parroquia Tarqui del cantón Manta, sector hotelero que se vio afectado por el terremoto, causando miedo no solo a los residentes, sino también a los turistas locales y extranjeros, ya que la parroquia Tarqui fue considerada zona cero o zona de peligro. Las estrategias que se sugieren son las siguientes:

- Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y redes sociales.
- Uso adecuado de Manta como sector turístico.
- Diversificación de oferta de lugares turísticos.
- Promociones turísticas.
- Adecuación de infraestructura hotelera

4.1.1 Uso de las TIC y redes sociales.

Las TIC son una herramienta relacionada con internet y la informática que es de fácil acceso y comprensión, y puede contribuir en gran medida a promover el turismo en

la parroquia Tarqui de la ciudad de Manta. La imagen del sector turístico se restaurará a través de las redes sociales y demás aplicaciones (APP). Ya ha habido eventos probados en los que el uso de las plataformas digitales entre ellas YouTube se han usado de manera adecuada y efectiva después del terremoto, como la campaña “Jewels of Chile Untouch”, anunciaba a través de testimonios reales e informaba de la situación real de la ciudad, y como ésta se vio afectada por el terremoto. De manera que estas iniciativas aclaren al turista potencial, las garantías y seguridades de poder visitar la zona Hotelera de la parroquia Tarqui.

También es importante utilizar las redes sociales correctamente. Las redes sociales ahora son muy importantes y factibles para los pequeños empresarios que no cuentan con recursos suficientes para invertir en publicidad. A través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, los turistas no solo reciben notificaciones sobre promociones de hoteles, festivales locales, sino que también citan el valor de una habitación e interactúan con los proveedores cuando necesitan conocer sus beneficios. Es importante comprender el uso adecuado de Internet. Las redes sociales son un punto importante, pero también hay páginas y App que pueden ayudar a promocionar hoteles como: Trivago, Booking, etc.

Se sugiere que el área encargada de turismo en Manta capacite a los representantes del sector hotelero para saber manejar las redes sociales, para vender y promocionar sus establecimientos proporcionando información actualizada en las páginas, como; teléfonos, dirección, tipos de habitaciones, GPS, link que arroje directamente al WhatsApp, para optimizar tiempo.

4.1.2 Uso adecuado de Manta como sector turístico.

En la sección 4.1.1, se afirmó que la imagen que los turistas tienen sobre Manta es incorrecta. Pero en muchos casos es por su propia experiencia. Visitando esta ciudad, se logra conocer que es un sector de turismo altamente potencial y necesita ser explotado por completo, mostrar las virtudes de esta ciudad.

Manta tiene hermosas playas y una amplia gama de gastronomía, por lo que es importante definir qué ofrecer a los visitantes. ¿Cómo se logra esto? Aunque simple, la sección anterior se refiere al uso de las TIC y las redes sociales como un punto poderoso para impulsar el turismo, por lo que la misma red social proporciona información excelente y precisa sobre lo que Manta puede ofrecer a los turistas. No solo en el mar,

sino también en lugares de vida nocturna, como; bares y discotecas. La creación de nuevos centros comerciales, como el Mall del Pacífico, cerca de la playa, le da a la ciudad la imagen impresionante que necesita, ofrece una amplia variedad de platos y es un lugar divertido para compartir con amigos y familiares.

4.1.3 Diversificación de oferta de lugares turísticos.

A menudo, los turistas que visitan Manta por primera vez o que desean regresar no tienen suficiente información para saber qué ofrece la ciudad. Quizás esto desalienta a los turistas y prefiere otro lugar. Por lo tanto, es imperativo tener esa información y comprender toda la diversidad de atracciones que ofrece Manta. Hay muchos sitios icónicos en la ciudad, que incluyen:

- Malecón Escénico.
- Museo Arqueológico Banco Central.
- Catedral Dolora.
- Plaza Cívica Eloy Alfaro.
- Refugio de Vida Silvestre Pacoche.

Adicionalmente, hay playas tradicionales como Santa Marianita con paisajes donde se puede disfrutar de la tranquilidad del sector lejos de la ciudad. Hay dos altitudes, como; Punta Cangrejo y Talima, y el clima la convierte en una playa ideal para practicar deportes.

La playa Murciélago es una de las playas más visitadas de Manta, con un paseo marítimo que consiste en; restaurantes, áreas de recreación, mercados de artesanías, bares, y festivales locales donde se realizan presentaciones artísticas de personajes nacionales e internacionales.

