



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD: HOTELERÍA Y TURISMO**

**CARRERA: TURISMO**

***INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS***

**MODALIDAD: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**“IMPACTOS SOCIALES, CULTURALES Y ECONÓMICOS DEL TURISMO DE  
CRUCEROS EN LA CIUDAD DE MANTA”**

**AUTORA:**

**GÉNESIS MELISSA MORA QUIROZ**

**TUTORAS:**

**LIC. ROSARIO ÁLAVA Y LIC. DALLAS HORMAZA MUÑOZ**

**MANTA-MANABÍ-ECUADOR.**

**FEBRERO, 2020**

## **DEDICATORIA.**

A mi padre Sr. Javier Mora Reyes y a mi madre Sra. Gladys Quiroz Macías, fuente de inspiración y admiración para seguir adelante por este duro camino de mi formación como profesional. Este logro es totalmente de ustedes por guiarme cada momento e impulsarme al cumplimiento de mis metas.

A mis hermanas, Melany y Tatiana Mora quienes también forman parte esencial de este merecido logro y a mi novio Walter Figueroa por ser mi apoyo incondicional en todo momento.

Y a mis tutoras, Lic. Rosario Álava y Lic. Dallas Hormaza quienes con dedicación, paciencia y esmero brindaron sus conocimientos y guiaron en cada paso para la ejecución de dicha investigación.

## **RECONOCIMIENTO.**

A Dios por sobre todas las cosas por darme vida y salud, por ser mi guía en momentos difíciles y darme la sabiduría de poder sobrellevarlos con inteligencia. A mi familia en general por nunca dejarme desmayar y seguir adelante con este sueño de convertirme en una profesional.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por brindarme la oportunidad de desarrollar capacidades para obtener una educación superior de calidad y prepararme como profesional.

A mis tutoras, miembros del tribunal y profesores, por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales conmigo.

## INDÍCE.

RESUMEN .....	VII
ABSTRACT.....	VIII
CAPÍTULO I. ....	1
MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.2.1 FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA. ....	6
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	7
1.3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	7
1.3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	7
1.3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	8
1.4 OBJETO DE INVESTIGACIÓN .....	9
1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.6 OBJETIVOS .....	11
1.7 OBJETIVO GENERAL.....	11
1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
CAPÍTULO II. ....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 TURISMO.....	13
2.2 TURISMO DE CRUCEROS .....	14
2.3 LAS COMPAÑÍAS NAVIERAS .....	16
2.4 PERFIL DEL PASAJERO.....	17
2.5 LOS CRUCEROS A NIVEL MUNDIAL .....	17

2.6	TURISMO DE CRUCEROS EN CENTRO Y SUDAMÉRICA .....	19
2.7	ECUADOR Y EL TURISMO DE CRUCEROS.....	20
2.8	LA INCIDENCIA DEL TURISMO DE CRUCEROS EN MANTA.....	21
2.9	IMPACTOS DEL TURISMO DE CRUCEROS .....	24
2.9.1	IMPACTOS ECONÓMICOS.....	25
2.9.2	IMPACTO SOCIO-CULTURAL .....	25
2.10	TURISMO DE CRUCEROS COMO PRODUCTO DE DESARROLLO EN MANTA.....	26
CAPÍTULO III.....		30
DISEÑO METODOLÓGICO.....		30
3.1	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	31
3.2	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	32
3.3	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.4	SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	33
3.5	RECOLECCIÓN DE DATOS/INFORMACIÓN.....	34
3.6	ANÁLISIS DE DATOS.....	36
CAPÍTULO IV.....		39
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....		39
4.1	ENCUESTA A CRUCERISTAS.....	40
4.2	IMPACTO CULTURAL .....	45
4.3	IMPACTO SOCIAL .....	46
4.4	IMPACTO ECONÓMICO .....	53
CAPÍTULO V .....		58
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....		58
5.1	IMPACTO SOCIAL .....	58

5.1.1 PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES .....	58
5.1.2 APRECIACIÓN DEL GAD MUNICIPAL Y TPM REFERENTE AL TURISMO DE CRUCEROS .....	58
5.1.3 PROCEDENCIA DEL CRUCERISTA .....	59
5.2 IMPACTO CULTURAL. ....	59
5.2.1 INTERÉS POR SITIOS HISTÓRICOS CULTURALES.....	59
5.2.2 AFLUENCIA EN SITIOS CULTURALES .....	59
5.2.3 EVENTOS CULTURALES (FOLKLORE Y ARTESANÍAS) .....	60
5.2.4 GASTRONOMÍA .....	60
5.3 IMPACTO ECONÓMICO. ....	61
5.3.1 NIVELES DE CONSUMO.....	61
5.3.2 TARIFAS .....	62
5.3.3 PARTICIPACIÓN LABORAL E INGRESOS .....	62
5.3.4 DIVISAS .....	63
6 CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	66
6.1 CONCLUSIONES .....	66
6.2 RECOMENDACIONES.....	68
7 BIBLIOGRAFÍA. ....	69
8 ANEXOS .....	75

## RESUMEN.

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo analizar los impactos sociales, culturales y económicos generados por la afluencia turística proveniente de los cruceros arribados en Manta en el periodo 2019. Es una investigación cuantitativa y cualitativa, utilizando métodos como el de campo, descriptivo, exploratorio y documental.

Consta de cuatro etapas, en la primera se presenta información global del turismo de cruceros, evolución y características. En la segunda etapa se determinó la demanda de cruceros, indicando que en el año 2019 hubo un promedio de 16 embarcaciones turísticas con alrededor de 28.674 pasajeros. En la tercera etapa se analizó la influencia de la actividad en diferentes sectores, a través de instrumentos investigativos como entrevistas, encuestas y observación.

En la cuarta etapa se procedió a realizar encuestas a entidades involucradas en este sector, para deducir qué tan fuerte es el impacto social-cultural en Manta. Igualmente se realizaron entrevistas a operadoras turísticas a fin de conocer las actividades de los pasajeros y comportamiento de los mismos durante su estadía, a su vez dicha información fue relevante para analizar el incremento y desarrollo económico. Recalcar que se complementó con información recolectada en las encuestas a los cruceristas.

Por último, se concluye que el Turismo de cruceros impacta en el desarrollo turístico y económico de la ciudad, al no alterar las actividades diarias de los habitantes y generando empleo temporal, convirtiéndose en una actividad turística sostenible.

**Palabras claves:** turismo de cruceros, cruceristas, impacto social, impacto cultural, impacto económico.

## **ABSTRACT.**

The purpose of this research work is to analyze the social, cultural and economic impacts generated by the tourist influx coming from the cruises arrived in Manta in the 2019 period. It is a quantitative and qualitative research, using methods such as field, descriptive, exploratory and documentary film.

It consists of four stages, the first presents global information on cruise tourism, evolution and characteristics. In the second stage the demand for cruises was determined, indicating that in the year 2019 there was an average of 16 tourist boats with around 28,674 passengers. In the third stage the influence of the activity in different sectors was analyzed, through investigative instruments such as interviews, surveys and observation.

In the fourth stage, we carried out surveys of entities involved in this sector, to deduce how strong the social-cultural impact on Manta is. Likewise, interviews were conducted with tour operators in order to know the activities of the passengers and their behavior during their stay, in turn said information was relevant to analyze the increase and economic development. Emphasize that it was complemented with information collected in cruise ship surveys.

Finally, it is concluded that Cruise Tourism impacts the tourist and economic development of the city, by not altering the daily activities of the inhabitants and generating temporary employment, becoming a sustainable tourist activity.

Keywords: cruise tourism, cruise passengers, social impact, cultural impact, economic impact.



# CAPÍTULO I.

## MARCO REFERENCIAL.

### 1.1 INTRODUCCIÓN.

A través de la historia, el hombre ha vivido en estrecha relación con el mar. En la década de los treinta nace la auténtica fiebre de la construcción de buques cuando Samuel Cunard puso en marcha su servicio transatlántico con el buque de vapor Britannia combinando la carga con el pasaje y que hicieron realidad lo que hoy en día representa un crucero. (Cruceadmin, 2016)

Por otro lado, Guzmán (2017) alude que “en los años 1865 y 1875 en la milicia aparece por primera vez el término cruceros refiriéndose a un tipo de buque de guerra, el cual era utilizado para interrumpir en caso de guerra el tráfico mercante de los enemigos” (pág. 36).

A raíz de lo mencionado por los autores, se desconoce realmente la exactitud de cómo y dónde fue el inicio de los cruceros, lo notable es que, la estructura de los buques ha evolucionado con el pasar de las décadas, desde el diseño, la introducción de la tecnología y la construcción de los mismos, en consecuencia, de que la demanda exigente crece a pasos agigantados, siendo esa la razón de la construcción de barcos con mayores dimensiones.

El turismo de cruceros está experimentando en la actualidad un importante crecimiento a nivel mundial. Molina y Carrasco (2015) señalan que “este sector pasó de transportar en todo el mundo a 7,2 millones de pasajeros en 2000 a 20,1 millones en 2012, casi triplicando el volumen de pasajeros en 12 años, mostrando tasas estables, alrededor del siete por ciento anual, a pesar de la crisis económica”.

La revista Sector Marítimo (2019) rectifica lo antedicho acotando que “en todo el mundo se ha suscitado un aumento de casi el 7 por ciento de 2017 a 2018, con un total de 28,5 millones de pasajeros. Destaca que los pasajeros de crucero de nacionalidad norteamericana registran un aumento anual del 9 por ciento (14,2 millones de pasajeros) en 2018”.

De la misma manera, Asia representó aproximadamente el 15% del volumen total de pasajeros marítimos en 2017, Australia alrededor del 5%, mientras que Europa tuvo el 2,5% de pasajeros. (Vargas, 2018)

Con los datos obtenidos se puede corroborar que el Turismo de cruceros es un sector que se encuentra en auge en diferentes regiones del mundo, como las del Caribe, Europa, Pacífico, Centro y Sudamérica, puesto que los cruceros son productos con características y servicios comparables o superiores a los resorts terrestres. Por esta razón, las distintas compañías que ofrecen este tipo de productos siguen experimentando un acelerado desarrollo, obligándolas a mejorar su oferta y equilibrándola con los precios.

Ecuador ha optado por ingresar al sector de los cruceros, convirtiéndose en una alternativa de crecimiento económico y social, un ejemplo claro es Manta, donde el 67% de los cruceros atracan en el Puerto mientras que el 32% lo hacen en el Puerto de Guayaquil. (Turismo, 2015)

Como se puede apreciar, más de la mitad del porcentaje de los buques que arriban al país lo hacen en el puerto mantense, posicionando al cantón manabita como líder nacional en este sector y como consecuencia de esta actividad, San Pablo de Manta ha incorporado al Turismo de cruceros como estrategia de diversificación de la actividad turística local.

Manta trabaja con varias agencias navieras, las más concurridas son Iss-Sealink y Royal Caribbean International, las líneas de cruceros con el mayor número de pasajeros son: “Holland American Line”, “Proenix Reisen GMBH Bonn” y “Celebrity Cruises”, quienes aportan con el 27,98%, 14,87% y 10,28% respectivamente. (Díaz, 2015)

La página oficial del Ministerio de Turismo (2017) señala que “los cruceristas que visitan el país generalmente provienen de Estados Unidos, Canadá, Australia, China, Chile, Reino Unido, Holanda y Corea, las edades oscilan entre los 60-79 años, buscan destinos nuevos y naturales, para disfrutar de experiencias únicas, transformadoras de vida”.

Citando lo mencionado por este Ministerio “buscan destinos nuevos y naturales” es la realidad actual y futura del turismo en Ecuador, el ecoturismo y Turismo de aventura, gracias a la privilegiada ubicación geográfica lo convierte en un país llamativo para muchos extranjeros, que de alguna u otra manera aprecian desde otra perspectiva la riqueza natural y cultural con la que cuenta el país.

El arribo de los cruceros en el país motiva a la creación de actividades en torno a los visitantes, que van desde las danzas nativas, venta de artesanías y productos elaborados en la región, hasta llegar a los sabores del destino, para que el turista se lleve la mejor imagen del país y decida volver. (Encalada, 2018)

El crucerismo al igual que cualquier modalidad de vacacionar, influye de manera positiva y negativa en diversos aspectos, que incluye lo económico, social, cultural e inclusive medioambiental.

Guzmán (2017) señala que “uno de los sectores en los que más cabida tiene el tráfico de cruceros es en el sector económico debido a que los beneficios provienen de tres fuentes: el gasto generado por los turistas cuando están en tierra firme, el gasto realizado por la tripulación y el gasto concebido por el barco mismo, que obedece fundamentalmente a los servicios portuarios. Estos gastos de consumo representan para un país una gran fuente de ingresos, dando como resultado el crecimiento y desarrollo de su economía” (pág. 39).

En el caso de Manta, los ingresos económicos son considerables, pero a pesar de aquello, son casi inexistentes estudios o seguimientos realizados al impacto y aporte económico que deja a las empresas, a los emprendedores locales y a la ciudad en general. De igual modo repercute en otros campos como el socio-cultural, resaltando la generación de empleos y el contacto directo de los pasajeros con la comunidad, quienes pueden estar de acuerdo o rechazar el ingreso masivo de personas.

Por consiguiente, se presenta la evolución del crucerismo a través de trabajos teóricos, características de esta forma de viajar, itinerarios, rutas y todo lo referente a los cruceros. Además, se definiría el perfil del pasajero, las operadoras que realizan los tours, las navieras con las que trabajan en Manta y más información relevante para analizar la situación del turismo de cruceros y la incidencia que tiene en el sector cultural, social y económico en el puerto.

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Manta es una de las ciudades puerto pesquero y de cabotaje más importantes del país, las condiciones infraestructurales y naturales le permiten ser el de mayor concurrencia, razón por la cual, durante los últimos años ha sido escenario para el desembarque de cruceros.

Desde 1997 el puerto recepta cruceros y a pesar de la afluencia significativa son escasas las literaturas o trabajos investigativos realizados a este mercado, lo que de alguna u otra manera no permiten medir con exactitud los efectos del turismo de cruceros en la ciudad.

Son varios los puntos que deben ser identificados y analizadas para conocer con exactitud si los impactos son positivos o negativos; pero al no realizarse un seguimiento, imposibilita deducir las mejoras para el desarrollo óptimo del mismo.

Claramente, el movimiento generado por la actividad repercute en el sector social-cultural puesto que genera empleos; además, de la participación de las comunidades residentes, las cuales forman parte de los recorridos realizados por los turistas, presentándose el intercambio social existente. Por tanto, la poca preparación de los habitantes incluyendo los escasos eventos y lugares culturales, se convierten en limitantes de progreso.

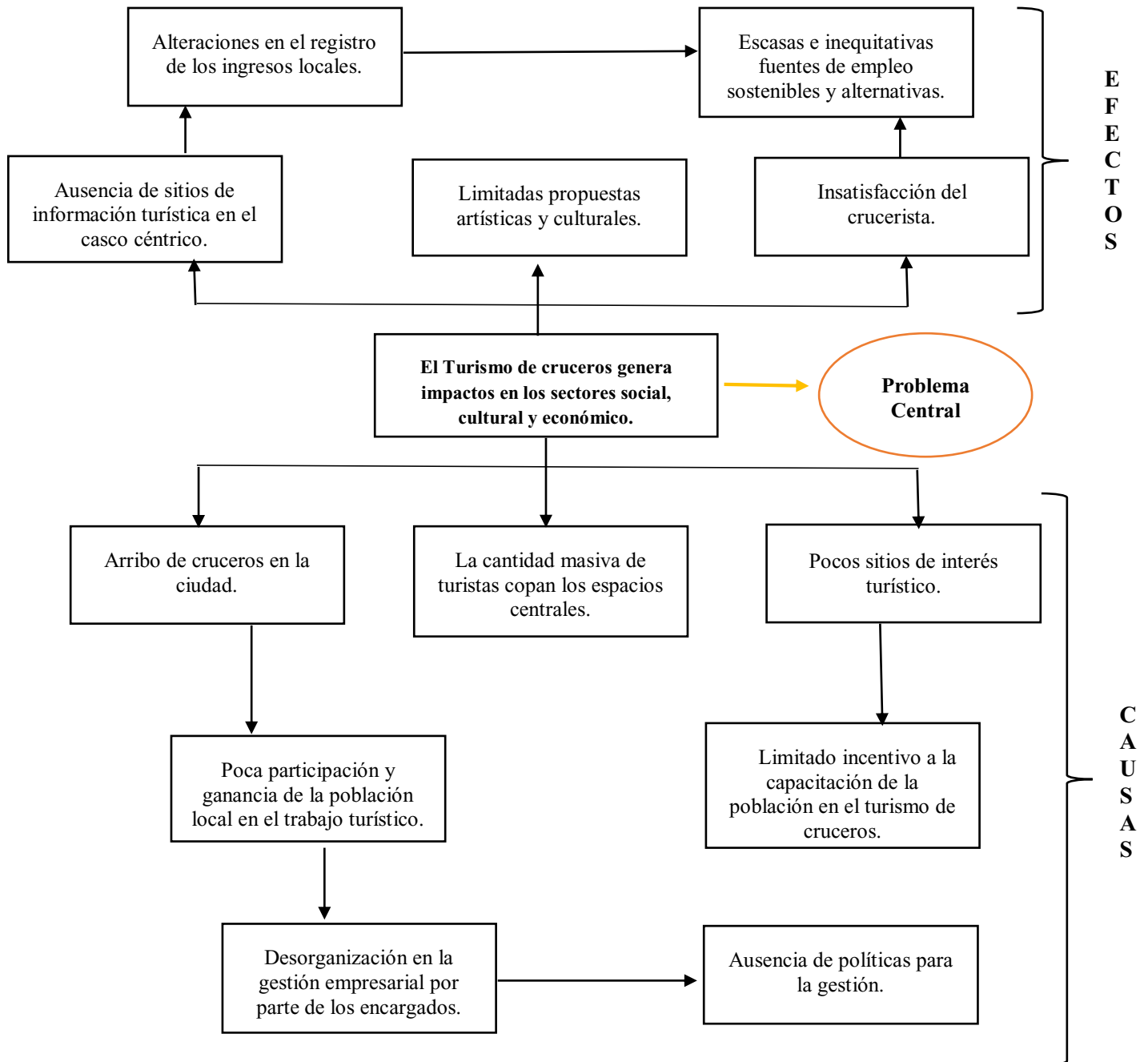
Otro de los puntos relevantes, son los ingresos económicos, especialmente en las agencias turísticas locales, en efecto la mayoría son de Guayaquil y Quito, excepto cuando arriban más de 2.000 pasajeros, como consecuencia surge la necesidad de contar con más prestadores de servicios, contratando a agencias con pymes mantenses.

Marín (2013) menciona que “unos grupos se benefician más que otros, pues algunos tienen más posibilidades de vender sus productos en los cruceros, ya que están más organizados con las compañías navieras que los traen a un destino”. Y es esta unas de las desventajas que poseen las empresas turísticas locales con respecto a las agencias navieras, en vista de que prefieren inclinarse por otras agencias y operadoras de turismo.

Por otra parte, las personas que forman parte de las ferias artesanales son procedentes de otros lugares del país, especialmente de la Sierra; entonces, si el objetivo de la presencia de los grandes hoteles flotantes es el de dinamizar y beneficiar económicamente a las personas y empresas locales ¿Por qué no se trabaja con empresas de la ciudad? ¿De qué beneficio económico se habla realmente?