4.1.4 Promociones turísticas.

Estas promociones turísticas son ofertas o paquetes turísticos que incluyen alojamiento en el sector hotelero y comidas a precios asequibles. El desayuno generalmente se incluye en estos paquetes turísticos, como también la opción de la creación de una ruta para conocer los lugares históricos de Manta. Puede tomar fotos e incluir paquetes de surf y parapente que son impresionantes para los visitantes de este lugar, para aquellos que tienden a practicar deportes extremos. Además, los propietarios de bares y clubes pueden celebrar contratos para brindar a los turistas un acceso asequible,

tanto los propietarios de hoteles como los propietarios de bares o clubes pueden beneficiarse del consumo turístico.

4.1.5 Adecuación de infraestructura hotelera

Tabla 37

Planificación de adecuación de infraestructura hotelera

Objetivo	Acciones	Recursos materiales	Responsables	Indicadores
Adecuación de la infraestructura hotelera	Inversión directa por parte de los empresarios hoteleros	Proyección de costos de inversión	Ministerio de turismo, empresas hoteleras, Asociación de hoteleros, GAD Manta.	Programar el 100% del costo para la inversión
	Búsqueda de inversión de banca privada y pública	Requisitos de préstamos bancarios tanto público y privado. Formatos de solicitud de financiamiento por un determinado tiempo.	Empresas hoteleras, Corporación Financiera Nacional y BAN Ecuador	Buscar la inversión en un 80% en la banca pública y privada
	Alianzas estratégicas con otras industrias	Listas de posibles alianzas estratégicas para una mayor oferta de productos y servicios	Agencias de viajes, Operadoras Turísticas, GAD Manta, Ministerio de Turismo, Cámara de Comercio.	Establecer en 80% las alianzas estratégicas con otras industrias

Tomado de Resultados de entrevista y encuesta 2020 *Elaborado por Noboa S. (2020)*

CONCLUSIONES

El objetivo del presente trabajo de investigación es de analizar la situación actual del sector hotelero de la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Manta Provincia de Manabí Para ello se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se discutieron las principales teorías acerca del comportamiento del sector hotelero como es el caso de la teoría de las capacidades, emprendimiento, servicio y la institucional. En base a las teorías anteriormente mencionadas, se elige la teoría de capacidades, ya que se ajusta al presente trabajo donde el individuo tiene libertad para elegir su condición de vida y esto conlleva a levantar o innovar su hotel tras el terremoto ocurrido en Manta.
- Se realizó un análisis de la situación actual del sector hotelero, a través de las encuestas se pudo determinar que la mayoría de ellos (55%) lleva laborando en el sector hotelero por más de 16 años, el 91% de los encuestados se vio afectado por el terremoto, el 37% tuvo pérdidas que superaron los \$50.000 dólares, a raíz de ello, el 64% de los empresarios del sector hotelero tuvieron costos adicionales, dirigidos especialmente a personal temporal para tatar de mantenerse en el negocio. Cabe destacar que la totalidad de los encuestados mencionaron que no obtuvieron facilidades de crédito, capacitación u ayuda que permita reconstruir sus negocios.
- Se planteó un plan de acción que incluyen las siguientes estrategias: uso de las TIC y redes sociales, uso adecuado de Manta como sector turístico, diversificación de oferta de lugares turísticos, promociones turísticas y adecuación de infraestructura hotelera.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda mayor participación por parte del gobierno para direccionar el incentivo de actividades turísticas que se lleven a cabo en el cantón Manta, debido a que se observó la reducción de registro de establecimientos por ende se debe fomentar al incremento de la demanda de turistas, para que la misma ocasione un incremento de la oferta de hoteles.

- Crear un museo en la zona que mediante mini maquetas se realice a hoteles que fueron demolidos en su totalidad detallando su construcción e infraestructura orden de ubicación que detalle la zona afectada comprendida por sus 8 cuadras, de igual manera los hoteles, hostales y hostel residencia que aún se mantienen en pie. Esto generaría un atractivo turístico y por ende comercial.

- Usar un fondo inicial mínimo establecido por la autoridad competente basado en la experiencia obtenida del terremoto de abril de 2016 para cumplir con un plan de respuesta de emergencia donde los recursos económicos se asignan a este tipo de desastre natural.