Por último, unas de las problemáticas más relevantes es la deficiente promoción turística y la limitada oferta de actividades, lo cual afecta la oportunidad de posicionamiento internacional en este campo.

A continuación, se utiliza la técnica del “Árbol del problema” relacionando las causas y efectos, para sistematizar la información del trabajo de manera ágil y organizada.



**Figura 1.** Árbol del problema.

**Fuente:** Elaboración propia.

### **1.2.1 FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.**

A raíz de lo ya expuesto, se puede demostrar que el turismo de cruceros impacta en diferentes ámbitos en un destino. Es por esto que, se formula la siguiente interrogante:

¿Cuál es el impacto del turismo de cruceros en los sectores social, cultural y económico de la ciudad de Manta?

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se lo ha desarrollado con la finalidad de analizar los impactos generados por el turismo de cruceros, además, de conocer el comportamiento del pasajero, los beneficios económicos que conlleva, asimismo las repercusiones en otros aspectos significativos.

Por consiguiente, este trabajo de investigación es factible poder ejecutarlo porque se realizará un análisis exhaustivo de los distintos impactos del crucerismo como factor de desarrollo social, cultural y económico en la ciudad; el cual permitirá evaluar la incidencia de la actividad en la ciudad; posterior, tomar las medidas pertinentes para la mejora de la prestación de este producto, ganando así conocimientos y consecuentemente satisfacer las necesidades de la demanda turística que llega a la ciudad por este medio.

El siguiente trabajo se justifica de manera teórica, metodológica y práctica.

#### 1.3.1 Justificación teórica.

El proyecto de investigación se apoya en varios referentes teóricos, haciendo énfasis en: La Revista Periplo con el Estudio de caso: República Dominicana (2017) y la Revista Electrónica Diálogos (2013) con el tema “Impactos sociales y económicos generado por el turismo de cruceros que visitan la ciudad de Puntarenas” en donde, mediante la aplicación de técnicas de evaluación identifica las variables necesarias para analizar el impacto del crucerismo.

También, se tomaron en cuenta otras fuentes documentales como libros, documentos de sitios webs, páginas oficiales, blogs y tesinas consecuentes al tema de investigación, obteniendo conocimientos específicos y de aporte para la ejecución del trabajo. Una de las finalidades de la investigación es que contribuya teóricamente en futuros proyectos relacionados al tema.

#### 1.3.2 Justificación metodológica.

El modelo investigativo utilizado fue el presentado por Hernández, Fernández y Baptista (2014). Los procedimientos y metodologías expuestas en el libro “Metodología de la investigación”, proponen técnicas, herramientas y tácticas para alcanzar el resultado mediante un estudio arduo, complementándolo con métodos investigativos.

Desde el enfoque metodológico el proyecto aportará en trabajos futuros, porque plantea meticulosamente las herramientas, instrumentos, métodos y procedimientos utilizados y adecuados para realizar una investigación referente o similar al trabajo presentado.

### **1.3.3 Justificación práctica.**

Es una investigación que identifica, analiza e interpreta información referente al impacto del turismo de cruceros, aparte de que el trabajo sea utilizado en la toma de decisiones propensas a mejoras, en esto se fundamenta y justifica el trabajo de investigación.

La finalidad es la de colaborar con el desarrollo turístico, sirviendo como guía con la evidencia de los logros obtenidos a través de los resultados finales presentados.



#### 1.4 OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Cortés & Iglesias (2004) mencionan que “el -qué- de la investigación científica es el llamado objeto de la investigación, es aquella parte de la realidad objetiva sobre la cuál va a actuar el investigador desde el punto de vista, tanto práctico como teórico, para lograr la solución del problema”.

En esta investigación es importante llegar de lo general a lo particular, por tanto, el objeto de investigación directo es el **sector turístico de cruceros en Manta** puesto que, **identificar los efectos** de la presencia de los mismos es esencial para la ejecución de la investigación, así mismo **analizar de qué manera impacta** dentro del **sector cultural, social y económico**.

Indagando más en el objeto de investigación, también forman parte importante los pasajeros, por eso es preciso conocer las necesidades, actividades, expectativas, gastos, motivaciones y el comportamiento como claves para llegar al objetivo.

Razón por la cual *la idea a defender* en la ponencia, es que al realizar un estudio/investigación del mercado emisor (cruceros) permitirá determinar los impactos generados por el turismo de cruceros en Manta.

## 1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Una hipótesis es una suposición que da respuesta tentativa al problema de investigación, el valor reside en la capacidad para establecer esas relaciones entre los hechos y es característico partir de suposiciones que estén fundamentadas en observaciones, puesto que la importancia radica en que no lleva a afirmar que aun las hipótesis que se consideran incorrectas o falsas le son verdaderamente al científico. (Moguel, 2005)

Según Gómez (2006) una hipótesis debe tener varios requisitos como:

- Referirse a una situación real.
- Las variables deben ser precisas, claras y lo más concretos posibles.
- Los términos y la relación planteada entre ellos deben ser observables y medibles.
- Deben estar relacionadas con técnicas disponibles para probarlas.

La formulación de la hipótesis supone agrupar, sintetizar, pero sobretodo analizar la información encontrada yendo a la par de los objetivos propuestos, la cuál será expuesta según el interés de la investigación, fusionándola con la problemática planteada.

**HIPÓTESIS:** “El Turismo de cruceros y la afluencia de pasajeros genera considerables impactos en el sector social, cultural y económico de Manta”

En dónde:

- **Variable independiente:** Turismo de cruceros.
- **Variable dependiente:** Impactos en el sector social, cultural y económico.

## **1.6 OBJETIVOS**

### **1.7 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar el impacto que produce el turismo de cruceros en los sectores social, cultural y económico de la ciudad de Manta (periodo 2019).

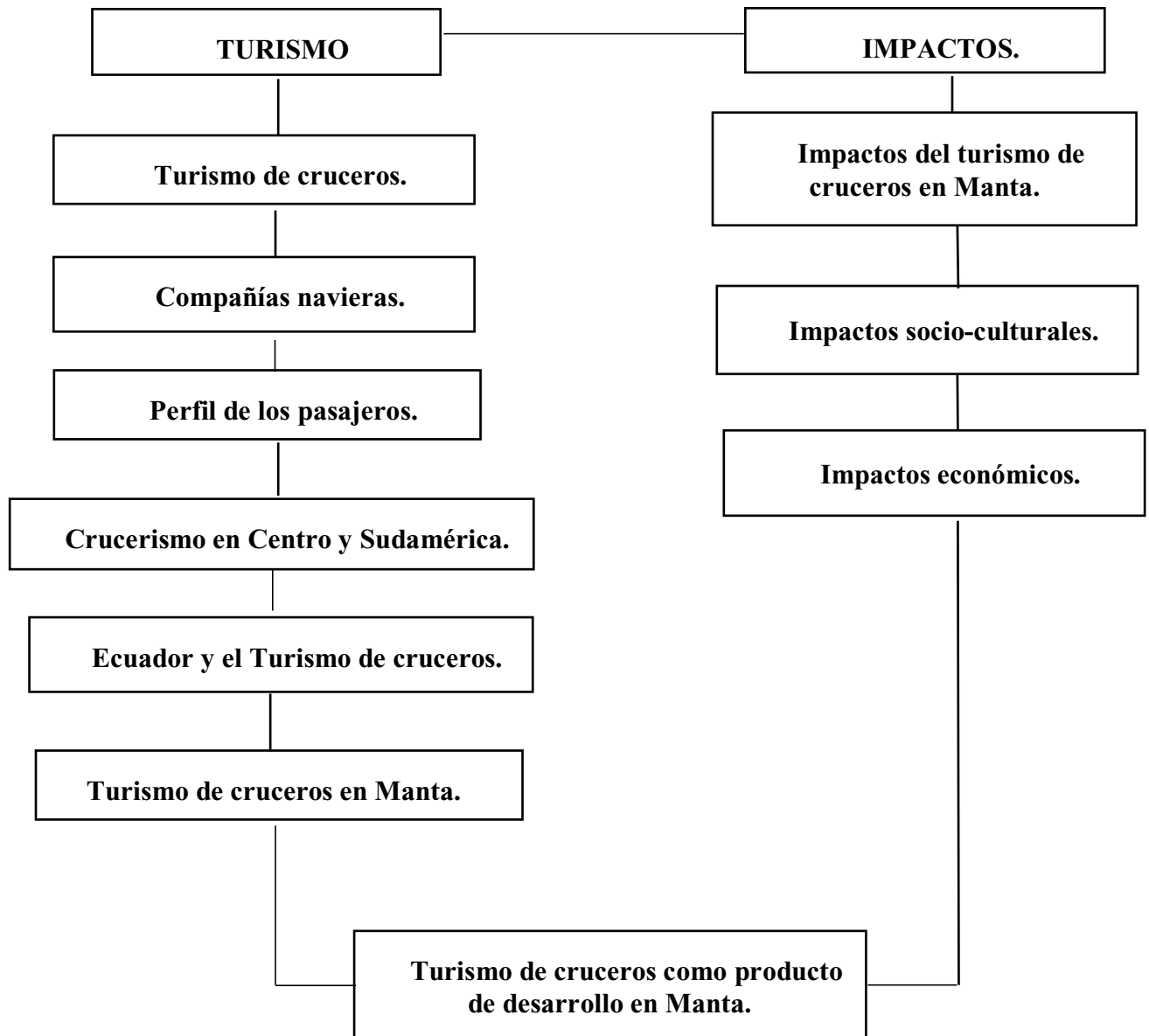
### **1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar fuentes documentales y de campo sobre el consumo de turismo de cruceros en Manta.
- Conocer las características y perspectivas de la población local referente a los efectos de la actividad crucerista.
- Identificar las principales actividades culturales realizadas por los pasajeros en Manta.
- Estimar el beneficio económico del turismo de cruceros, en función a las motivaciones en el consumo de productos y servicios en la ciudad.

## CAPÍTULO II.

### MARCO TEÓRICO

El presente capítulo mostrará las temáticas relacionadas al objetivo principal de la investigación, para tener una idea inicial de lo que será estudiado. A continuación, estarán plasmadas mediante un hilo conductor.



**Figura 2.** Hilo conductor.

**Fuente:** Elaboración propia.

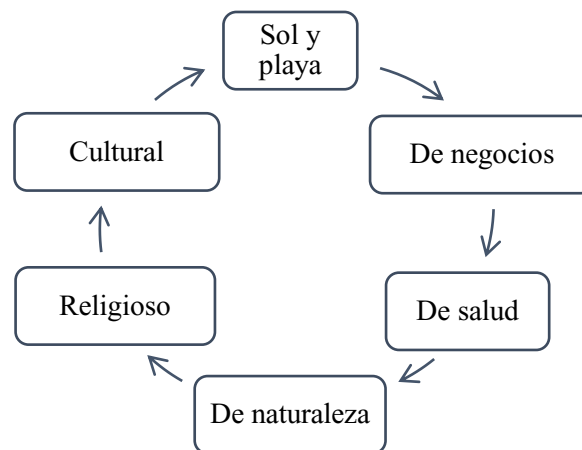
## 2.1 TURISMO

El término turismo tiene varias conceptualizaciones debido a la compleja relación de los componentes que forman parte de este campo. Etimológicamente se deriva de la palabra latín “tornus”, que indica la acción de movimiento y retorno. (Barbosa, 2013)

Guerrero & Ramos (2014) lo determinan como “el desplazamiento temporal hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación”.

Por otra parte, la Ley de Turismo de Ecuador (2002) en el Art. 2, determina al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

Con lo citado por los autores, se constata que el turismo es un fenómeno global, consiste en la acción de viajar o conocer otro destino, por diferentes motivaciones, siendo la principal el ocio. La actividad turística enmarca desde el lugar a dónde se desplaza una persona hasta las actividades que va a realizar, ya sea por diversión, trabajo, estudios, salud etc.



**Figura 3.** Tipologías de Turismo.

**Fuente:** Elaboración Propia con información recopilada de Cordero (2011) .

En la figura 2 se presentan las tipologías mayormente elegidas, destacando el turismo de sol y playa. La segmentación depende en gran manera del destino al que se vaya a visitar porque varios países optan por clasificar el turismo como una estrategia de desarrollo, acorde a las riquezas naturales y propias del lugar.

Por otra parte, Cajal (2019) acota que “los tipos de turismo crecen en base al resultado de la variación propia de las costumbres de los seres humanos”

El turismo no es simplemente “viajar” al contrario, es un proceso que implica distintos factores como la elección del lugar, la organización, la publicidad y promoción, costos, las actividades, productos y/o servicios que se vayan a ofrecer dependiendo de la manera en que se vaya a practicar la actividad generando efectos positivos y negativos en un destino.

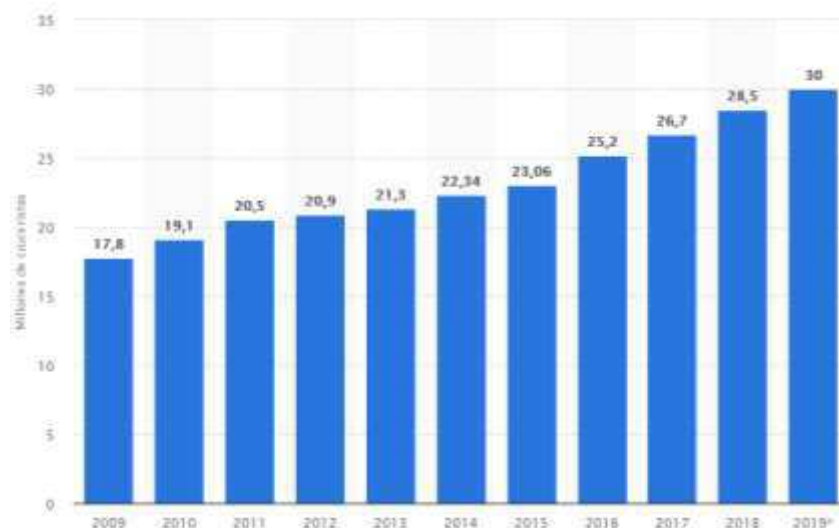
## **2.2 TURISMO DE CRUCEROS**

Se podría considerar que la actividad de los cruceros surge a principios de los años 70 desde Miami a todo el Caribe y coincide con la evolución experimentada en el negocio de los trasatlánticos o buques de pasaje de línea, por la competencia en tiempo que supusieron los aviones a reacción. (Butler, 2008)

López (2016) refiere que “uno de los elementos que más influyó en el surgimiento de los cruceros fue la invención del barco a vapor. El primer crucero moderno nació en 1844, cuando la English Shipping Company, organizó un viaje turístico por el Mediterráneo a bordo de un barco de madera (llamado el Lady Mary Wood y propulsado por vapor)”.

El crucerismo es la actividad que se realiza a bordo de un buque, el cual brinda a sus pasajeros todos los servicios y facilidades similares o mejores a los de un gran hotel o resort del mundo.

Mejía y Muñoz (2019) acotan que “las últimas décadas la oferta turística está creciendo con nuevos productos y servicios que satisfagan las cambiantes necesidades de los turistas en vista de que son más experimentados y exigentes”



**Figura 4.** Evolución global de cruceristas.

**Fuente:** Número anual de cruceristas en el mundo. (2019) [Figura]. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/569166/evolucion-anual-del-numero-de-pasajeros-de-cruceros/>

En los últimos 10 años presencié un aumento de pasajeros de 12.2 millones (ver figura 3), siendo el 2009 el año más bajo respecto a la cantidad de pasajeros con los demás periodos, se observa que a partir del 2015 refleja un ascenso hasta la actualidad.

A nivel mundial destacan ciertos países destinos consolidados, por ejemplo, en el Caribe se encuentran las mejores rutas, de hecho, es donde nace el turismo de cruceros y sigue manteniéndose, aunque con el tiempo se ha ido extendiendo a otros espacios como Europa y Asia. (Ruiz, 2014)

Por otra parte Prosertec (2016) expresa que “el Mar Mediterráneo es el segundo destino más solicitado para cruceros y el Océano Pacífico también es uno de las rutas que de a poco tomo cabida debido a las condiciones climáticas que lo hacen llamativo especialmente el Pacífico Sur, países como Argentina, Chile y Ecuador.

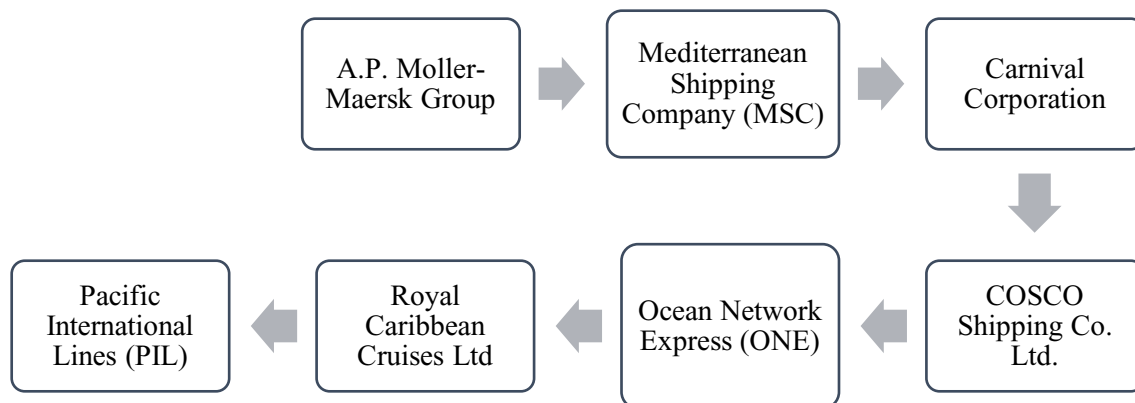
Desde este punto, los cruceros son una tendencia de alto consumo para varios destinos costeros en el mundo, convirtiéndose en primera opción dinamizadora en las rutas que opera y es aquí donde influye el movimiento económico que por naturaleza generan los cruceros.

## 2.3 LAS COMPAÑÍAS NAVIERAS

Mith (2013) menciona que “las agencias navieras son aquellas cuyo papel es representar a los armadores en algún puerto determinado lo que indica que su función es representar a su cliente, el cual se encante en bajas condiciones de materia de estar en cada puerto donde arribe un buque de su administración” (pág. 1)

Con lo citado, se puede deducir que una compañía naviera es el ente encargado de organizar las secciones referentes a la prestación de servicios en la explotación o desarrollo de los recursos y transportación marítima, en pocas palabras es un representante organizador dentro de un determinado puerto.

**Figura 5. Principales compañías navieras.**



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de (2018):

<http://www.camae.org/barcos/las-10-mayores-companias-navieras-del-mundo/>

En la figura 4 se observan las siete principales compañías que operan a nivel mundial, sin embargo, como en todo ámbito, existen unas que sobresalen como son: Carnival Corporation & PLC y Royal Caribbean Cruises Ltd. Un dato importante es que las dos agencias ya mencionadas son las que lideran en América.

Según Barantes (2014) “las navieras constituyen un sector de servicios esenciales en el mercado de la explotación de recursos y transporte de mercancías marítimos como:

- ✓ Conseguir fletes de carga en general para los buques de las empresas navieras que representan, tanto de exportación como de importación.
- ✓ Gestión de buque en puerto.
- ✓ Pagar derechos de aduana y cumplir con las formalidades aduaneras.
- ✓ Coordinar las actividades y trámites en puerto”.



Como es notable, la función de una agencia naviera es formidable, no sólo para ingresos, salidas o trámites en general, también para brindar un servicio de calidad y orden dentro de un país puesto que, si no existieran dichas entidades, cualquier embarcación tendría la libertad de ingresar y salir sin que sean supervisadas con anticipación, siendo una gran amenaza.

#### **2.4 PERFIL DEL PASAJERO**

Debido a la variedad de oferta, el perfil es diverso, por ende, no puede afirmarse que haya un público objetivo definido ya que irá evolucionando acorde a los gustos y preferencias de los consumidores. Sin embargo, quienes visitan los cruceros es la segmentación -sénior-, así lo ratifica Artesi (2004) “la edad promedio oscila en un rango de edad promedio de 60 a 65 años, confirmando la presunción anterior sobre la importancia de los pasajeros jubilados”

Brida, Zapata y Velásquez(2010) mencionan que “en cuanto al nivel económico nivela a una persona de clase media y alta, aunque en sus comienzos el turismo de cruceros fue dirigido a un segmento de alto poder adquisitivo actualmente la situación que ha cambiado sustancialmente debido a la diversidad de cruceros (temáticos) y tarifas asequibles”.

Acotando a lo citado refleja el motivo de los precios elevados en el mercado, pues los que adquieren dichos productos evidentemente poseen un nivel de ingresos alto para costear lo que equivale pagar por vacacionar.

#### **2.5 LOS CRUCEROS A NIVEL MUNDIAL**

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos de mercado turístico que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años con cerca de 26.7 millones de pasajeros a nivel mundial en 2017. (Zalaquett, 2018)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> La Subsecretaría de Turismo de Ecuador manifiesta que con la llegada de más cruceros aumenta el ingreso de divisas los puestos de trabajo en las ciudades portuarias.



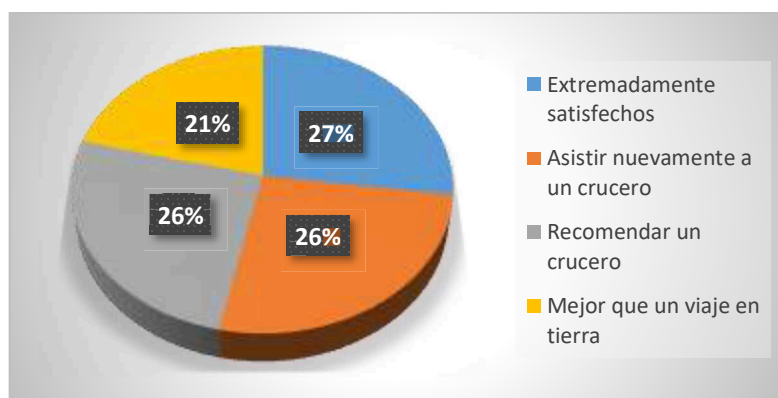
**Imagen 1.** Destinos de cruceros.

**Fuente:** Principales destinos de cruceros del mundo. (2015) [Imagen]. Recuperado de [https://www.researchgate.net/figure/figura-1-principales-destinos-de-pasajeros-de-cruceros\\_fig1\\_317167697](https://www.researchgate.net/figure/figura-1-principales-destinos-de-pasajeros-de-cruceros_fig1_317167697)

La imagen 1 refleja que el norte de Europa juega un papel fundamental, de hecho, hace tres años el país líder en el turismo de cruceros era Italia, seguido de España, cuyo puerto base es el de Barcelona con algo más de 2,5 millones de pasajeros. Otros de los destinos sobresalientes son las Islas Baleares, con un tránsito de más de 1,7 millones de personas, Las Palmas y el de Santa Cruz de Tenerife. (Prosertec, 2016)

En el continente asiático alrededor de 66 cruceros navegan, por lo general en el Oriente Medio. México también es uno de los países más visitados por cruceros especialmente en el puerto principal de Cozumel (Vargas, 2017)

**Figura 6.** Nivel de satisfacción.



**Fuente:** Efe. (2018). Nivel de satisfacción. [Gráfico] Recuperado de <https://www.elnuevoherald.com/ultimas-noticias/article210199244.html>

Un reciente estudio realizado por Efe (2018) revela que “en un 27% de los casos, los cruceristas a nivel mundial quedaron extremadamente satisfechos con la experiencia, un 26% estuvieron interesados en volver a disfrutar de un crucero y el 26 % recomendarían la experiencia. En el 21% consideraron, además, que el valor de un crucero es mejor que el de unas vacaciones en tierra” (ver figura 5)

La popularidad de los cruceros en el mundo se ha mantenido por varios motivos destacando la comodidad dado que el pasajero no tiene la necesidad de andar con su equipaje cuando arriba a un destino, además de los servicios incluidos. Aunque muchos le hayan etiquetado como un producto que sólo pueden ser adquiridos por personas de nivel alto y grandes ingresos económicos, la realidad es otra, existe una inmensa variedad de oferta, cruceros con nivel medio con temáticas acorde a los pasajeros y demás.

## **2.6 TURISMO DE CRUCEROS EN CENTRO Y SUDAMÉRICA**

Centroamérica esconde un gran potencial para la atracción de cruceros, pero para desarrollarlo debe mejorar en la promoción de una diversidad del destino con tours, gastronomía y emprendimientos locales. (Hosteltur, 2019)

Por otro lado Muñoz (2019) alude lo contrario, diciendo que “el mar Caribe es uno de los océanos con mayor residencia utilizado para el Turismo de cruceros, de hecho mantiene rutas prácticamente durante todo el año, por esta razón se ha incrementado el número de arribos a la zona”.

La región del Caribe, especialmente la céntrica está rodeada por atractivos naturales, destacando las islas, Cuba es una de ellas, considerada por muchos como un destino estrella para los cruceros, en efecto. el turismo de cruceros aumentó un 29,2% en el año 2018 y 17 navieras programaron escalas en la isla. (Vargas, 2019)

Otros países como Honduras, tuvo un total de 1.166.232 personas en 2018, y Belice alrededor de 1.088.317 pasajeros, República Dominicana recibió 811.053 cruceristas, Panamá 418.263 personas, Costa Rica 255.000 turistas, mientras que en los últimos puestos estuvo Guatemala con 76.392 pasajeros, Nicaragua con 91.846 personas y El Salvador con solamente 694 visitantes. (Hosteltur, 2019)

Los países de Centroamérica ocultan un potencial latente para la captación del mercado crucerista, como ya se mencionó existen variables en mejorar, principalmente, la promoción y

publicidad, cuando una compañía naviera escoge un puerto lo hace por el reconocimiento mundial, es decir, por la variedad y calidad de la oferta turística con la que cuenta. Por otra parte, los países sudamericanos que destacan son: Colombia, Uruguay, Brasil, Chile, Argentina y Ecuador.

El puerto principal de Colombia es el de Cartagena, recibió al 98 por ciento de cruceristas que llegaron al país cafetero en el 2018, destacan otros puertos como el de San Andrés y Santa Martha. (Noguera, 2019)

Según Lyonnet (2018) “Argentina proyecta un crecimiento sumado de 27% en el número de visitantes respecto a dos años atrás (2017-2016) gran parte de la evolución se debe a las mejoras dadas en la infraestructura de los diferentes puertos: Buenos Aires, Puerto Madryn y Ushuaia”.

Alrededor de 172 barcos arriban en Punta del Este y Montevideo, en donde 250.000 generan 8 millones de dólares anuales. Destacan la presencia de brasileños, chilenos, argentinos, europeos y norteamericanos. (Efe, 2019)

De manera generalizada el continente americano registra un aumento de 6 millones de llegadas internacionales (4%), alcanzando 163 millones en total; la zona incluye a Centroamérica, América del Sur y el Caribe, alcanzando ingresos de 199.1 billones de dólares americanos. El mayor crecimiento fue particularmente en América Central (9%) y en los destinos de América del Norte y México, 8%. (Muñoz, 2019, pág. 43)

El turismo de cruceros en Centro y Sudamérica ha tenido avances, aportando significativamente en la economía, se intenta presentar una imagen mejorada del lugar, a pesar de todos los esfuerzos aún no es suficiente poder compararse con otros destinos, pero se espera que con el pasar de los años suceda y que las rutas sudamericanas sean vistas por las grandes agencias navieras.

## **2.7 ECUADOR Y EL TURISMO DE CRUCEROS**

Verdet y Sánchez (2018) manifiestan en su revista que “el turismo de cruceros es un poderoso dinamizador del turismo en los destinos en los que opera, y ha sido largamente estudiado desde el punto de vista del comportamiento del consumidor”.

Uno de los países costeros sudamericanos que ha avanzado y está incluyendo a la actividad crucerista como tendencia turística es Ecuador.

El país cuenta con 6 puertos; el Puerto de Baltra en Galápagos, Puerto Bolívar en Machala embarcando y desembarcando banano y cacao; el de Guayaquil, Puerto Balao en Esmeraldas especializado en petróleo; el de San Lorenzo y el de Manta es si no el más importante, puerto turístico y pesquero. (Osorio, 2013)

Cada año arriban navíos para importación y exportación de productos o para el tráfico de pasajeros, tratando de incluirlo como producto turístico en Ecuador.

Para la temporada 2018-2019 arribaran al país 29 cruceros, en Guayaquil han llegado siete buques, el de mayor escala fue el Zaandam con 1.818 pasajeros, visitaran lugares como: el Malecón, el cerro Santa Ana, el parque Seminario y recorridos por haciendas cercanas a la ciudad. (Peñafilel, 2019)

Se demuestra que el país representa un lugar idóneo para el turismo de cruceros, cuenta con puertos adecuados, aptos para recibir cruceros, sumándole las facilidades que brindan las ciudades puertos y lo más relevante, la oferta y planta convierten de Ecuador en referente del crucerismo.

## **2.8 LA INCIDENCIA DEL TURISMO DE CRUCEROS EN MANTA.**

Manta es uno de los lugares que mayor reconocimiento turístico posee en el país, cuenta con varios lugares turísticos que la convierten atractiva por miles de personas que desean visitar la ciudad.

El Plan de desarrollo del Puerto (2011) menciona que “Manta es considerado como el primer Puerto Pesquero del Ecuador y de Sudamérica, puesto que su principal actividad comercial es la industria pesquera; desde donde se produce y exporta sus derivados a los diferentes mercados nacionales e internacionales”. (pág.17)

Anteriormente el Puerto era controlado por La Autoridad Portuaria, pero en diciembre del 2016 fue delegado al Grupo Chileno AGUNSA, cediéndole el cargo de control y gestión a la empresa ecuatoriana “Terminal Portuario de Manta S.A. (TPM)” por un periodo de 40 años. (TPM, 2017)

Infraestructuralmente el puerto de Manta es el mejor en comparación a otros a nivel nacional por su naturaleza, de hecho Osorio (2013) manifiesta que “está a solo 25 millas de la ruta del tráfico internacional a mar abierto”.



**Imagen 2.** Puerto de Manta.

Fuente: TPM (2018) [Imagen]. Recuperado de <http://tpm.ec/terminal-portuario-manta-integra-beneficios-desarrollos-gestion/>

Según la TPM (2019) “infraestructuralmente el puerto está conformado por dos patios de almacenamiento, dos muelles y equipos de calidad”. Según la TPM (2019) se clasifican de la siguiente manera:

Uno de los hitos importantes, es la creación de la terminal de cruceros, inaugurada en octubre de 2018, convirtiéndose en la primera terminal de cruceros del país, con una inversión de \$2.4 millones, brindada por la Multinacional de Capitales Chilenos Agencias Universales S.A “Agunsa”. (Mendoza, 2018)



**Imagen 3.** Terminal de Cruceros.

**Fuente:** Manabí Noticias (2018). [Imagen]. Recuperado de <https://manabinoticias.com/en-manta-se-inaugura-manana-la-primera-terminal-de-cruceros/>

Dentro de la terminal de cruceros se presentan ferias artesanales, también es sede de varios eventos importantes como sala de conferencia para congresos, convenciones y ferias.

**Tabla 1.** Antecedentes de la afluencia de pasajeros y tripulantes.

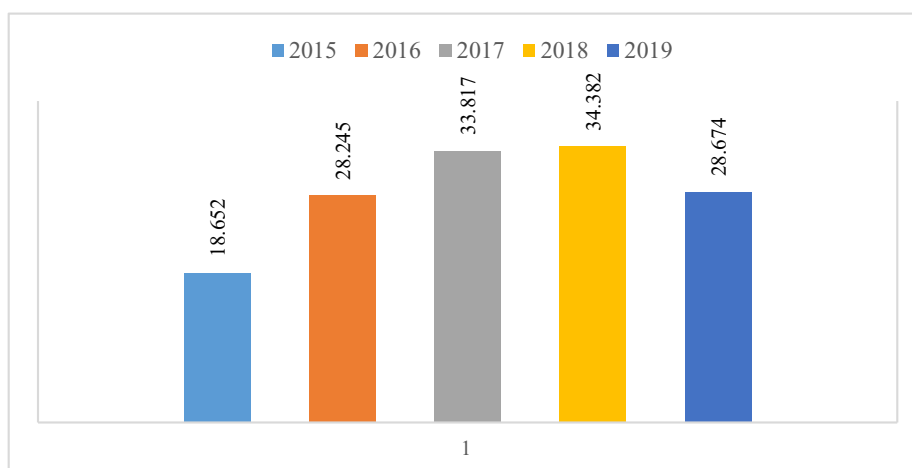
<b>Año</b>	<b>Nº Cruceros</b>	<b>Pasajeros</b>	<b>Tripulantes</b>	<b>Total</b>
<b>1997</b>	5	2.589	-	2.589
<b>1998</b>	5	2.545	-	2.545
<b>1999</b>	6	4.121	2.227	6.348
<b>2000</b>	11	9.008	4.909	13.917
<b>2001</b>	9	7.526	4.365	11.891
<b>2002</b>	12	9.660	4.806	14.466
<b>2003</b>	14	9.297	6.476	15.773
<b>2004</b>	14	9.406	5.806	15.212
<b>2005</b>	11	9.621	5.456	15.077
<b>2006</b>	9	9.691	5.383	15.074
<b>2007</b>	15	14.431	6.734	21.165
<b>2008</b>	26	22.431	12.901	35.332
<b>2009</b>	21	23.437	12.254	35.727
<b>2010</b>	19	16.114	8.582	24.696
<b>2011</b>	19	16.572	8.927	25.499
<b>2012</b>	24	20.848	10.383	31.231
<b>2013</b>	20	22.605	11.607	34.212
<b>2014</b>	21	17.990	9.840	27.830

**Fuente:** Estudio de mercado emisor en el consumo de turismo de cruceros. (2019) [Imagen].

Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TTT13.pdf>

La tabla 1 muestra el ascenso en recaladas, en 1997 únicamente arribaron 5 buques con 2.589 debido a que Manta no era conocido turísticamente, por ende, no era incluida dentro de las rutas. A partir del año 2007 se visibilizó un equilibrio, por varios motivos, la notable mejora en las infraestructuras del puerto, Autoridad Portuaria, Capitanía y la actual TPM.

**Figura 7.** Número de Pasajeros y tripulantes en Manta



**Fuente:** Elaboración propia con información obtenida de la TPM (2019).

Las principales Agencias Navieras que incluyen a Manta dentro de sus rutas son ISS-Sealink, seguido por Akorn y Royal Caribbean Group.

Herrera (2018) expresa que “la estadía de los pasajeros es por horas; los cuales realizan los recorridos de manera individual o escogen los servicios provenientes de las operadoras turísticas contratadas por las agencias navieras”. La ciudad le ofrece al turista variadas opciones para visitar, desde el centro, museos, bosque, playas y otros lugares cercanos como Puerto López para el avistamiento de ballenas, Los Frailes, además de Pile y Montecristi especialmente.

Tomando en cuenta lo expresado, no cabe duda de que Manta tiene las cualidades para ser considerada como un destino turístico dentro de las rutas de los cruceros, aportando totalmente al reconocimiento de la ciudad y conjuntamente de la provincia.

## **2.9 IMPACTOS DEL TURISMO DE CRUCEROS**

Granizo (2016) menciona que “el turismo de cruceros es un fenómeno que produce una red de impactos socioeconómicos y culturales debido al desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo” (pág. 8).

Es verdad que, en parte genera beneficios económicos para una sociedad, pero de la misma manera debe medirse la contraparte, de esta manera Tamajón (2015) menciona que “una de las críticas a este producto es que su desarrollo debe asentarse en bases sostenibles, mostrando



oferta de calidad que no solo esté preocupada por el beneficio económico inmediato y también presente criterios de responsabilidad” (pág.565)

El termino sostenibilidad va a la par con cualquier actividad turística que se vaya a ejecutar, debido a la relación cercana existente entre el ser humano y la naturaleza, razón por la cual se pretende fomentar un concepto de preservación y conservación, para así disminuir los impactos negativos que puede ocasionar el turismo en cualquiera de sus formas.

Es así que, se demuestra que los impactos deben ser identificados, estudiados, analizados y posterior a esto resueltos en su mayoría, para ofrecer productos y servicios de calidad vinculados con la sostenibilidad.

### **2.9.1 IMPACTOS ECONÓMICOS.**

Es de señalar que el turismo de cruceros es el paradigma de la economía de escala, dado que involucra los principales subsectores de la industria turística: transporte, alojamiento, restauración y atractivos. (Guzmán, 2017)

Advisor (2007) acota que “los beneficios económicos del turismo de cruceros en cada destino surgen de tres fuentes principales:

1. *Gastos en tierra de los pasajeros* se concentran en excursiones en tierra y compras al menudeo de ropa y joyería;
2. *Gastos en tierra de la tripulación* se concentran en compras de alimentos y bebidas, transporte local y compras al menudeo de ropa y joyería; y
3. *Gastos de las líneas de cruceros* por derechos e impuestos portuarios, tales como derechos de muelle y de dique”. (pág. 77)

Las fuentes mencionadas, son los referentes directos para medir este impacto, visto que, los gastos en tierra de los pasajeros, la tripulación y los impuestos que las líneas navieras deben pagar, generan un movimiento que incluye: las ganancias obtenidas a través de las divisas, impuestos y generador de empleos, beneficiando también a las empresas que proveen bienes y servicios a la sección de los cruceros.

### **2.9.2 IMPACTO SOCIO-CULTURAL**

El turismo de cruceros, se convierte en mayor o menor medida en un determinante en los cambios socioculturales que se puedan generar. La repercusión que ejerza el turismo sobre las

sociedades receptoras depende en parte del tipo de turismo que se practique en el lugar visitado. (Fernández, 2009, pág. 8)

De esta manera, la sociedad y la cultura tiene una relación estrecha y directa con el turismo. Se indica que, los efectos son la consecuencia de las relaciones sociales mantenidas entre los turistas y receptores durante el tiempo de estadía en un lugar determinado.

La magnitud dependerá, en gran medida, de las características propias de los turistas y de las diferencias socioculturales existentes con respecto a los residentes. Las principales diferencias se centran en los sistemas de valores, en las creencias religiosas, en las tradiciones y costumbres, en los estilos de vida y los modelos de comportamiento. (BlogSpot, 2017)

Es existente el “intercambio” de culturas, lo principal es que, los pasajeros conozcan la identidad manabita, costumbres y tradiciones; como consecuencia, dentro del puerto se realizan presentaciones de bailes folklóricos y puntos de información.

La sociedad y la cultura tiene una relación estrecha y directa con el turismo, sin duda alguna el Turismo de cruceros genera impactos directos en varios aspectos y sectores en los destinos en los que se desarrolla la actividad.