- La cooperación de estas organizaciones es importante para lograr una asociación con los bancos estatales y privados para promover el financiamiento del terremoto y los empresarios afectados para cumplir con el plan de acción en un momento establecido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, B. (2016). *Políticas de acceso para el crédito de las PYMES*. Obtenido de <http://uees.me/wp-content/uploads/2016/04/Rev-1-Econom%C3%ADa-y-Pymes-Nov-15.pdf>
- Ahmadi, A. (2003). *The entrepreneurial process: An institutional perspective*. rapport nr.: FE-reports, (2003-396).
- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- Aranda, M., & Martínez, C. (2017). *La promoción turística privada en la España del primer tercio del siglo XX: los Sindicatos de Iniciativa y Turismo. Investigaciones de Historia Económica-Economic History Research*.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación*. Venezuela: Episteme, C.A.
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- Ascanio, A. (2018). *La globalización del turismo y la concentración de su riqueza. Gestión Turística, (7), 91-102*.
- Avilés, E. (1998). *Manta*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/Manta/>
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- Bernal, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Blanco, R., & Benayas, J. (2014). *El Turismo como Motor de Desarrollo Rural: Análisis de los Proyectos de Turismo Subvencionados*. Madrid.
- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico*. Madrid: Paraninfo.
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.

- Burgos, J. (2016). *El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Casos Colombia.pdf*.
- Cabrera, G. R. (2017). *Fundamento de Comercio Internacional*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- Calderón, P. (2014). “*La sustentabilidad de las exportaciones de atún ecuatoriano: 2014 - 2020*”.
- Casanova, A. (2015). *El turismo y sus efectos en el desarrollo local*. España: Universidad de Valencia.
- Chang, H. J. (2015). *Economía para el 99% de la población*. Buenos Aires: Debate.
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- Coll-Hurtado, A. (2017). *Espacio y ocio: el turismo en México, (Colección: Temas Selectos de Geografía de México. I. Textos monográficos, 5. Economía), Instituto de Geografía, Universidad Nacional. Investigaciones Geográficas (Mx), 2(92), 8505-9*.
- Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva. (Mayo de 2017). *Plan de Reconstrucción y Reactivación Productiva post terremoto*. Obtenido de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%C3%B3n-y-Reactivaci%C3%B3n-Productiva-post-terremoto.pdf>
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- Constitución del Ecuador*. (2008). Montecristi. Obtenido de Consorcio para el derecho Socio-Ambiental: http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.
- Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwJvwOy4IJPIAhWFF5AKHUAYBF&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JIvEUFu2GkrhscjJ-tStFQQA&sig2=a>
- Diario el Comercio, <https://www.elcomercio.com/actualidad/Manta-Manabí-turismo-negocios-convenciones.html>

- Duarte, C. (2016). "Análisis de las exportaciones de atún desde Manta para determinar su incidencia en el cambio de la matriz productiva periodo 2010 - 2014". Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7149/1/T-UCSG-POS-MFEE-63.pdf>
- Dueñas, C. (1983). *Historia Económica y Social del norte de la Provincia de Manabí*.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.*, 3.
- El Comercio. (2016). *Gobierno discute esta tarde medidas de reactivación económica en la zona del terremoto*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/gobierno-reactivacioneconomica-terremoto-Manabí-esmeraldas.html>.
- El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.
- Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECU.
- Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo* . Alicante : ECU.
- Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Fiori, S. (2002). Alternative visions of change in Douglass North's new institutionalism. *Journal of Economic Issues*, 36(4), 1025-1043.
- Florencia, U. (2009). Comercialización.
- Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC .
- García Pascual, F. (2017). *Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos*. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 2017, núm. 75, p. 127-149.
- Gear, D. (2005). *Advancing socio-economics: An institutionalist perspective*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- Gobierno Provincial de Manabí. (2017). *Manta*. Obtenido de <http://www.Manabí.gob.ec/cantones/Manta>
- Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>

- Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.
- Guerrero, P., & Ramos, R. (2015). *Introducción al Turismo*,. Buenos Aires: Editorial Patria.
- Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio* . Madrid: Paraninfo.
- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber* . Florida: Atlantic Publishing Group .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hidrovo, T. (2006). *Manta: Una Ciudad Puerto en el siglo XIX. Economía Regional y Mercado Mundial*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1818/1/RP-24-ES-Hidrovo.pdf>
- Hodgson, G. M. (1998). The approach of institutional economics. *Journal of economic literature*, 36(1), 166-192.
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- INEC. (2016). *Ficha Metodológica– INDICADOR ODS; Proporción directa del turismo en el PIB* . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sistema_Estadistico_Nacional/Objetivos_Desarrollo_Sostenible_ODS/Objetivo_8/Meta_8.9/Indicador_8.9.1/FM_PIB_TURISMO.pdf
- INEC. (Marzo de 2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf
- INEC. (2018). *Datos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/vdatos/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=15&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiDtOiFg8bVAhXOZiYKHc0uAHM4ChAWC>
[DowBA&url=http%3A%2F%2Fwww.Manta.gob.ec%2Findex.php%2Ftranspar](http://www.Manta.gob.ec/index.php/transpar)