## **2.10 TURISMO DE CRUCEROS COMO PRODUCTO DE DESARROLLO EN MANTA**

Si bien el desarrollo de Manta se fundamenta en la industria atunera, en los últimos años el crecimiento de la ciudad se ha basado en el turismo como es el caso del turismo de cruceros.

Existen varias maneras de atraer cierto mercado a un destino, Quintero y Aceytuno (2014) menciona la proximidad geográfica a los mercados, la accesibilidad, disponibilidad de atracciones, los vínculos culturales, disponibilidad de servicios, la asequibilidad, la estabilidad y la seguridad.

A raíz de aquello, se procederá a realizar un análisis FODA para desglosar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee Manta con respecto al sector de cruceros.

**Tabla 2.** Análisis FODA.

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructuras adecuadas del puerto.</li> <li>• Accesibilidad al puerto.</li> <li>• Presencia del terminal de cruceros.</li> <li>• Amplia industria turística y hotelera.</li> <li>• Casco central y comercial cercano al puerto, fácil de recorrer.</li> <li>• Oferta diversa.</li> <li>• Ubicación geográfica.</li> <li>• Instalación de Ferias artesanales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auge del crucerismo mundialmente.</li> <li>• Consideración de Manta dentro de las rutas crucerísticas por las compañías navieras.</li> <li>• Cercanía con otros cantones.</li> <li>• Posicionamiento de Ecuador en el sector turístico.</li> <li>• Presencia de los pasajeros y tripulantes en tierra firme generando gastos e ingresos.</li> <li>• Generación de empleos.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitada señalética turística dentro del muelle y en la ciudad.</li> <li>• Servicio informal de taxis cerca del sector Portuario.</li> <li>• Insuficiente publicidad y promoción de Manta como destino de cruceros.</li> <li>• Falta de concientización en la ciudadanía sobre la importancia de los cruceros en la ciudad como generador de empleo e ingresos monetarios para el cantón y la provincia.</li> <li>• Escasos puntos de información turística.</li> <li>• El nivel de idiomas en la atención al cliente y los servicios complementarios es casi nulo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económica.</li> <li>• Competencia directa de otros puertos y destinos.</li> <li>• Falta de seguridad y limpieza en la ciudad.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla 4 se identificaron los puntos fuertes y débiles, ciertamente existen cosas que deben mejorar para brindar un servicio de calidad en el arribo de los cruceros, los cuales se ven plasmados en las debilidades y amenazas, a continuación, se darán algunas recomendaciones:

## **DEBILIDADES/RECOMENDACIONES:**

- **Limitada señalética turística dentro del muelle y en la ciudad.**

Colocar mayor cantidad de señaléticas, especialmente en los alrededores de la ciudad.

- **Servicio informal de taxis cerca del sector Portuario.**

Mayor control por parte de las autoridades en cuanto a los taxistas informales o en caso, crear una normativa de funcionamiento de los taxistas.

- **Insuficiente publicidad y promoción de Manta como destino para el Turismo de cruceros.**

Innovar y crear mayor publicidad, por medios como internet y redes sociales.

- **Falta de concientización en la ciudadanía**

Informar a la población sobre la importancia de los cruceros en la ciudad como generador de empleo e ingresos monetarios para el cantón y la provincia.

- **Escasos puntos de información turística.**

Creación de puntos de información turística que estén al alcance de los turistas y la ciudadanía.

- **El nivel de idiomas en los prestadores de servicios es casi nulo.**

Brindar cursos gratuitos o de bajo coste de idiomas (inglés) a los trabajadores para potenciar la calidad del servicio.

## **AMENAZAS/RECOMENDACIONES:**

- **Competencia directa de otros puertos y destinos.**

Ofertar nuevas actividades con estándares de calidad altos para lograr una diferencia.

- **Falta de seguridad y limpieza en la ciudad.**

Dialogar con las autoridades encargadas para el control y limpieza, de la misma manera educar a la ciudadanía para que aporte de manera positiva porque el tema en específico incluye directamente a la población.

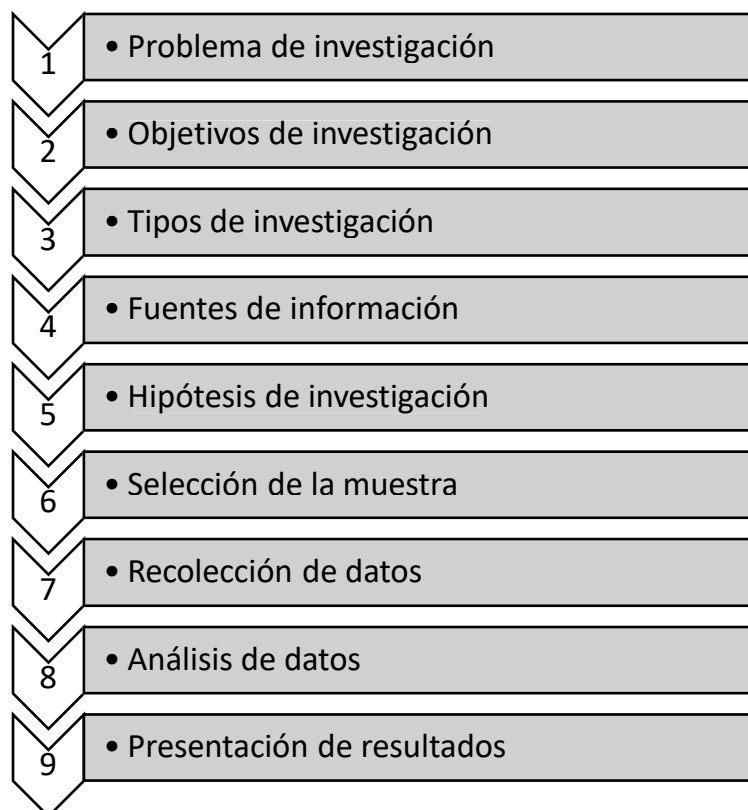
Luego de haber analizado la situación de Manta a través del análisis FODA y de las recomendaciones dadas se puede manifestar que a raíz del crecimiento que está viviendo el Turismo de cruceros beneficiará a Manta desde tres enfoques:

- ✓ El primero para convertir a la ciudad en destino turístico, aprovechando la presencia de los crucerista debido a que es puerto base y alrededor del 60% de los pasajeros procuran regresar al mismo lugar por medio de otra manera de vacacionar.
- ✓ El segundo para la Autoridad Portuaria: servirá para extender y aumentar los negocios del puerto.
- ✓ El tercero para la población: integrará a la comunidad en las actividades turísticas, reactivara las zonas rurales porque en los recorridos estas zonas son integradas dentro de los recorridos. Además, ayudará a la generación de empleos mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

## CAPÍTULO III.

### DISEÑO METODOLÓGICO

En el capítulo tres se hará alusión a los procedimientos, herramientas y técnicas aplicadas en la investigación. Se utilizará la metodología expuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2014) teniendo como base las siguientes etapas:



**Figura 8.** Etapas de la investigación

**Fuente:** Hernández R. Fernández C. Baptista P. (2014) [Figura]. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Es preciso mencionar que los puntos 1 (Problema de investigación) y 2 (Objetivos de investigación) fueron detallados al inicio de la investigación.

### 3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación cuantitativa y cualitativa, utilizando métodos como el de campo, exploratorio y documental.

**Investigación cualitativa:** los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. (Días, 2002)

**Investigación cuantitativa:** prima en la elaboración de hipótesis y pretende comprobar, justificarlas en base a un marco teórico previamente elaborado. (Rivera, 2015)

Este es un trabajo cualitativo y cuantitativo, porque ambos métodos se analogan con la naturaleza de la investigación. Con el análisis cualitativo se pudo determinar, estudiar y describir las actividades y el comportamiento del mercado receptor, analizando los resultados obtenidos; mientras que el análisis cuantitativo parte de lo obtenido en el cualitativo y a raíz de esto se encontrará la variabilidad en cantidad/números/estadísticos que se muestren en dicho fenómeno, a través de su periodo de aplicación.

Por otra parte, la autora también se basó en los objetivos planteados con anterioridad, partiendo de esto se apoyó en los métodos: descriptivo, exploratorio, documental y de campo.

**Investigación descriptiva:** es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y el “por qué” del sujeto de estudio. (Namakforoosh, 2005, pág. 91)

Se pudo describir las características, factores socio-culturales, económicos, demográficos, comportamiento de los pasajeros y en base a los resultados, se realizó una estimación de los impactos que tiene la afluencia de los pasajeros cuando arriban a la ciudad.

**Investigación exploratoria:** el objetivo es examinar un problema o situación para proporcionar conocimiento y entendimiento. (Malhotra, 2004, pág. 73)

En la investigación fue necesario analizar minuciosamente cada hecho y siendo la encuesta una de las herramientas utilizadas para la recolección de información.

**Investigación documental:** permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información. (Baray, 2006)

La búsqueda de información de este objeto de estudio fue pretenciosa y complicada, sin embargo, se indagó en libros, estudios de casos, artículos y revistas principalmente, complementado la información con documentos de sitios webs.

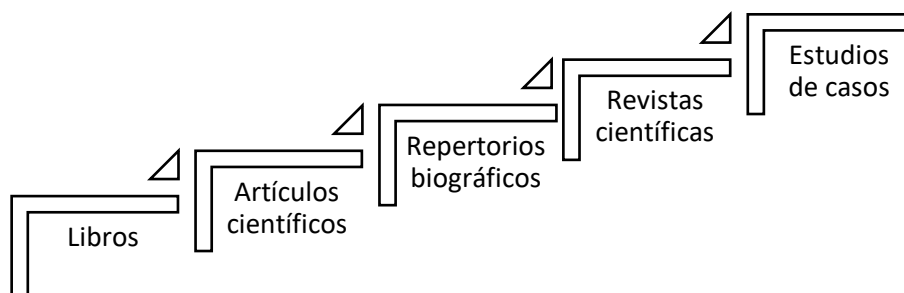
**Investigación de campo:** consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. (Avendaño, 2006, pág. 35)

En este estudio se realizaron tres visitas de campo en el interior del Puerto, Terminal de Cruceros y Plaza Cívica en el arribo de cruceros (periodo 2019).

### 3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

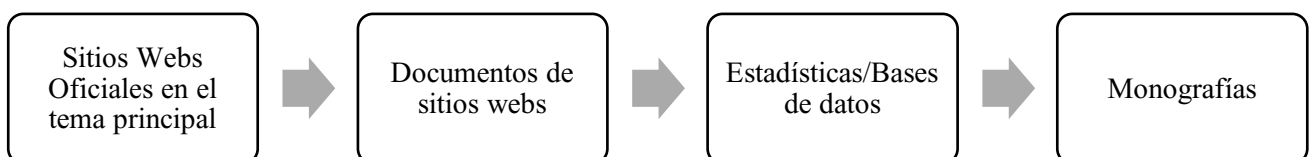
**Fuentes de información primarias:** Las fuentes utilizadas en la investigación fueron varias, destacaron algunas (ver figura 9), las cuales se encontraron en la web.

**Figura 9.** Fuentes Primarias.



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de Calderón D. (2011)

**Fuentes de información secundarias:** las fuentes secundarias utilizadas en esta investigación fueron varias (ver figura 10) las cuales sirvieron para complementar útilmente las fuentes primarias.



**Figura 10.** Fuentes secundarias.

**Fuente:** Elaboración propia.



Otra de las fuentes de información que sirvieron como complemento fue la brindada por personal de la TPM (Terminal Portuario de Manta) y la Dirección de Turismo del GAD de Manta.

### 3.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La hipótesis presentada es la siguiente: “El Turismo de cruceros y la afluencia de pasajeros genera considerables impactos en el sector social, cultural y económico de Manta”

En dónde:

- **Variable independiente:** Turismo de cruceros.
- **Variable dependiente:** Impactos en el sector social, cultural y económico.

En virtud de aquello, surge la pregunta de la investigación siendo: ¿Cuál es el impacto social, cultural y económico del turismo de cruceros en Manta?

La hipótesis será o no comprobada en base a los resultados obtenidos, se apoyará en una deducción lógica y en conocimientos ordenados y sistematizados.

### 3.4 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Determinar el tamaño de la muestra se debe justificar de acuerdo al planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación. (Psyma, 2015)

Se empleó una muestra representativa de los cruceristas que visitan el puerto con el objetivo de obtener información mediante encuestas y para tener un aproximado se tomó como base la cantidad de pasajeros arribados de dos cruceros, la cual fue facilitada por la Terminal Portuaria.

La técnica utilizada para determinar un muestreo probabilístico se la reflejará en la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 Npq}{e^2 (N-1) + z^2 pq}$$

En dónde:

*n* = el tamaño de la muestra.

$Z$ = trata de la desviación estándar, es decir el nivel de confiabilidad deseado. El nivel de confianza habitual es del 95%, en este estudio se decidió de la misma manera el 95% arrojando un resultado de  $Z=1.96$

$N$ = es la población total. Se tomaron en cuenta la cantidad de los cruceros: Salen Ship con 167 pasajeros y Holland America Line con 1392 pasajeros; arrojando un total de 1562 cruceristas. Se tomaron esas cantidades porque fue donde se dio la apertura para ingresar a las instalaciones.

$p$ = tiene que ver con la negatividad de la variabilidad, por lo general es del 20%.

$q$ = al contrario de la anterior tiene que ver con la positividad de la variabilidad, usualmente es del 80%

$e$ = margen de error, para este caso se aceptó una proporción de error del 5% (0.5)

Sustituyendo los datos de la fórmula, quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2 Npq}{e^2 (N-1) + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 1562 (0.80) (0.20)}{(0.5)^2 * (1562-1) + (1.96)^2 (0.80) (0.20)}$$

$$n = 979.6864 / 1,561.6272$$

$$n = 627$$

En base al resultado obtenido se deben aplicar 627 encuestas.

### 3.5 RECOLECCIÓN DE DATOS/INFORMACIÓN

Se emplearon entrevistas, encuestas y observación.

**Entrevistas:** fueron de índole investigativo no estructuradas, mediante la elaboración de formularios con preguntas abiertas cuyo fin es el de recolectar información más a profundidad sin descuidar el objetivo de estudio; dirigidas a:

ENTREVISTADO	GÉNERO	OCUPACIÓN
Ing. Katherine Cevallos	Femenino	Asesora de administración de la TPM

Ing. Daniela Mora	Femenino	Asistente de proyectos y actividades turísticas en la Dirección de Turismo GAD.
Sr. Marcos Anchundia	Masculino	Dueño del Restaurant “El Delfín Azul” San Lorenzo.
Sr. Lember Bravo	Masculino	Taxista.
Lic. Belén Detken	Femenino	Guía turístico.
Lic. Jonathan Molina	Femenino	Guía turístico.
Eco. Gabriel Zamora	Masculino	Guía turístico.

**Tabla 3.** Perfil de los entrevistados.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Encuestas:** las encuestas fueron dirigidas a los pasajeros con un formulario de once preguntas de elección múltiple.

Las preguntas fueron redactadas con el propósito de delimitar:

- Motivaciones de los turistas para visitar la ciudad.
- Lugares específicos que les gustaría conocer.
- Saber el nivel socio-demográfico de los cruceristas.
- Conocer el presupuesto que los pasajeros estén dispuestos a gastar en la ciudad.
- Las expectativas de Manta como destino de cruceros.

Conjuntamente, se realizaron 15 encuestas a personas inmiscuidas en la industria de los cruceros como personalidades de la TPM, Dirección de Turismo GAD, artesanos, empresarios.

**La observación:** Heinemann (2003) menciona que “la observación científica son las técnicas de captación sistemática, controlada y estructurada de los aspectos de un acontecimiento que son relevantes para el tema de estudio y para las suposiciones teóricas en que éste se basa” (pág. 135).

Es verdad que la llegada de los cruceros conlleva un gran movimiento en la ciudad, se percibe otro ambiente para los locales; entonces, mediante la técnica de la observación participante directa y con la ayuda de una cámara fotográfica se recolectó información relevante. De igual

manera se pudo observar e inmiscuir en la organización de la TPM previo al arribo de los cruceros y el zarpe de los mismos en el puerto.

### **3.6 ANÁLISIS DE DATOS**

Fue necesario analizar e interpretar la información obtenida para demostrar el cumplimiento de los objetivos del trabajo investigativo. Para analizar de manera eficaz la información, se procedió a dividir en cuatro campos (ver tabla 6) lo cual facilitará distinguir y agrupar correctamente los datos obtenidos con los instrumentos de recolección.

ÁREA	FACTORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
<b>SOCIAL</b>	Percepción de los habitantes sobre la actividad crucerista.	Observación.	Población de Manta.
	Apreciación de entidades con conocimiento del turismo de cruceros en la ciudad.	Encuesta	TPM y la Dirección de Turismo del GAD Municipal.
	Procedencia y perfil del pasajero.	Encuesta	Turista- Terminal Portuaria de Manta.
<b>CULTURAL</b>	Interés por sitios históricos culturales.	Encuesta	Turista.
	Afluencia en sitios culturales.	Entrevista	Museos y Dirección de turismo del GAD.
	Eventos culturales (Folklore y Artesanías)	Observación	Puerto y centro de la ciudad.
	Gastronomía.	Observación.	Sitio Turístico.
<b>ECONÓMICO</b>	Niveles de consumo.	Encuesta.	Crucerista.
	Tarifas obligatorias a pagar en puerto.	Entrevista	Terminal Portuaria de Manta.
	Participación laboral e ingresos.	Entrevista- Documentos.	Terminal Portuaria de Manta.
	Divisas.	Entrevista- documentos.	Terminal Portuaria de Manta-Material bibliográfico.

**Tabla 4.** Matriz de identificación de impactos.

**Fuente:** Elaboración propia.

La estructura tiene la finalidad de organizar y facilitar los factores influyentes en los sectores mencionados, dividiendo en cuatro ítems: (ver tabla 6)

1. Áreas.
2. Factores.
3. Técnicas.
4. Fuentes. (ver tabla 6)

**Las áreas**, son los sectores en donde influye el cruce como son: el social, cultural y económico. Posterior se procedió a desglosar los **factores** los cuales indicarán y servirán de guías para analizar los sucesos de impactos en las áreas mencionadas. Por consiguiente, se plantearán las **técnicas** utilizadas para registrar información y por último las **fuentes** las cuales servirán de soporte complementario en la investigación.

## CAPÍTULO IV

### PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se mostrarán los resultados obtenidos en el estudio.

Nº	LÍNEA	Nº	LÍNEA	FECHA DE ARRIBO	PAX	TRIPULACIÓN	AGENCIA NAVIERA
1	PHOENIX REISEN GMBH BONN	1	PHOENIX REISEN GMBH BONN	10/1/2019	512	335	ISS - SEALINK
2	HOLLAND AMERICA LINE	2	HOLLAND AMERICA LINE	12/1/2019	120	451	ISS - SEALINK
3	HOLLAND AMERICA LINE	3	HOLLAND AMERICA LINE	13/2/2019	1.023	595	ISS - SEALINK
4	CRUISE & MARITIME VOYAGES	4	CRUISE & MARITIME VOYAGES	26/2/2019	790	340	ISS - SEALINK
5	OCEANIA CRUISES	5	OCEANIA CRUISES	21/3/2019	700	764	ISS - SEALINK
6	NORWEGIAN CRUISES LINE	6	NORWEGIAN CRUISES LINE	24/3/2019	1.289	936	ISS - SEALINK
7	CELEBRITY CRUISES	7	CELEBRITY CRUISES	30/3/2019	2.100	1.231	ATLAS MARINE - BROOM
8	SALEN SHIP	8	SALEN SHIP	3/4/2019	100	67	ATLAS MARINE - REMAR
9	HOLLAND AMERICA LINE	9	HOLLAND AMERICA LINE	14/4/2019	1.002	589	ISS - SEALINK
10	PRINCESS CRUISES	10	PRINCESS CRUISES	3/8/2019	1.021	1.009	ISS - SEALINK
11	HOLLAND AMERICA LINE	11	HOLLAND AMERICA LINE	24/10/2019	800	595	ISS - SEALINK
12	REGENT SEVEN SEAS CRUISES	12	REGENT SEVEN SEAS CRUISES	11/11/2019	301	500	ISS - SEALINK
13	SEABOURN	13	SEABOURN	13/11/2019	213	350	ISS - SEALINK
14	CELEBRITY CRUISES	14	CELEBRITY CRUISES	29/11/2019	1.701	983	ATLAS MARINE - BROOM
15	NORWEGIAN CRUISES LINE	15	NORWEGIAN CRUISES LINE	13/12/2019	1.621	659	ISS - SEALINK
16	VIKING OCEANS	16	VIKING OCEANS	20/12/2019	930	501	ISS - SEALINK
<b>TOTAL</b>					<b>18.769</b>	<b>9.905</b>	<b>28.674</b>

**Tabla 5.** Registro cruceros arribados en el periodo 2019

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada de la TPM.

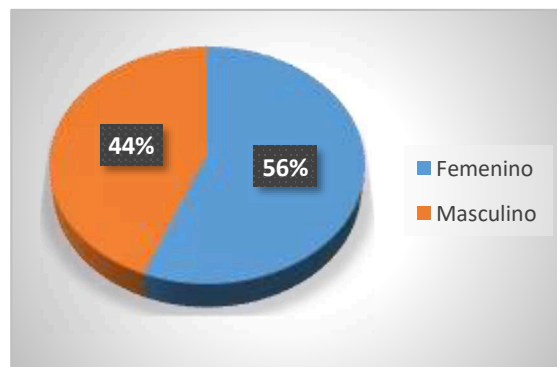
#### 4.1 ENCUESTA A CRUCERISTAS

*Muestra:* 627 encuestas.

*Dirigida:* a cruceristas de los cruceros de Hapag Lloyd Cruises y Seabourn.

##### 1. Sexo.

Sexo	N° de cruceristas	Porcentaje
Femenino	351	51%
Masculino	276	49%
Total	627	100%



**Tabla 6.** Sexo de los cruceristas.

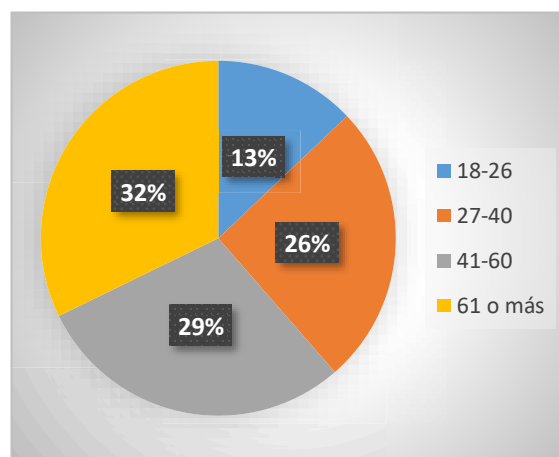
**Figura 11.** Sexo de los cruceristas

**Fuente:** Elaboración propia.

**Fuente:** Elaboración propia.

##### 2. Edad Promedio.

Edad	N° de cruceristas	Porcentaje
18-26	81	13%
27-40	161	26%
41-60	183	29%
61 o más	202	32%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>



**Tabla 7.** Edad de los cruceristas.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Figura 12.** Representación edad promedio

**Fuente:** Elaboración propia.

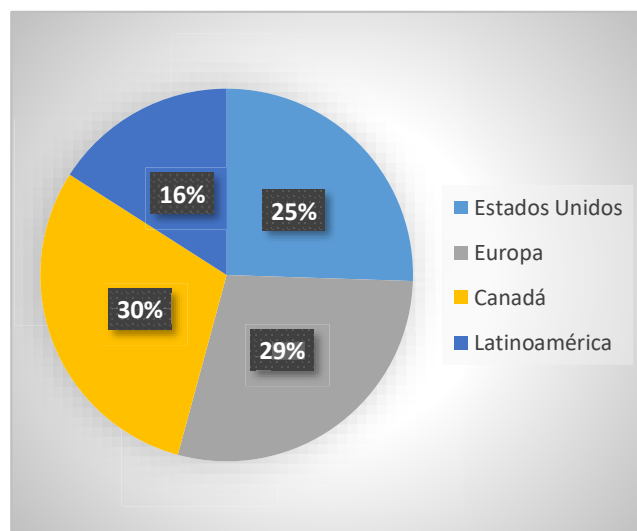


### 3. Procedencia.

Lugar	N° de cruceristas	Porcentaje
EEUU	160	25%
Europa	180	29%
Canadá	187	30%
Latinoamérica	100	16%
Total	627	100%

**Tabla 8.** Procedencia de los cruceristas.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 13.** Representación procedencia.

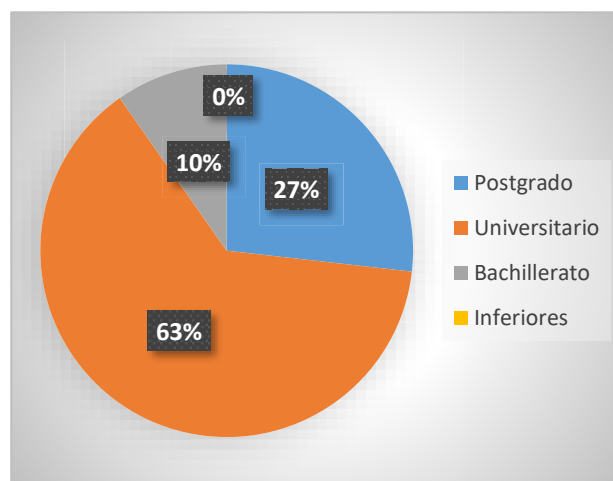
**Fuente:** Elaboración propia.

### 4. Nivel Educativo.

Nivel de educación	N° de cruceristas	Porcentaje
Postgrado	168	27%
Universitario	398	63%
Bachillerato	61	10%
Inferiores	0	0%
Total	627	100%

**Tabla 9.** Nivel educativo de los cruceristas

**Fuente:** Elaboración propia

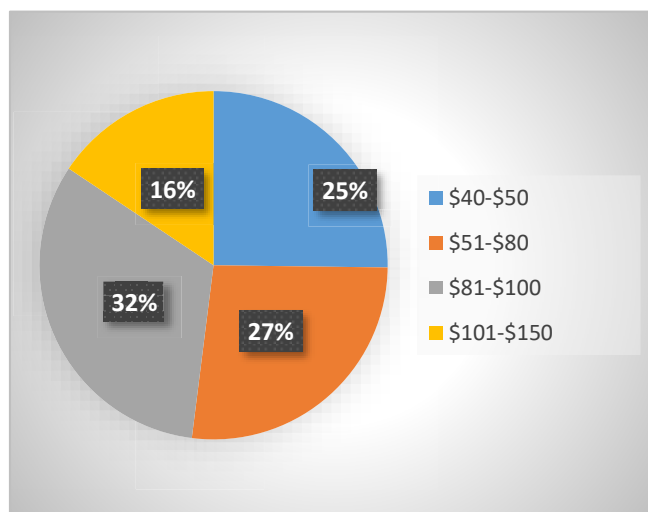


**Figura 14.** Representación nivel educativo

**Fuente:** Elaboración propia.

### 5. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en Manta?

Rango	N° de cruceristas	Porcentaje
\$40-\$50	158	25%
\$51-\$80	168	27%
\$81-\$100	203	32%
\$101-\$150	98	16%
Total	627	100%



**Figura 15.** Representación de los gastos.

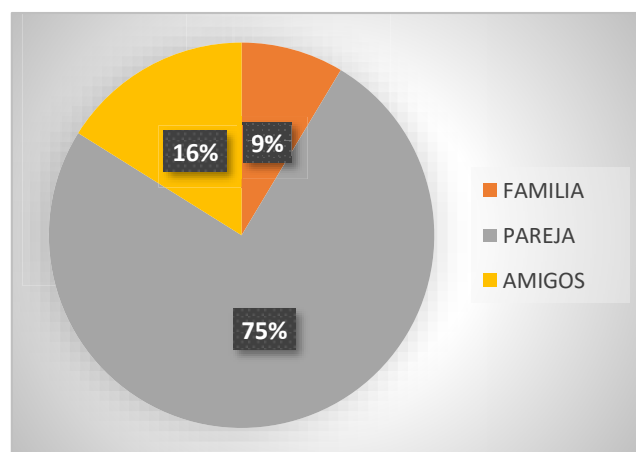
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 10.** Gastos de los cruceristas.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 6. ¿Usted viaja con?

Viaja con	N° de cruceristas	Porcentaje
Familia	54	9%
Pareja	472	75%
Amigos	101	16%
Total	627	100%



**Figura 16.** Representación

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 11.** Acompañamiento.

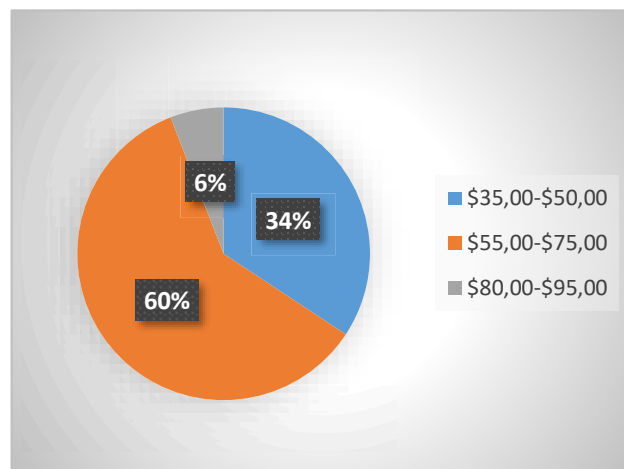
**Fuente:** Elaboración propia.

## 7. ¿Cuánto pagaría por un tour en Manta?

Precio	N° de cruceristas	Porcentaje
\$35,00-\$50,00	215	34%
\$55,00-\$75,00	375	60%
\$80,00-\$95,00	37	6%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

**Tabla 12.** Gasto en un tour.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 17.** Representación gasto.

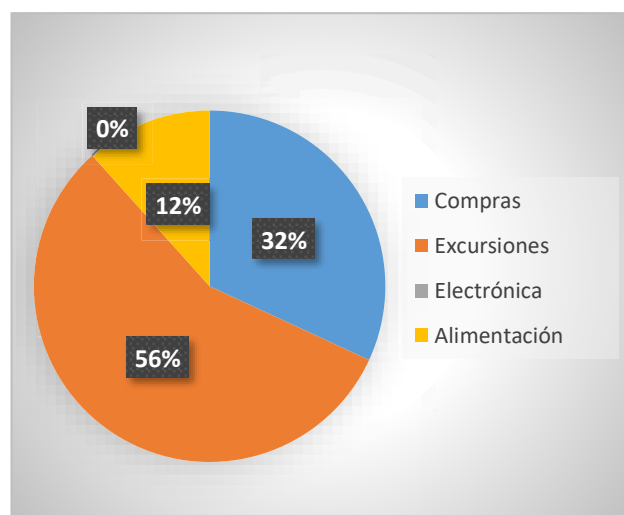
**Fuente:** Elaboración propia.

## 8. ¿En qué gastaría más?

Precio	N° de cruceristas	Porcentaje
Compras	200	39%
Excursiones	354	32%
Electrónica	0	0%
Alimentación	73	29%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

**Tabla 13.** Opciones de gasto.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 18.** Representación opciones gasto

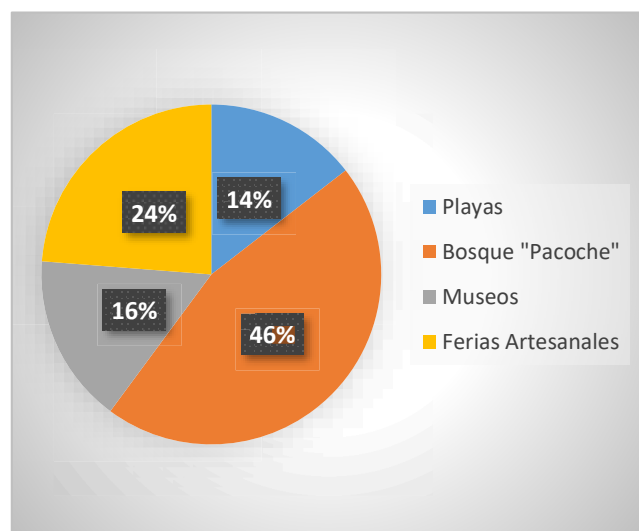
**Fuente:** Elaboración propia.

## 9. ¿Qué lugares le gustaría conocer?

Lugares	N° de cruceristas	Porcentaje
Playas de Manta	91	14%
Bosque "Pacoche"	286	32%
Sitios culturales (Museos, Astillero)	101	25%
Ferias artesanales	149	29%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

**Tabla 14.** Lugares a conocer.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 19.** Representación de lugares.

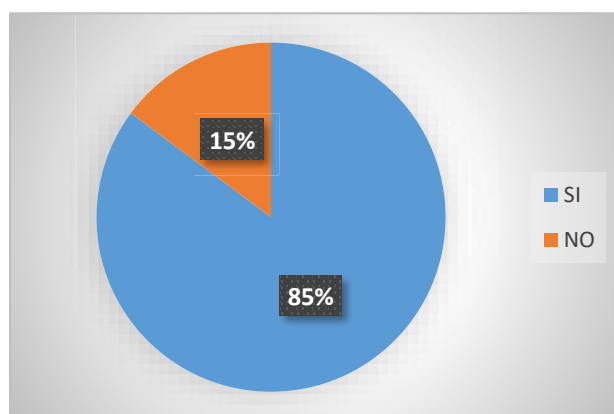
**Fuente:** Elaboración propia.

## 10. ¿Regresaría a Manta?

Opción	N° de cruceristas	Porcentaje
Sí	534	85%
No	93	15%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

**Tabla 15.** Regresar a Manta.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Tabla 20.** Representación de regreso.

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.2 IMPACTO CULTURAL.

Espacio Cultural	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	Ago.	Oct.	Nov.	Dic.	Total Cruce-ristas
-Museo Centro Cultural Manta	632	961	2012	756	876	498	1261	2000	8996
-Museo Municipal Etnográfico Cancebí de Manta	0	852	2077	346	145	302	954	551	5227
<b>TOTAL</b>	14.223 cruce-ristas.								

**Tabla 16.** Visita de cruce-ristas en museos periodo 2019

**Fuente:** Elaboración propia con datos brindados del Departamento administrativo Museo Manta .



**Figura 21.** Número de stands en ferias.

**Fuente:** Elaboración Propia con datos brindados Dirección Turismo GAD.

### 4.3 IMPACTO SOCIAL:

#### ENTREVISTA A OPERADORAS TURÍSTICAS.

**Muestra:** 3 entrevistas.

**Dirigida:** guías turísticos de Akorn, Metropolitan touring y Narwell tours.

**Tabla 17.** Entrevista a Operadora Turística Akorn

<b>Entrevista N°1</b>	<b>Operadora Turística Akorn</b> Lic. Belén Detken.
<p>¿Cuántos guías trabajan en el arribo de cruceros?</p> <p>Recalcar que nosotros operamos en todos los cruceros que arriben en el puerto, con aproximadamente 12 guías turísticos.</p>	<p>¿Cuál es el salario de un guía turístico por prestar sus servicios?</p> <p>Los pagos oscilan entre \$75,00 y \$100,00</p>
<p>¿Cuáles son las rutas que ofrecen normalmente a los cruceristas?</p> <p>Las del Spondylus, Paja Toquilla y los denominado Tours Triple “A” los cuales comúnmente son para la tripulación. (ver anexos 5 y 7)</p>	<p>¿Qué incluyen los tours?</p> <p>Incluyen transporte, guías turísticos especializados y entradas a lugares. No incluimos la alimentación, el pasajero el menú a su gusto.</p>
<p>¿Cuál es la duración de los tours?</p> <p>Por lo general tienen una duración de 4 a 6 horas.</p>	<p>¿Cuál es el precio de los recorridos?</p> <p>Los costos dependen de los lugares que se vayan a visitar. Los precios de las rutas más concurridas varían entre \$45,00/\$70,00/\$85,00 y \$120,00 (ver anexos 5,6,7 y 8)</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

Entrevista N°2	<p align="center"><b>Agencia de viajes Narwell Tour.</b></p> <p align="center">Eco. Gabriel Zamora.</p>
<p>¿Cuántos guías trabajan en el arribo de cruceros?</p> <p>Le explico, nosotros operamos cuando llegan cruceros con gran cantidad de pasajeros, es decir cuando son 1700 o más, en ese momento contamos con alrededor de 10 guías turísticos.</p>	<p>¿Cuál es el salario de un guía turístico por prestar sus servicios?</p> <p>Un aproximado de \$70.00 hasta \$75.00</p>
<p>¿Cuáles son las rutas que ofrecen normalmente a los cruceristas?</p> <p>Narwell Tours ofrece dos rutas una denominada “The crafts of Manta and Montecristi” y Colibrí, donde la mayormente elegida es la primera. (ver anexos 6 y 7)</p>	<p>¿Qué incluyen los tours?</p> <p>Los recorridos incluyen servicio de transporte gratuito desde el Puerto hasta la Terminal de Cruceros, transporte para los tours, guías turísticos especializados y entradas a lugares. En cuanto a la alimentación Narwell Tours tiene un “convenio” con el restaurante “El Delfín 2” en San Lorenzo, es decir llevamos a los turistas a dicho lugar, pero ellos elijen el alimento que quieran consumir.</p>
<p>¿Cuál es la duración de los tours?</p> <p>Tienen una duración de 4 horas.</p>	<p>¿Cuál es el precio de los recorridos?</p> <p>Los precios de ambos tours son de \$65,00 y \$85,00</p>

**Tabla 18.** Entrevista a agencia de viajes Narwell Tour.

**Fuente:** Elaboración propia.

Entrevista N°3	<b>Agencia de viajes Metropolitan Touring</b> Ing. Jonathan Molina (Guía turístico)
<p>¿Cuántos guías trabajan en el arribo de cruceros?</p> <p>Metropolitan touring cuenta con 10 guías turísticos especializados.</p>	<p>¿Cuál es el salario de un guía turístico por prestar sus servicios?</p> <p>Los precios son de \$80,00 hasta \$90,00.</p>
<p>¿Cuáles son las rutas que ofrecen normalmente a los cruceristas?</p> <p>Ofrecemos los recorridos a las rutas del Spondylus, Colibrí y Paja Toquilla (ver anexos 5, 6 y 7)</p>	<p>¿Qué incluyen los tours?</p> <p>Los recorridos incluyen “Free Shuttle Service” (Servicio de transporte gratuito) desde el Puerto hasta la Terminal de Cruceros, además del transporte para los tours, guías turísticos, entradas a lugares y no se incluye la alimentación</p>
<p>¿Cuál es la duración de los tours?</p> <p>Por lo general tienen una duración de un mínimo de 4 horas y un máximo de 6 horas.</p>	<p>¿Cuál es el precio de los recorridos?</p> <p>Los precios de las rutas más concurridas son \$34,00/\$50,00/\$70,00/\$85,00</p>

**Tabla 19.** Entrevista a agencia de viajes Metropolitan Touring

**Fuente:** Elaboración propia.

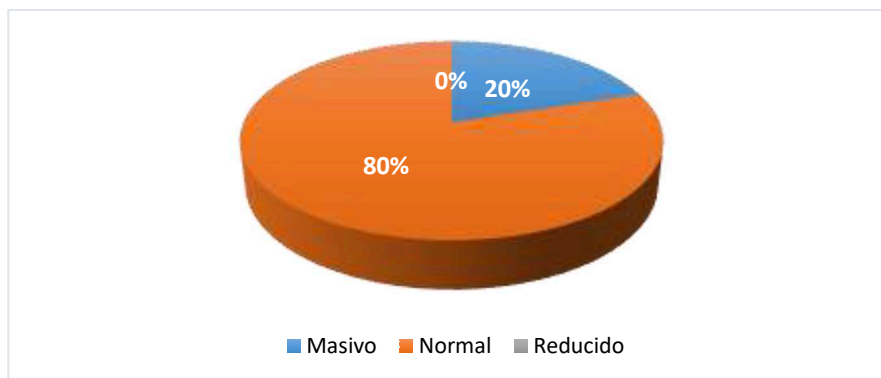


*ENCUESTA DIRIGIDA A ENTES INMISCUIDOS EN EL SECTOR DE LOS CRUCEROS.*

*Muestra:* 15 encuestas.