encia%2Fpdot-2014-
2019%3Fdownload%3D3596%3APDYOT%2520GAD%2520MANTA%2

- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.
- Lasio, V., & Ordeñana, X. (2018). *GEM*. Obtenido de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Edgar, I. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017*. ESPAE-ESPOL.
- Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1º Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.
- Ley de Solidaridad*. (Mayo de 2016). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/images/cms/Leyes-y-decretos/documentos/LEYSOLIDARIDAD.pdf>
- Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online* . Madrid: Esic .
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Ministerio de turismo. (2018). *Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Ministerio de Turismo. (16 de Diciembre de 2018). *Cifras*. Obtenido de Entrada de extranjeros: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.

- Ministerio de turismo del Ecuador. (2015). *Ley de Turismo*. Quito: Quito Corporación de Estudios y Publicaciones 2015.
- Ministerio del Turismo. (2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de Establecimientos registrados: servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Moncayo, M. (2017). *Terremotos mayores a 6.5 en escala Richter ocurridos en Ecuador desde 1900 hasta 1970*. . Quito: Ingeniería, 21(2).
- Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.
- Mora, E., Vera, A., & Melgarejo, A. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87. Bogota.
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Morales, R. (2013). *MF1330_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.
- Naciones Unidas. (2018). *Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1s.pdf
- Nasar, S. (2012). *La Gran Búsqueda*. Bogotá: Debate.
- Neves, P. (2016). *Tourism Towards Sustainable Regional*. Obtenido de https://www.kth.se/polopoly_fs/1.111267!/Menu/general/column-content/attachment/Pedro%20Neves.pdf
- North, D. (1992). Institutions and Economic Theory. *American Economist*, 36(1), 3- 7.
- North, D. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*. New Jersey: Princeton University Press.
- Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.
- OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo .

- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- OMT. (2017). *5 Ways Tourism Can Support Local Economies*. Obtenido de <https://medium.com/@WTTC/5-ways-tourism-can-support-local-economies-8cc8ded47370>
- OMT. (2017). *RESUMEN Análisis sobre turismo sostenible para el desarrollo*.
- OMT. (7 de Enero de 2018). *Annual Report*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>
- Padilla, M., Quispe, A., & Jiménez, W. (2016). Gestión empresarial y emprendimiento con administración pública, para un desarrollo sostenible del turismo. *Retos turísticos, XV(3)*., 22-24.
- Parto, S. (2005). Economic activity and institutions: Taking stock. *Journal of Economic Issues, 39(1)*, 21-52.
- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>
- Perdigones, J. (2011). *MF0996_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- Pinos López, M. N. (16 de Septiembre de 2014). *Análisis de un plan de desarrollo humano que permita mejorar la calidad de atención al cliente de los servicios hoteleros del cantón General Villamil Playas en el año 2014*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7788/1/TESIS%20PARA%20IMPRIMIR%20SUSTENTADA.pdf>
- PLANDETUR. (2013). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020*. Obtenido de https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1CHBD_esEC754EC754&ei=-uxAW4WzKse2zwKJ2Y7QDQ&q=El+Plan+de+Desarrollo+Tur%C3%ADstico+del+Ecuador+%28PLANDETUR%29&oq=El+Plan+de+Desarrollo+Tur%C3%ADstico+del+Ecuador+%28PLANDETUR%29&gs_l=psy-ab.3..33i22i29i30k1.49526.5
- Puig-Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Diaz de Santos.

- Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). *Dspace Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>
- Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.
- Richards, G. (2012). *Tourism and Sustainable Community Development*. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/310327332/download>
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural*. Madrid: IC Editorial .
- Roncaglia, A. (2016). *La riqueza de las ideas: una historia del pensamiento económico*. *Prensas Universitarias de Zaragoza*.
- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.
- Rutherford, M. (2001). Institutional economics: then and now. *Journal of economic perspectives*, 15(3), 173-194.
- Sampieri, R. (s.f.). *Metodología de la investigación*. México. D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Schuter, R. (2008). *Mujer y turismo. Vestimenta e interacción social en los centros turísticos de Argentina*.
- Scott, W. R. (2001). *Institutions and Organisations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo*. Madrid: Libros en Red.
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Santiago de Chile : FUNDES.
- SRI. (2017). *Recaudación por contribuciones solidarias*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/recaudacion-por-contribucion-solidaria>
- Tsoukas, H., & C. Knudsen, C. (2003). *The Oxford Handbook of Organisation Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista*. México, D.F. : UNAM.