*Dirigida:* artesanos, dueños de restaurantes, Dirección de Turismo GAD.

**1. ¿Cómo calificaría el movimiento de cruceristas en Manta?**



**Figura 22.** Representación movimiento de cruceristas.

**Fuente:** Elaboración propia.

Masivo	3	20%
Normal	12	80%
Reducido	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

**Tabla. 20** Movimiento de cruceristas.

**Fuente:** Elaboración propia.

2. ¿Piensa que la afluencia de cruceristas aporta en el desarrollo turístico de la ciudad?



**Figura 23.** Representación aporte en el desarrollo turístico.

**Fuente.** Elaboración propia.

Sí	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	15	100%

**Tabla 21.** Aporte del crucerismo en el desarrollo turístico.

**Fuente.** Elaboración propia.

3. ¿Considera usted que el movimiento generado por los cruceros impulsa a la mejora de las infraestructuras en espacios públicos?



**Figura 24.** Representación mejora de las infraestructuras.

**Fuente:** Elaboración propia.

Sí	13	87%
No	2	13%
<b>Total</b>	15	100%

**Tabla 22.** Mejora de las infraestructuras en espacios públicos.

**Fuente:** Elaboración propia.

**4. ¿Cree usted que la ciudadanía en general está preparada para recibir a los cruceristas?**



**Figura 25.** Representación preparación de la ciudadanía

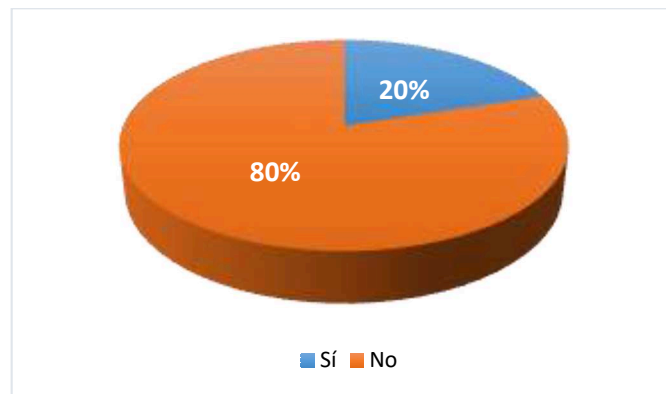
**Fuente:** Elaboración propia.

Sí	2	13%
No	13	87%
<b>Total</b>	15	100%

**Tabla 23.** Preparación de la ciudadanía.

**Fuente:** Elaboración propia.

5. ¿Considera usted que hubo un aumento de robos y/o vandalismo producto de la actividad crucerista en Manta?



**Figura 26.** Representación aumento de delincuencia.

**Fuente:** Elaboración propia.

Sí	2	20%
No	8	80%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

**Tabla 24.** Aumento de la delincuencia.

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.4 IMPACTO ECONÓMICO

##### TARIFAS OBLIGATORIAS A PAGAR EN EL PUERTO DE MANTA.

<i>Servicios</i>	<i>Tarifa</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Veces/Cantidad Periodo 2019</i>	<i>Total periodo 2019</i>
<i>Arriendo de escala a naves</i>	\$1,743.80	Por recalada	16	\$27,999.8
<i>Uso de facilidades por remolcador</i>	\$87.25	Por operación	16	\$1,396
<i>Uso de facilidades por prácticos</i>	\$87.25	Por operación	16	\$1,396
<i>Amarre y desamarre</i>	\$58.16	Por operación	16	\$930.56
<i>Arribo de pasajeros</i>	\$2.32	Por pasajero	18,602	\$43,156.64
<i>Uso del Terminal de Pasajeros de Cruceros</i>	\$29.08	Por pasajero	18,602	\$43,156.64
<i>Suministro de agua potable</i>	\$17.28	Por m <sup>3</sup>	180 m <sup>3</sup>	\$3,110.4
<i>Uso de tanquero de combustible</i>	\$15.91	Por m <sup>3</sup>	40 m <sup>3</sup>	\$636.4
<i>Retiro de basura</i>	\$34.56	Por m <sup>3</sup>	276 m <sup>3</sup>	\$9,538.56
<i>Cierre perimetral</i>	\$2,025.85	Por recalada	16	\$32,413.6
<i>Uso de instalaciones (Buses 30-40 personas)</i>	\$51.85	Vehículo/Día	260	\$13,468
<i>Uso de instalaciones (Mini Buses 15- 30 personas)</i>	\$40.33	Vehículo/Día	135	\$5,444.55

<i>Uso de infraestructuras Camionetas</i>	\$1.16	Por ticket	24	\$27.84
<i>Uso de infraestructuras Camiones</i>	\$1.75	Por ticket	39	\$68.25
<i>Uso de infraestructura Tanquero de agua</i>	\$4.07	Por ticket	23	\$93.61
<i>Uso de infraestructura Tanquero de combustible</i>	\$11.60	Por ticket	3	\$34.50
<b>TOTAL.</b>				\$434,056.55

**Tabla 25.** Ingresos al puerto por la prestación de servicios

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM.

<b>ITEMS</b>	<b>2019</b>
Tour/Recorridos	\$55.00
Transporte	\$20.00
Compras (souvenir, recuerdos, etc)	\$28.00
Alimentación (Comida y bebida)	\$8.00
Otros	\$2.00
<b>Gasto promedio de crucerista (US\$)</b>	<b>\$113.00</b>

**Tabla 26.** Gasto promedio por pasajero. (Elije tour por operadora)

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM.

<b>ITEMS/TAXISTAS.</b>	<b>2018</b>
Tour realizado por los taxistas.	\$38.00
Compras (souvenir, recuerdos, etc)	\$28.00
Alimentación (Comida y bebida)	\$8.00
Otros	\$2.00
<b>Gasto promedio de crucerista (US\$)</b>	<b>\$76.00</b>

**Tabla 27.** Gasto promedio por pasajero (Elije tour por Taxis)

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM.

<b>ITEMS.</b>	<b>2018</b>
Transporte local	\$7.00
Compras (souvenir, recuerdos, etc)	\$28.00
Alimentación (Comida y bebida)	\$8.00
Otros	\$2.00
<b>Gasto promedio de crucerista (US\$)</b>	<b>\$45.00</b>

**Tabla 28.** Gasto promedio por pasajero (Cuenta propia)

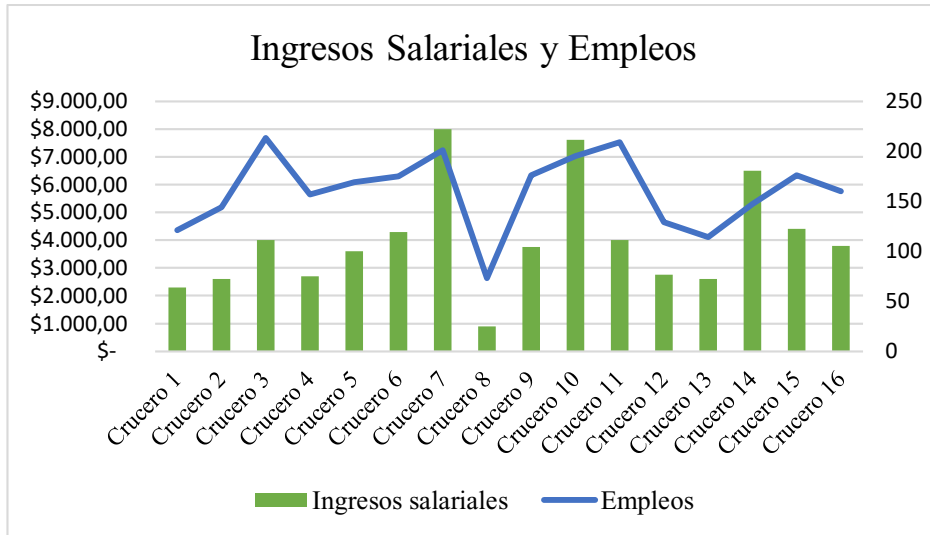
**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM.

<b>Cruceros</b>	<b>N° de empleos generados por recalada</b>	<b>Ingresos salariales por recalada</b>
Crucero 1	121	\$2300,00
Crucero 2	144	\$2600,00
Crucero 3	213	\$4000,00
Crucero 4	157	\$2700,00
Crucero 5	169	\$3600,00
Crucero 6	175	\$4300,00
Crucero 7	201	\$8000,00
Crucero 8	73	\$900,00
Crucero 9	176	\$3760,00
Crucero 10	195	\$7600,00
Crucero 11	209	\$4000,00
Crucero 12	129	\$2750,00
Crucero 13	114	\$2600,00
Crucero 14	147	\$6500,00
Crucero 15	176	\$4400,00
Crucero 16	160	\$3800,00
<b>Total</b>	<b>2559</b>	<b>\$63.810,00</b>

**Tabla 29.** Participación laboral e ingresos por cruceros.

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM.





**Figura 27.** Representación de participación laboral e ingresos.

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por la TPM

## CAPÍTULO V

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 5.1 IMPACTO SOCIAL

**Percepción de los habitantes sobre la actividad crucerista:** es uno de los componentes primordiales debido a que expresará la impresión los locales respecto a lo que sucede, recibiendo de manera directa los impactos derivados del turismo de crucero. Por lo cual, percatarse de la percepción de la comunidad ayudará a detectar problemas y a su vez encontrar las posibles soluciones. Los resultados reflejan que la población percibe positivamente la actividad, destacando los beneficios económicos que conlleva.

En el estudio de campo se visualizó que el comportamiento de la comunidad estuvo en estándares normales, las actividades se realizan con regularidad, no obstante, la movilidad si se ve alterada como consecuencia del aumento del tráfico, por la presencia de los buses que trasladan a los pasajeros.

**Apreciación del GAD Municipal y TPM referente al turismo de cruceros:** se analiza este factor desde las encuestas realizadas a entidades inmiscuidas en este campo, se optó por el GAD y la TPM porque son sujetos con conocimiento amplio del tema y uno de los objetivos de la investigación es obtener información precisa para conseguir un resultado fiable.

En la pregunta N°1 (ver tabla 20) la afluencia del pasajero es considerada normal con un 80% mientras que un 20% lo estimaron masivo. En la segunda pregunta (ver tabla 21) el 100% de los encuestados coincidieron en que aporta en el desarrollo turístico de la ciudad, en efecto la parte pública se ha interesado en mejorar infraestructuras, no solo por la presencia de cruceros sino por el turismo en general, porque mostrar excelencia en la planta turística es esencial para que el turista pase una buena estadía y quiera volver, esto se plasma en la pregunta N°3 en donde un 87% lo afirma y un 13% lo niega. (ver tabla 22)

Los resultados de las encuestas no fueron favorables en cuanto a la preparación de la ciudadanía; dado que, el 87% aludieron que no y únicamente el 13% estuvo de acuerdo en que sí. (ver tabla 23)

En la quinta interrogante se mencionó el asunto de la delincuencia, no es de ocultar que los delincuentes aprovechan la presencia de extranjeros para cometer actos delictivos,

favorablemente el 80% indicó que no se han suscitado escenas de aquello, dado que se toman las medidas necesarias para que exista un control por parte del departamento de policías, al contrario del 20% consideró que incrementa en pequeñas medidas. (ver tabla 24)

**Procedencia del crucerista:** la muestra se compuso de un 44% hombres y un 56% mujeres (ver tabla 6), la procedencia fue variada, el 29% de los visitantes eran europeos, el 25% de nacionalidad norteamericana, el 30% canadienses y el restante 16% a ciudadanos latinoamericanos (ver tabla 8). La edad promedio predominante fue de 61 años o más con el 32% (ver tabla 7). El nivel educativo fue alto, el 63% poseían títulos universitarios, 27% postgrado y el 10% pasan por el bachillerato (ver tabla 9). A su vez el 75% viaja con su pareja, el 16% con amigos y el 9% con familia (ver tabla 11).

En términos generales los pasajeros se sintieron satisfechos, corroborándose en la pregunta diez (ver tablas 15), los resultados fueron favorables, el 85% de los encuestados regresarían y escogerían a Manta como destino para vacacionar.

## 5.2 IMPACTO CULTURAL.

**Interés por sitios históricos culturales:** Manta posee extraordinarios atractivos turísticos, se intenta que la cultura sea uno de ellos, acogiendo actos y eventos culturales, pero quizás no tengan la relevancia en comparación a otros. Es necesario conocer la importancia que tenga para los cruceristas, a fin de deducir el impacto de los extranjeros en la cultura local.

El 25% de los pasajeros eligió conocer lugares culturales (ver tabla 14). Por lo regular, los turistas tienen mayor interés en visitar “Ciudad Alfaro-Montecristi” en lugar de sitios culturales en la ciudad. Esto se puede suscitar por la carencia de sitios culturales, actualmente existen dos museos centrales los cuales tal vez deberían promocionarse más o complementarlo con otras actividades, como es el caso de Ciudad Alfaro, donde se encuentran el mausoleo, tren y Cancebí.

**Afluencia en sitios culturales:** la concurrencia de visitantes en lugares culturales en Manta es baja, en realidad, cuando mayor número de visitas poseen son en temporadas turísticas altas y en el arribo de cruceros. Al ser “Senior” el mercado concurrente, permite que dichos lugares sean de interés para ellos, por tanto, aprecian y se sienten atraídos por la historia local, algo que les llama considerablemente la atención es nuestra cultura y la manera de representarla.

La mayoría de las agencias de viajes trasladan a los pasajeros al Museo Central y al Museo Municipal Etnográfico Cancebí. Todas las visitas son registradas en la “Plataforma de La Red de Museos a Nivel Nacional” de la página del Ministerio de Cultura y Patrimonio, reflejando que en el periodo 2019 hubo un total de 39.678 registros en los museos, de los cuales 14.223 registrados eran cruceristas. (ver tabla 16)

**Eventos culturales (Folklore y Artesanías):** los eventos culturales presentados son las conocidas ferias artesanales, una en la Plaza Cívica organizada por la Dirección de Turismo del GAD y otra en la Terminal de Cruceros planificada por la Terminal Portuaria con alrededor de 58 stands en total (figura 21) conformadas por artesanos y emprendedores.

Se ofrecen diferentes productos, prendas de vestir representativas del país, variedades de chocolates, souvenirs, accesorios, joyería, licores, etc. Además de presentaciones de la elaboración de sombreros de paja toquilla, bailes locales y algunas veces música característica del país en vivo. A más de las ferias mencionadas no se presentan más eventos culturales, lo cual debería mejorar, sin desmerecer la ayuda que disponen para la generación de empleos e impulso para la ciudad.

**Gastronomía:** es un componente significativo en la identidad local, por tanto, ocupa un papel fundamental como atractivo inmaterial de interés turístico, de hecho, es demandada por extranjeros, siendo este el caso de las personas provenientes de los cruceros, especialmente por los mariscos.

La mayoría de los tours estructurados no incluyen la alimentación, algunas se inclinan por “convenios” con determinados restaurantes comúnmente ubicados en la zona rural de San Lorenzo, uno de los entrevistados mencionó el restaurante “Delfín Azul” especialmente por la variedad de los platos del menú y estructuralmente es uno de los más grandes. Se efectuó la visita al lugar donde se entabló una conversación con el Sr. Marcos Anchundia (dueño del restaurante) mencionó que cuando llegan los turistas contratan a un/a mesero/a pues no creen necesario la presencia de más personal, además tienen cartillas con el menú en varios idiomas lo que les facilita la comunicación con los pasajeros. Además, se percibió limpieza, organización y predisposición de los trabajadores, las señaléticas eran insuficientes.

### 5.3 IMPACTO ECONÓMICO.

**Niveles de consumo:** embarca el gasto en tierra generado por los pasajeros y la tripulación. Es preciso recordar que en promedio los cruceros permanecen en el puerto un mínimo de diez horas y un máximo de doce, como consecuencia, los gastos más significativos se centran en operadoras turísticas, guías, alimentación, transporte, compras (artesanías/souvenirs) y algún gasto adicional (ver tabla 26).

Hay pasajeros y tripulantes que eligen comprar un tour establecido por alguna operadora o agencia de viajes, otros optan por los recorridos presentados por los taxistas y un pequeño porcentaje prefiere hacerlo por cuenta propia, caminando y teniendo un contacto más directo con los atractivos más céntricos.

En el periodo 2019 hubo un total de 18.769 pasajeros (ver tabla 7), no obstante, 12.715 decidieron conocer la ciudad, de los cuales 10.121 escogieron ir con una operadora de turismo, 1995 prefirieron los servicios brindados por los taxistas y 599 optaron conocer la ciudad por cuenta propia. En el caso de la tripulación sucede lo mismo, de hecho, de 9005 (100%) tripulantes únicamente visitaron la ciudad 853 (9%), por tanto, 244 se inclinaron por la primera opción y 609 por la tercera.

De igual modo, se tomaron en cuenta los resultados obtenidos en las encuestas para darle mayor veracidad a la investigación, la interrogante n°5 (ver tabla 10) mostró que el 32% gastaría entre \$81,00 a \$100,00; el 27% entre \$51,00 a \$80,00; el 25% entre \$40,00 a \$50,00 y el restante el 16% entre \$101,00 a \$150,00. El 65% pagaría por un tour entre \$55,00 a \$75,00, el 34% entre \$35,00 a \$50,00 y el 6% entre \$80,00 a \$95,00. (tabla 12)

La pregunta n°8 (tabla 10) hizo énfasis en el producto/objeto en el que gastarían, arrojando que el 32% gastarían en compras, las excursiones/tours con un 56% y el 12% por la degustación de la gastronomía manabita, es decir la alimentación.

Partiendo de esto, se puede calcular un total del gasto en tierra de los pasajeros y tripulantes, tomando en cuenta información brindada por parte de la TPM plasmado en las tablas 26, 27 y 28 más los resultados obtenidos en las encuestas.

<b>Tipo de recorrido.</b>	<b>Gasto por pasajero y tripulación.</b>	<b>Cantidad de pasajeros y tripulación.</b>	<b>Gasto total por pasajeros y tripulación.</b>
<i>-Tours por operadoras</i>	\$113.00	10.365	\$1'171.245
<i>-Tours por taxistas</i>	\$76.00	2.048	\$155.648
<i>-Cuenta propia</i>	\$45.00	1.208	\$54.360
<i>TOTAL</i>	--	19.422	\$1'381.253

**Tabla 30.** Gasto total de pasajeros y tripulación (Periodo 2019).

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la TPM.

La tabla 30 evidencia que el gasto generado por los pasajeros y tripulación en el periodo 2019 fue de \$1'381.253 incluyendo los factores mencionados con anterioridad.

**Tarifas obligatorias a pagar:** el puerto cuenta con un tarifario establecido, en cuanto a la sección de cruceros, son varios los requerimientos que la agencia naviera debe pagar obligatoriamente para que el puerto brinde sus servicios, dichos puntos han sido organizados y presentados (ver tabla 25) incluido el Impuesto al Valor Agregado, dejando un total de ingresos de \$434,056.55 en el periodo 2019.

**Participación laboral e ingresos:** el arribo de buques más el gasto de los pasajeros tienen un impacto directo en el empleo y los salarios para los locales empleados por las empresas que proporcionan servicios al sector de cruceros.

Cuando un crucero recalca en Manta se generan varias fuentes de empleo, iniciando por las operadoras y agencias de viajes, los guías turísticos que son contratados por ellos, los cuales mayoritariamente son de Manta pocos de Guayaquil y Quito.

La agencia naviera a más de precisar de los servicios del puerto también solicita de demás sujetos, por ejemplo, en el año 2019 requirió abastecerse de agua, contratando a la empresa de agua "AquaHer", por otra parte, para el retiro de basura lo realizaron con "MANSUPPLIES". Por último, el retiro de aceite y abastecimiento de combustible con la empresa "Ocean Oil".

Como se mencionó, se organizan ferias artesanales con alrededor de 48 stands, cada uno tiene un valor monetario, los que se ubiquen en la Terminal de Cruceros tienen un precio de

\$33,35 y \$25,00 los de la Plaza Cívica. En el periodo 2019 hubo un total de ingresos de \$14.288 por el arriendo de los mismos. Dentro de las ferias, se presentan el grupo de taxis “Taxi Tours” quienes cuentan con los permisos respectivos para poder operar, ofreciendo a los cruceristas tours elaborados por ellos mismos.

Para poder laborar, la TPM exige que se haya atendido un curso de inglés básico, estudios sobre calidad de servicio y atención al cliente y pago de permisos, pero no todos cumplen con los requerimientos, uno de los ejemplos notorios es la presencia de taxistas informales ofreciendo recorridos, cobran \$15,00 por hora al contrario de “Taxi Tours” que cobran \$25,00 además de la concurrencia de otros vendedores, como de sombreros de paja toquilla, souvenirs y prendas de vestir son lo más común.

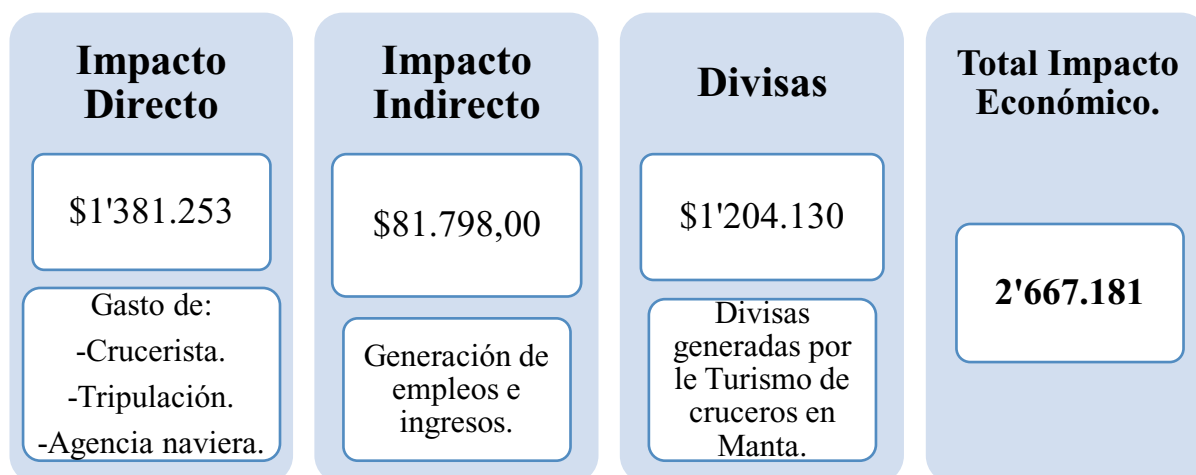
Es complicado para las autoridades llevar un control en los ingresos monetarios que obtengan, debido a que ellos no llevan un registro previo. Es por esto que, obtener un resultado fidedigno es complicado, por tanto, se procedió a realizar un estudio por medio de la investigación de campo.

Aclarando aquello, se procede a deducir un total con cifras cedidas por los autores, testificando que regularmente por cada visita ganan hasta \$20.00, depende mucho de la cantidad de pasajeros, el periodo 2019 alrededor de 180 pasajeros gastaron dinero en el trabajo informal. El total de los ingresos dejados fue de \$3600.00 según datos propiciados por el departamento administrativo de la TPM.

En el campo gastronómico concurre un movimiento, aunque no es excesivo existe. Comúnmente los dueños de los restaurantes solamente contratan una persona más (mesero/a) lo demás es normal. Según datos proporcionados por el departamento administrativo de la Terminal Portuario de Manta en el periodo 2019 se generó un total de 2559 fuentes de empleo (ver tabla 30 y figura 28) dejando ingresos salariales de \$63.910,00 sumándole a este valor el ingreso del arriendo de los stands arrojando un total de ingresos de \$78.198,00

**Divisas:** el campo de los cruceros es una de las principales fuentes generadoras de divisas en Manta, logrando que la economía local aumente, beneficiando y dejando ingresos en distintos sectores como los restaurantes, transporte, lugares comerciales y artesanos. De igual forma, se agrega el ingreso suscitado de los impuestos y tarifas portuarias a pagar en los atracos.

De acuerdo con información proporcionada por el departamento financiero de la TPM el ingreso de divisas en el año 2019 fue de \$1'204.130. En razón de lo expuesto se procede a calcular un total general de la influencia del turismo de cruceros en la economía de Manta, teniendo como base los factores mencionados, fraccionándolos en impacto directo e indirecto más las divisas para facilitar su estimación. (ver figura 29)



**Figura 29.** Total impacto económico.

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos de la TPM y GAD Municipal.

En resumen, el total de ingresos fue de \$2'667.181 en el periodo 2019 y para tener una mejor perspectiva del impacto que ha generado en la economía local se realiza una comparación de los ingresos monetarios en los últimos 3 años, como se evidencia en la tabla 32.

AÑO	Nº CRUCEROS	PASAJEROS+ TRIPULACIÓN	IMPACTO DIRECTO	IMPACTO INDIRECTO	DIVISAS	TOTAL INGRESOS ECONÓMICOS.
2017	21	33.817	\$1'657.476	\$94.316	\$1'303.087	\$3'054.879
2018	21	34.382	\$1'796.253	\$96.582	\$1'513.120	\$3'405.955
2019	16	28.674	\$1'381.253	\$81.798	\$1'204.130	\$2'667.181

**Tabla 32.** Comparación 3 últimos años.

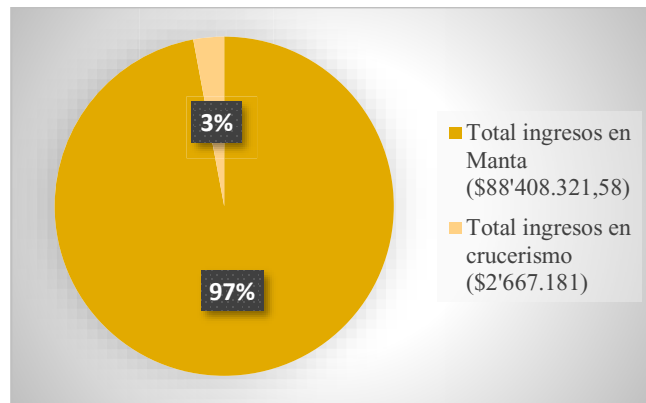
**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos por parte de la TPM.

Los ingresos del año 2018 fueron los que sobresalieron en relación a los demás, con una diferencia de \$742.774 en comparación del año 2019. El 2017 fue uno de los años en donde



también se suscitaron ganancias de \$3'054.879. Los campos principalmente beneficiados son el transporte, guianzas, comercio y gastronomía.

El 2019 fue un periodo aceptable en la economía de la ciudad, quizás no el mejor en comparación a otros años, siendo el principal motivo la cantidad de cruceros y pasajeros que recalaron. En resumen, el crucerismo dejó ingresos de \$2'667.181, aunque es de enfatizar que algunos resultados son tentativos, a consecuencia de que no se lleva un control de ciertos puntos, por situaciones externas de los organismos locales responsables del campo de los cruceros.



**Figura 30.** Aportación del crucerismo en la economía de Manta periodo 2019

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del GAD Municipal y TPM.

En el periodo 2019 el total de ingresos en la economía de Manta fue de \$88'408.321,58 en donde el Turismo de cruceros aportó en un 3% en los ingresos existentes, aunque no se presencie en un porcentaje mayor, el crucerismo ayuda al reconocimiento de la ciudad como destino de cruceros, siendo esto lo más relevante para que en un futuro sea más visitado y de esta manera los ingresos aumenten.

## CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

En conclusión, el turismo de cruceros es una actividad que ha evolucionado a través de los años en un mejor contexto económico y socio-cultural, manteniendo un crecimiento constante y sostenido, siendo la ciudad de Manta un claro ejemplo de aquello. Las investigaciones realizadas por José Acosta y Juan Brida sirvieron de guía en el análisis de la información.

De acuerdo con la investigación, la relación entre el turismo de cruceros y la comunidad local que visitan dependen del grado de interacción entre crucerista, territorio y población anfitriona. En Manta, las visitas se reducen a unas pocas horas, con lo que no se puede lograr más que un conocimiento anecdótico y estereotipado de la realidad local.

Los residentes perciben los beneficios sociales y culturales, pero en menor escala que los económicos; el principal motivo radica en la generación de empleos, por ejemplo, en el periodo 2019 hubo 2559 fuentes de empleo, añadiéndole el gasto de la agencia naviera y los pasajeros en tierra firme, se convierten en factores claves para el desarrollo económico.

Los resultados del ejercicio permitieron deducir que la industria perteneciente al segmento de cruceros en Manta, tiene el potencial para proveer beneficios económicos de manera directa e indirecta; donde, los más representativos son los gastos en agencias de viajes locales, restaurantes, transporte, comerciantes, cultura, guía entre otros.

En virtud de aquello se valida la hipótesis planteada previamente, demostrando causalidad entre las variables; puesto que, la presencia de los buques aporta indudablemente en el desarrollo de los sectores mencionados, beneficiando a la comunidad local y al progreso turístico de la ciudad, pero no es de eludir que hay que trabajar y mejorar en los aspectos que han sido tratados en el transcurso del proyecto, para brindar un servicio con estándares de calidad, sin hacer caso omiso que el mayor beneficiado debe ser la población.

Los resultados obtenidos en esta investigación servirán como aporte a futuras investigaciones especialmente para el control y mejoramiento de los factores influyentes en dicho sector. Además, pueden ser utilizados por las autoridades pertinentes, que poseen la ventaja competitiva de tener puertos marítimos, para atraer a más grandes consumidores o más bien, aumentar el gasto de pasajeros que desembarcan en el puerto Manta. Además, los

resultados obtenidos servirán como aporte a futuras investigaciones especialmente para el control y mejoramiento de los factores influyentes en dicho sector.

Para finalizar, se debe señalar, que las investigaciones futuras deban incluir la aplicación de técnicas de este estudio a otros periodos de tiempo en el mismo destino y/o a otros destinos de cruceros incluidos en las mismas rutas de cruceros, de manera que los resultados puedan ser comparados y verificar si existe un aumento o no.

## 6.2 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda abordar trabajos investigativos que ayuden y sumen en el monitoreo de esta modalidad con el fin de tener conocimiento y realizar mejoras a futuro.
- Caracterizar la oferta y la promoción turística con la finalidad de palpar las carencias y proponer nuevas maneras de percibir, conocer y recorrer la ciudad, conjuntamente sería interesante que las autoridades analizaran y estudiaran meticulosamente el impacto de los cruceros desde el punto de vista de sus habitantes, todo ello con la finalidad de garantizar la sostenibilidad y sobretodo el éxito de dicha actividad y su competitividad mundial.
- Fomentar la promoción de una marca en la ciudad, destacando los atractivos con los que cuenta la ciudad, mediante actividades de publicidad y marketing, una estrategia sería la creación de logos o eslóganes.
- Es importante que las autoridades pertinentes mantengan un registro y control constante de los costos y beneficios obtenidos de la actividad crucerista, puesto que servirán en la realización de políticas de planeación, orden y gestión, con el propósito de obtener mayores beneficios para la comunidad mantense.
- Es evidente que el turismo de cruceros es una plataforma de crecimiento para Manta, pero se aprecian ciertas irregularidades, en atención a lo cual se recomienda que haya más organización y comunicación entre las autoridades para que los procesos sean ágiles y eviten ser fatigosos.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Advisor, B. R. (07 de 2007). *Business Research & Economic Advisor*. Obtenido de Business Research & Economic Advisor: <https://www.f-cca.com/downloads/mexico-study2.pdf>
- Ana Isabel Quintero de Paz & M<sup>a</sup> Teresa Aceytuno Pérez. (2014). *Uhu*. Obtenido de Uhu: [https://www.uhu.es/IICIED/pdf/14\\_14\\_turis.pdf](https://www.uhu.es/IICIED/pdf/14_14_turis.pdf)
- Antonio Peláez Verdet & Pilar Loscertales Sánchez. (2018). Evaluación de la sostenibilidad económica del turismo de cruceros. Una aproximación metodológica en el Litoral Mediterráneo español. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1-15.
- Artesi, L. (2004). *Desarrollo turístico en Ushuaia*. Buenos Aires: CEPAL.
- Avendaño, P. G. (2006). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud*. Caracas: CDCH.
- Barantes, Y. C. (5 de 11 de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/m2iy1v3iyuwp/que-es-una-agencia-naviera/>
- Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Edición electrónica.
- Barbosa, L. H. (2013). *Turismo Tendencias globales y planificación estratégica*. Colombia: ECOES.
- Blas, S. S. (2015). *Papers de turisme*. Obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/362/301>
- BlogSpot. (12 de 11 de 2017). *BlogSpot*. Obtenido de BlogSpot: <http://impactosocioculturaldelturismo.blogspot.com/2013/11/impacto-sociocultural-del-turismo.html>
- Butler, M. (2008). *Turismo de cruceros*. Madrid: Cedra.
- Cajal, M. (15 de 04 de 2019). *Mabel Cajal: Marketing y turismo digital*. Obtenido de Mabel Cajal: Marketing y turismo digital: <https://www.mabelcajal.com/2019/04/tipos-de-turismo.html/>
- Calderón, D. H. (23 de 5 de 2011). *Bvsper*. Obtenido de Bvsper: [http://bvsper.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes\\_informacion.pdf?ua=1](http://bvsper.paho.org/videosdigitales/matedu/cam2011/Fuentes_informacion.pdf?ua=1)
- CAMAE. (07 de 05 de 2018). *Cámara Marítima del Ecuador*. Obtenido de Cámara Marítima del Ecuador: <http://www.camae.org/barcos/las-10-mayores-companias-navieras-del-mundo/>
- Cordero, J. C. (2011). *Turismo y cambio sociocultural*. México: Plaza Y Valdes.

- Cruceraadmin. (07 de 09 de 2016). *Tu crucero*. Obtenido de Tu crucero: <https://www.tucrucero.com/blog/poco-historia-origen-los-cruceros/>
- Días, P. F. (27 de 05 de 2002). *Fiesterra*. Obtenido de Fiesterra: [fiesterra.com/gestor/upload/guias/cuanti\\_cuali2.pdf](http://fiesterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf)
- Díaz, A. (04 de 09 de 2015). *Crucero Adicto*. Obtenido de <https://cruceroadicto.com/workshop-cruceros-2015-en-ecuador.html>
- Díaz, A. (19 de 06 de 2019). *Statista*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/569166/evolucion-anual-del-numero-de-pasajeros-de-cruceros/>
- Efe. (01 de 05 de 2018). *El nuevo Herald*. Obtenido de El nuevo Herald: [elnuevoherald.com/ultimas-noticias/article210199244.html](http://elnuevoherald.com/ultimas-noticias/article210199244.html)
- Efe. (09 de 01 de 2019). *Menú.Ediciones.ES*. Obtenido de Menú.Ediciones.ES: <https://www.efe.com/efe/cono-sur/turismo/ministra-uruguay-destaca-la-importancia-del-crucero-para-marca-pais/50000833-3862393>
- Elena Cruz Ruiz y Elena Ruiz Romero de la Cruz . (01 de 2015). *Research Gate*. Obtenido de Research Gate: [https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-1-PRINCIPALES-DESTINOS-DE-PASAJEROS-DE-CRUCEROS\\_fig1\\_317167697](https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-1-PRINCIPALES-DESTINOS-DE-PASAJEROS-DE-CRUCEROS_fig1_317167697)
- Encalada, E. (05 de 03 de 2018). *El comercio*. Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/viajar/cuatro-puertos-ecuatorianos-atraen-turismo.html>
- Fernández, J. A. (30 de 10 de 2009). *Repositorio*. Obtenido de Repositorio: <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/1529/Amer%20Debates.pdf?sequence=1>
- Galán, F. (19 de 03 de 2015). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/FranGalan1992/turismo-de-cruceros-46042094>
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.
- Granizo, V. M. (2016). *DSpace*. Obtenido de DSpace: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5873/1/T-UC-0009-481.pdf>
- Guzmán, J. A. (2017). Impacto económico del turismo de crucero: Caso República Dominicana. *El periplo sustentable*, 3-21. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n33/1870-9036-eps-33-35.pdf>
- Heinemann, K. (2003). *INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA*. Barcelona: Paidotribo. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bjJYAButFB4C&printsec=frontcover&dq=INTRODUCCI%C3%93N+A+LA+METODOLOG%C3%8DA+DE+LA+INVESTIGACI>

%C3%93N+EMP%C3%8DRICA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj787ioz5LlAhVFm  
uAKHR7WB\_AQ6AEIKDAA#v=snippet&q=t%C3%A9nicas%20de%20captaci%C  
3%B3

Herrera, L. (18 de 03 de 2018). *EcuadorInmediato.com*. Obtenido de EcuadorInmediato.com:

[https://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818834278&umt=mas\\_2150\\_turistas\\_arribaron\\_en\\_manta\\_por\\_temporada\\_cruceros](https://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818834278&umt=mas_2150_turistas_arribaron_en_manta_por_temporada_cruceros)

Hidroblog. (23 de 11 de 2016). *Hidroblog*. Obtenido de Hidroblog:  
<http://hidroblog.com/2016/11/23/los-impactos-ambientales-la-industria-cruceros/>

Hosteltur. (24 de 05 de 2019). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur:  
[https://www.hosteltur.com/lat/128932\\_fcca-considera-que-los-cruceros-en-centroamerica-no-han-sido-explotados.html](https://www.hosteltur.com/lat/128932_fcca-considera-que-los-cruceros-en-centroamerica-no-han-sido-explotados.html)

Juan Gabriel Brida, Daniel Bukstein, Nicolás Garrido, Emiliano Tealde y Sandra Zapata Aguirre . (06 de 2010). *DSpace*. Obtenido de DSpace:  
<https://dspace.ort.edu.uy/bitstream/handle/20.500.11968/2780/documentodeinvestigacion58.pdf>

Juan Gabriel Brida, Sandra Zapata Aguirre y Claudia María Giraldo Velásquez. (2010). ANÁLISIS DEL PERFIL Y SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS DE CRUCEROS. *TURyDES*.