Vatn, A. (2005). *Institutions and the Environment*. Cheltenham: Edward Elgar.

Zapata, E. (2014). Las Pymes y su Problemática Empresarial, Análisis de Casos. *REVISTA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS No. 52 SEPTIEMBRE - DICIEMBRE*, 118-130. Obtenido de file:///C:/Users/JULIANA/Desktop/lecturas/Las%20PyMES%20y%20su%20%20problema%20%20empresarial.%20Análisis%20%20de%20casos.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de encuesta

1. **Identifique su establecimiento**
 - Hotel
 - Hostal
 - Hostería
2. **Tiempo de operación de su establecimiento**
 - 1 a 5 años
 - 6 -10 años
 - 11-15 años
 - 16 y más
3. **Género del encuestado:**
 - Masculino
 - Femenino
 - Otros
4. **Edad del encuestado:**
 - 18-30
 - 31-40
 - 41-50
 - 51 y más
5. **¿Cuál es su nivel de Estudios actual?**
 - Primaria
 - Secundaria
 - Universitaria
 - Maestría
6. **¿Su establecimiento se vio afectado por el terremoto?**
 - Si ___
 - No___
7. **¿En qué porcentaje se vio afectado su establecimiento?**
 - 10 a 30% ___
 - 30 a 60% ___
 - 60 a 99% ___
 - 100%___
8. **¿Si su afectación del negocio fue total contestar?**
 - Emprendió otra actividad ___

Retomo negocio referente a hospedaje ___

9. ¿Cuál fue el estimado de las pérdidas en \$ USD que tuvo su establecimiento a causa del terremoto?

\$0 a \$1.000 ___

\$1.001 a \$5.000 ___

\$5.001 a \$10.000 ___

\$10.001 a 50.000 ___

Más de \$50.000 ___

10. Debido al terremoto, ¿Cuáles fueron los costos adicionales (USD) en que incurrió el negocio para estar en funcionamiento?

Compra/alquiler de planta eléctrica ___

Contratación de personal temporal para el giro del negocio ___

Remoción de escombros ___

Equipamiento/Reconstrucción de instalaciones___

Otros (especificar) _____

11. ¿Obtuvo algún crédito o financiamiento para la reconstrucción de su establecimiento?

SI

NO

12. ¿Qué entidad financió su reconstrucción?

Bancos

Cooperativas

Préstamos Familiares

Ahorros

Prestamistas particulares

13. ¿Actualmente su negocio tiene el mismo nivel de ingresos que antes del terremoto?

SI

NO

14. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual actual?

\$100-\$500

\$501-\$1000

\$1001-\$2000

Más de \$2000

15. Según su percepción: ¿A partir del terremoto presenta la misma cantidad de turistas en los feriados?

SI

NO

16. ¿A partir del terremoto los operadores turísticos han recibido capacitación para desempeñarse en los diferentes ámbitos de su área?

SI

NO

17. El sector hotelero fue atendido como esperaban tras el terremoto

SI

NO

18. ¿El terremoto de abril del 2016, afectó su vida familiar?

SI

NO

19. ¿Estaría usted dispuesta a asociarse con otros establecimientos similares con el fin de mejorar su situación actual?

SI

NO

20. ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvo que afrontar para mantener su negocio?

Obtener financiamiento

Logística para obtener los materiales

Permisos legales

Anexo 2: Preguntas de entrevista

- ¿Cuál es el panorama actual del mercado laboral del sector hotelero después del terremoto del 16 de abril?
- ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvieron los establecimientos que conforman este sector?
- ¿Luego de que ocurriera el terremoto se ejecutó alguna clase de campaña publicitaria, en donde se indicaba si algunos hoteles estaban en operación?
- ¿Cree usted que con eventos atraerían a más visitantes en la Ciudad de Manta?
- ¿Cree usted que la gestión del GAD Manta ha favorecido la reactivación del sector hotelero?
- ¿Cuáles son las estrategias comerciales que han aplicado para la atracción de visitantes?
- ¿Considera que el sector hotelero de la parroquia de Tarqui tuvo una reactivación turística o económica?
- ¿Cuáles han sido los programas establecidos desde el sector público para el apoyo a su sector?