León, D. M. (2004). *Generalidades sobre Metodología*. México: Universidad Autónoma del Carmen. Obtenido de Unacar.

López, R. G. (11 de 05 de 2016). *Aprendedeturismo.org*. Obtenido de Aprendedeturismo.org:  
<https://www.aprendedeturismo.org/turismo-de-cruceros-historia-situacion-actual-y-futuro-del-la-industria/>

Lyonnet, J. (23 de 10 de 2018). *Hosteltur LATAM*. Obtenido de Hosteltur LATAM:  
[https://www.hosteltur.com/lat/125920\\_argentina-espera-llegar-millon-turistas-cruceros-4-anos.html](https://www.hosteltur.com/lat/125920_argentina-espera-llegar-millon-turistas-cruceros-4-anos.html)

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercado*. México: Pearson.

Manta, P. d. (19 de 07 de 2011). *Plan de desarrollo del Puerto de Manta*. Obtenido de Plan de desarrollo del Puerto de Manta: [http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/10\\_plan\\_desarrollo\\_puerto\\_de\\_manta.pdf](http://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/10_plan_desarrollo_puerto_de_manta.pdf)

Manta, T. P. (2018). *TPM Terminal Portuario de Manta*. Obtenido de TPM Terminal Portuario de Manta: <http://tpm.ec/terminal-portuario-manta-integra-beneficios-desarrollos-gestion/>

- Marín, J. J. (2013). Impacto social y económico generado por el turismo de cruceros que visitan la ciudad de Punta Arenas. *Diálogos*, 11-25. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/285720393\\_El\\_impacto\\_social\\_y\\_economico\\_generado\\_por\\_el\\_turismo\\_de\\_los\\_cruceros\\_que\\_visitan\\_la\\_ciudad\\_de\\_Puntarenas](https://www.researchgate.net/publication/285720393_El_impacto_social_y_economico_generado_por_el_turismo_de_los_cruceros_que_visitan_la_ciudad_de_Puntarenas)
- Marítimo, R. S. (2019). ESTADÍSTICAS MUNDIALES DE PASAJEROS DE CRUCEROS DE 2018. *Revista del sector marítimo*. Obtenido de <https://sectormaritimo.es/estadisticas-mundiales-de-pasajeros-de-cruceros-de-2018%E2%82%AC>
- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: CASLON. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GbZ5JOIoDEC&printsec=frontcover&dq=La+encuesta:+una+perspectiva+general+metodol%C3%B3gica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjic6pzpLlAhVIHqwKHb7iB8gQ6AEIKDAA#v=onepage&q=pasos%20realizar%20una%20encuesta&f=false>
- Medina, M. E. (20 de 09 de 2016). *Academia* . Obtenido de Academia : [academia.edu/29762612/Objetivos\\_empresa\\_naviera](https://academia.edu/29762612/Objetivos_empresa_naviera)
- Mendoza, M. (19 de 10 de 2018). *El comercio*. Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/manta-inauguracion-terminal-pasajeros-cruceros.html>
- Miranda, R. F. (21 de 06 de 2014). *Alba Sud*. Obtenido de Alba Sud: <http://www.albasud.org/noticia/es/595/un-an-lisis-cr-tico-del-turismo-de-cruceros-caracterizaci-n-e-impactos-de-una-actividad-en-pleno-crecimiento>
- Mith. (18 de 12 de 2013). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/192407150/AGENCIA-NAVIERA-Marco-Teorico>
- Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Molina, A. F., & Carrasco, Y. M. (2015). Concentración e impacto estacional del turismo de cruceros en Málaga. *Revista de estudios regionales*, 5-30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/755/75538751002.pdf>
- Muñoz, A. P. (17 de 10 de 2019). *El turismo de cruceros en la región de El Caribe*. Obtenido de El turismo de cruceros en la región de El Caribe: [https://www.researchgate.net/publication/270760463\\_El\\_turismo\\_de\\_cruceros\\_en\\_la\\_region\\_de\\_El\\_Caribe](https://www.researchgate.net/publication/270760463_El_turismo_de_cruceros_en_la_region_de_El_Caribe)
- Murillo, D. P. (14 de 06 de 2013). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/danielcoperetz/los-impactos-econmicos-del-turismo>
- Nacional, A. (27 de 12 de 2002). *Ley de turismo*. Obtenido de Ley de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>



- Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa S.A.
- Noguera, N. (27 de 02 de 2019). *El Tiempo* . Obtenido de El Tiempo : [eltiempo.com/economia/sectores/colombia-con-potencial-en-turismo-de-cruceros-331764](http://eltiempo.com/economia/sectores/colombia-con-potencial-en-turismo-de-cruceros-331764)
- Noticias, M. (18 de 10 de 2018). *Manabí Noticias*. Obtenido de Manabí Noticias: <https://manabinoticias.com/en-manta-se-inaugura-manana-la-primera-terminal-de-cruceros/>
- Osorio, L. L. (05 de 09 de 2013). *Marco Trade News*. Obtenido de Marco Trade News: <http://www.marco tradenews.com/noticias/los-puertos-del-ecuador-18935>
- Peñañiel, J. (14 de 04 de 2019). *El universo*. Obtenido de El universo: <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2019/04/14/nota/7283864/septimo-crucero-temporada-llego-mas-1800-extranjeros-guayaquil>
- Perla Elizabeth Guerrero González & José Roberto Ramos Mendoza. (2014). *Introducción al turismo*. México: Editorial Patria. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384130.pdf>
- Prosertec. (26 de 10 de 2016). *Prosertec*. Obtenido de Prosertec: <https://prosertek.com/es/blog/puertos-cruceros-europa/>
- Psyma. (11 de 4 de 2015). *Psyma*. Obtenido de Psyma: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Rivera, M. M. (2 de 2015). *Repository*. Obtenido de Repository: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf?sequence=1>
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado & Pilar Baptista Lucio. (2014). *Metología de la investigación*. México D.F: Interamericana. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Roja, C. G. (2012). *Transportes turísticos*. Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces S.A.
- Ruiz, E. d. (2014). EL PRODUCTO CRUCERO: ITINERARIOS Y PRECIOS. *Turydes Revista Turismo y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/17/crucero.html>
- Ruiz, E. d. (2014). *Riuma*. Obtenido de Riuma: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TD\\_Cruz\\_Ruiz%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TD_Cruz_Ruiz%20(4).pdf)
- Soriano, R. R. (2002). *Investigación Social: teoría y praxis*. México: Plaza & Valdés S.A.

- Tamajón, L. A. (05 de 2015). *Luces y sombras del turismo de cruceros*. Obtenido de Luces y sombras del turismo de cruceros: [https://ddd.uab.cat/pub/dag/dag\\_a2015m9-12v61n3/dag\\_a2015m9-12v61n3p563.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/dag/dag_a2015m9-12v61n3/dag_a2015m9-12v61n3p563.pdf)
- TPM. (2017). *TPM (Terminal Portuario de Manta)*. Obtenido de TPM (Terminal Portuario de Manta): <http://tpm.ec/historia/>
- TPM. (2018). *TPM*. Obtenido de TPM: <http://tpm.ec/equipamiento/infraestructura/#patios>
- TPM. (2019). *TPM*. Obtenido de TPM: <http://tpm.ec/equipamiento/infraestructura/#equipos>
- Turismo, M. d. (13 de 08 de 2015). *Ministerio de turismo*. Obtenido de Ministerio de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/turismo-de-cruceros-una-nueva-alternativa-para-ecuador/>
- turismo, M. d. (16 de 10 de 2017). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/inicia-temporada-de-cruceros-en-ecuador/>
- Vargas, Á. (27 de 09 de 2017). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/124288\\_boom-mercado-asiatico-cruceros-alcanza-55.html](https://www.hosteltur.com/124288_boom-mercado-asiatico-cruceros-alcanza-55.html)
- Vargas, Á. (30 de 5 de 2018). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/128377\\_grandes-cifras-sector-cruceros-mundial-vistazo.html](https://www.hosteltur.com/128377_grandes-cifras-sector-cruceros-mundial-vistazo.html)
- Vargas, Á. (12 de 06 de 2019). *Hosteltur*. Obtenido de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/129296\\_cuba-el-turismo-de-cruceros-en-cifras.html](https://www.hosteltur.com/129296_cuba-el-turismo-de-cruceros-en-cifras.html)
- Velásquez, J. G. (2010). *TURyDES*. Obtenido de TURyDES: <http://www.eumed.net/rev/турыdes/08/bav.htm>
- Vértice. (2008). *Marketing turístico*. España: Vértice.
- YELIXSA K. MEJÍA CANO y KATTY R. MUÑOZ MERA . (05 de 2019). *Repositorio*. Obtenido de Repositorio: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TTT13.pdf>
- Zalaquett, M. E. (18 de 10 de 2018). *Subsecretaria de turismo*. Obtenido de Subsecretaria de turismo: <http://www.subturismo.gob.cl/2018/10/18/mas-cruceros-mas-divisas-y-mas-puestos-de-trabajo-para-chile/>
- Zulaica, A. R. (2015). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos*. España: Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=lwkpCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Asesoramiento,+venta+y+comercializaci%C3%B3n+de+productos+y+servicios+tur%C3%ADsticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewiQz6Cy8pLlAhVOnq0KHSrMBzUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Asesoramiento%2C%20venta%20>

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta dirigida a los cruceristas.

<p><b>1. SEXO</b></p> <p><input type="radio"/> MASCULINO.</p> <p><input type="radio"/> FEMENINO.</p>	<p><b>6. UD VIAJA CON?</b></p> <p><input type="checkbox"/> SOLO            <input type="checkbox"/> EN FAMILIA</p> <p><input type="checkbox"/> EN PAREJA   <input type="checkbox"/> AMIGOS</p>
<p><b>2. EDAD PROMEDIO</b></p> <p><input type="checkbox"/> 18-26            <input type="checkbox"/> 27-40</p> <p><input type="checkbox"/> 41-60            <input type="checkbox"/> 61 o más</p>	<p><b>7. ¿CUÁNTO PAGARÍA POR UN TOUR EN MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> \$35,00-\$50,00            <input type="checkbox"/> \$55,75</p> <p><input type="checkbox"/> \$80,00-\$95,00</p>
<p><b>3. PROCEDENCIA</b></p> <p><input type="checkbox"/> EEUU            <input type="checkbox"/> GERMANY</p> <p><input type="checkbox"/> CANADÁ        <input type="checkbox"/> AUSTRIA</p> <p><input type="checkbox"/> LATINOAMÉRICA</p>	<p><b>8. ¿EN QUÉ GASTARÍA MÁS?</b></p> <p><input type="checkbox"/> SOUVENIRS    <input type="checkbox"/> EXCURSIONES</p> <p><input type="checkbox"/> ELECTRÓNICA   <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">ALIMENTACIÓN</p>
<p style="text-align: center;"><b>4. NIVEL EDUCATIVO</b></p> <p><input type="checkbox"/> POSTGRADOS.</p> <p><input type="checkbox"/> UNIVERSITARIO</p> <p><input type="checkbox"/> BACHILLERATO</p> <p><input type="checkbox"/> MENORES</p>	<p><b>9. ¿QUÉ LUGARES LE GUSTARÍA CONOCER EN MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> PLAYAS        <input type="checkbox"/> BOSQUE</p> <p style="text-align: center;">“PACOCHE”</p> <p><input type="checkbox"/> MUSEOS        <input type="checkbox"/> FERIAS</p>
<p><b>5. CUÁNTO GASTARIA EN SU VISITA EN MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> \$40-\$50            <input type="checkbox"/> \$51-\$80</p> <p><input type="checkbox"/> \$81-\$100        <input type="checkbox"/> \$101-\$150</p>	<p><b>10. ¿REGRESARÍA A MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> SÍ                <input type="checkbox"/> NO</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

## Anexo 2. Survey.

Please respond to this survey for a research project concerning cruise tourism in Manta.

<p><b>1. GENDER</b></p> <p><input type="radio"/> MASCULINE.</p> <p><input type="radio"/> FEMALE.</p>	<p><b>6. ARE YOU TRAVEL WITH?</b></p> <p><input type="checkbox"/> ALONE            <input type="checkbox"/> IN FAMILY</p> <p><input type="checkbox"/> IN COUPLE        <input type="checkbox"/> FRIENDS</p>
<p><b>2. HOW OLD ARE YOU?</b></p> <p><input type="checkbox"/> 18-26                <input type="checkbox"/> 27-40</p> <p><input type="checkbox"/> 41-60                <input type="checkbox"/> 61 or more</p>	<p><b>7. HOW MUCH WOULD YOU LIKE TO SPEND ON YOUR VISIT IN MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> \$35,00-\$50,00        <input type="checkbox"/> \$55,75</p> <p><input type="checkbox"/> \$80,00-\$95,00</p>
<p><b>3. WHERE ARE YOU FROM?</b></p> <p><input type="checkbox"/> EEUU                <input type="checkbox"/> GERMANY</p> <p><input type="checkbox"/> SWITZERLAND    <input type="checkbox"/> AUSTRIA</p> <p><input type="checkbox"/> LATIN AMERICA</p>	<p><b>8. WHAT DO YOU SPEND IT MORE ON?</b></p> <p><input type="checkbox"/> SOUVENIRS            <input type="checkbox"/> EXCURSIONS</p> <p><input type="checkbox"/> ELECTRONICS        <input type="checkbox"/> FOOD</p>
<p><b>4. EDUCATIONAL LEVEL?</b></p> <p><input type="checkbox"/> POSTGRADUATE</p> <p><input type="checkbox"/> UNIVERSITY/COLLEGE</p> <p><input type="checkbox"/> HIGH SCHOOL</p> <p><input type="checkbox"/> LOWER</p>	<p><b>9. WHAT PLACES WOULD YOU LIKE TO GO TO?</b></p> <p><input type="checkbox"/> BEACHES    <input type="checkbox"/> FOREST "PACOCHE"</p> <p><input type="checkbox"/> MUSEUMS   <input type="checkbox"/> CRAFT FAIRS</p>
<p><b>5. HOW MUCH WOULD YOU SPEND ON YOUR VISIT IN MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> \$40-\$50                <input type="checkbox"/> \$51-\$80</p> <p><input type="checkbox"/> \$81-\$100              <input type="checkbox"/> \$101-\$150</p>	<p><b>10. WOULD YOU RETURN TO MANTA?</b></p> <p><input type="checkbox"/> YES                      <input type="checkbox"/> NOT</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

**Anexo 3.** Entrevista a operadoras/agencias turísticas.

**1. ¿Cuántos guías trabajan en el arribo de cruceros?**

---

**2. ¿Cuáles son las rutas que ofrecen normalmente a los cruceristas?**

---

---

**3. ¿Cuál es la duración de los tours?**

---

---

**4. ¿Cuál es el salario de un guía turístico por prestar sus servicios?**

---

---

**5. ¿Qué incluyen los tours?**

---

---

**6. ¿Cuál es el precio de los recorridos?**

---

---

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **Anexo 4. Encuesta a entes del crucerismo**

- 1. ¿Cómo calificaría el movimiento de cruceristas en Manta?**
  - Normal
  - Masivo
  - Reducido
- 2. ¿Piensa que la afluencia de cruceristas aporta en el desarrollo turístico de la ciudad?**
  - Sí
  - No
- 3. ¿Considera usted que el movimiento generado por los cruceros impulsa a la mejora de las infraestructuras en espacios públicos?**
  - Sí
  - No
- 4. ¿Cree usted que la ciudadanía en general está preparada para recibir a los cruceristas?**
  - Sí
  - No
- 5. ¿Considera usted que hubo un aumento de robos y/o vandalismo producto de la actividad crucerista en Manta?**
  - Sí
  - No

**Fuente:** Elaboración propia.

### Anexo 5. Itinerario Spondylus.

<b>RUTA DEL SPONDYLUS-\$70,00</b>
<b>ITINERARIO</b>
<p>Centro de la ciudad: Ferias artesanales en la plaza cívica, Museo del Banco Central, paso por “El Astillero”</p> <p>Traslado a Montecristi: Ciudad Alfaro (Museo, Mausoleo, Tren, Cancebí, presentación de la elaboración de Sombreros de Paja Toquilla y de tagua)</p> <p>Visita al Refugio de Vida Silvestre Pacoche.</p> <p>Visita a la Playa de San Lorenzo (Almuerzo)</p> <p>Caminata a El Faro.</p> <p>Llegada a Manta.</p>

**Fuente:** Elaboración con información brindada por guía turístico.

### Anexo 6. Itinerario Colibrí.

<b>RUTA DEL COLIBRÍ-\$85,00</b>
<b>ITINERARIO</b>
<p>Traslado a Puerto López.</p> <p>Llegada al Parque Nacional Machalilla.</p> <p>Playa Los Frailes.</p> <p>Visita Playa Puerto López (Almuerzo)</p> <p>Retorno a Manta.</p> <p>Llegada a Manta.</p>

**Fuente:** Elaboración con información brindada por guía turístico.

### Anexo 7. Itinerario Paja Toquilla.

<b>RUTA DE LA PAJA TOQUILLA-\$48,00</b>
<b>ITINERARIO</b>
Centro de la ciudad: Ferias artesanales en la plaza cívica, Museo del Banco Central, paso por “El Astillero”
Traslado a Montecristi: Ciudad Alfaro (Museo, Mausoleo, Tren, Cancebí, presentación de la elaboración de Sombreros de Paja Toquilla y de tagua)
Visita a la comunidad de Pile (artesanos tejedores de paja toquilla y mimbre)
Llegada a Manta.

**Fuente:** Elaboración con información brindada por guía turístico.

### Anexo 8. Itinerario Centro Manta.

<b>RUTA EN EL CENTRO DE MANTA- \$34,00</b>
<b>ITINERARIO.</b>
Centro de Manta.
Ferias artesanales y presentaciones artísticas en la Terminal de cruceros, Parque de la Madre y Plaza cívica.
Museos Cancebí y Central.
Recorrido en el Mercado de Pescado (Playita Mia).
Visita a El Astillero (Los Esteros)
Tiempo libre en el Mall del Pacífico.
Retorno a el Puerto.

**Fuente:** Elaboración con información brindada por guía turístico.





**Fotografía 1.** Encuesta dirigida a pasajeros del crucero Holland America Line.



**Fotografía 2.** Encuesta dirigida a pasajeros del crucero Holland America Line.



**Fotografía 3.** Encuesta dirigida a pasajeros del crucero Eclipse-Celebrity Cruises.



**Fotografía 4.** Encuesta dirigida a pasajeros del crucero Eclipse-Celebrity Cruises.



**Fotografía 5.** Diálogo con el Sr Lember Bravo (Representante del grupo Taxista “Taxi Tours”)



**Fotografía 6.** Feria artesanal localizada en la Terminal de cruceros.



**Fotografía 7.** Feria artesanal localizada en la Plaza Cívica.



**Fotografía 8.** Proceso control para el ingreso de cruceristas a la ciudad. (Rayos X)