



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Título de la Investigación:

Diagnóstico de la reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita post
pandemia Covid-19, en el periodo 2022.

Autora: Rivera Reyes Juleissy Yomaira

Tutor: Econ. Oscar Calderón Zamora


Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera Administración de Empresas

Manta- Manabí- Ecuador

Agosto 2022

Certificación del Tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el proyecto de investigación, bajo la autoría de la estudiante Rivera Reyes Juleissy Yomaira, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresa período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación cuyo tema del proyecto es "DIAGNÓSTICO DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN LOS RESTAURANTES DE LA PLAYA SANTA MARIANITA POST PANDEMIA COVID-19, EN EL PERIODO 2022."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de julio de 2022.

Lo certifico,



Econ. Oscar Calderón Zamora
Docente Tutor(a)
Área: Administración

Certificado de Urkund**Document Information**

Analyzed document	Ultima tesis Juleissy Rivera.docx (D142633449)
Submitted	8/3/2022 4:27:00 PM
Submitted by	
Submitter email	oscar.calderon@uleam.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	oscar.calderon.uleam@analysis.arkund.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Oscar Calderón Zamora".

Econ. Oscar Calderón Zamora
Docente Tutor(a)
Área: Administración

Declaración de autoría

Yo, Juleissy Yomaira Rivera Reyes manifiesto que el presente trabajo de investigación titulado " **Diagnóstico de la reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita post pandemia Covid-19, en el periodo 2022.**" ha sido desarrollado con ideas e investigaciones respetando los derechos de autor, por lo que menciono que es de mi autoría y de mi exclusiva responsabilidad legal el contenido.



Juleissy Yomaira Rivera Reyes

C.I. 131355749-6

Aprobación del trabajo de investigación por el tribunal

Los miembros del tribunal del grado dan la aprobación del trabajo de titulación sobre el tema “**Diagnóstico de la reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita post pandemia Covid-19, en el periodo 2022**”, elaborado por la egresada Rivera Reyes Juleissy Yomaira, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Carrera Administración de Empresas.

Ing.Mendoza Briones Amado Antonio

Presidente Del Tribunal

Ing. Marcillo Pin Karla Rosanna

Miembro del tribunal

Ing. Macias Guadamud Emilio

Miembro del tribunal

Dedicatoria

El presente proyecto de investigación lo dedico a mis padres, quienes me han motivado y apoyado incondicionalmente para lograr cumplir mis metas planteadas, son mi pilar fundamental del cual me motiva seguir luchando por cada uno de mis propósitos en la vida, me han inculcado los mejores valores, principios y sobre todo me han dado el mejor ejemplo para ser una persona de bien, además agradezco a las personas que durante mis estudios estuvieron apoyándome, de la misma forma a mis profesores que cada día me enseñaron con paciencia y me brindaron sus conocimientos para ser una profesional de éxito.

Juleissy Rivera Reyes

Reconocimiento

Al culminar mis estudios universitarios le agradezco principalmente a Dios por protegerme durante todo mi camino y por darme las fuerzas necesarias para terminar mis estudios, a pesar de los obstáculos que se me han presentado en mi vida no han sido impedimento para rendirme antes aquellas adversidades.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a mi prestigiosa Facultad de Ciencias Administrativas, por haberme permitido formarme dentro de sus instalaciones como profesional. Agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría que fueron participes durante el transcurso de mi aprendizaje y que me ayudaron a concluir mi profesión.

Al Econ. Oscar Calderón Zamora como tutor, por la oportunidad que me brindo para realizar mi Tesis el cual me va a servir como guía en futuro profesional en el ámbito empresarial

A mis compañeros y amigos que nunca abandonaron de lo que anhelaban y continuaron hasta el final, gracias a ellos por compartir estos extraordinarios años.

Juleissy Rivera Reyes

Índice

Certificación del Tutor	ii
Certificado de Urkund.....	iii
Declaración de autoría	iv
Aprobación del trabajo de investigación por el tribunal	v
Dedicatoria	vi
Reconocimiento	vii
Índice.....	viii
Índice de tablas	xi
Índice de ilustraciones.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract	xiv
Introducción	15
1. Diseño Teórico	17
1.1. Planteamiento del problema.....	17
1.1.1. Problemas Específicos	18
1.1.2 Objetivo General.....	19
1.1.2.1 Objetivos Específicos.....	19
1.1.3 Hipótesis.....	19
1.1.3.1 Hipótesis específicas.....	19
1.1.4 Definición de variables	20

1.1.4.1 Variable independiente	20
1.1.4.2 Variable dependiente	20
1.1.4.3 Operacionalización de las variables	21
1.1.4.4 Matriz de consistencia.....	22
Variable dependiente	22
1.2 Diseño metodológico.	24
1.2.1 Población y muestra.....	24
1.2.2 Instrumento de medición y recolección de datos	24
1.2.3 Justificación	25
2. MARCO TEÓRICO.....	26
2.1 Bases Teóricas	26
2.1.1 Turismo y desarrollo económico	26
2.1.2 Impacto del covid-19 en el turismo mundial.	28
2.2 Turismo en el Ecuador	29
2.2.1 Turismo Interno	31
2.2.2 Impacto económico del covid-19 en el turismo de Ecuador	33
2.3 Turismo en Manabí y Manta.	34
2.3.1 Impacto en el turismo en Manabí y Manta.	36
2.4 Estrategias de reactivación del sector turístico post covid-19.	37
2.5 Glosario de términos.	38

3. DIAGNÓSTICO	39
3.1 Interpretación de los resultados de las encuestas	39
3.2 Diagnóstico situacional	48
4. PROPUESTA.....	50
4.1 Generalidades.....	50
4.2 Objetivo.....	50
4.2.1 Objetivo general.....	50
4.2.1 Objetivos específicos	50
4.3 Importancia de la propuesta	51
4.4 Justificación	52
4.5 Desarrollo de la propuesta.	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	59

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de los ingresos por turismo 2019 - 2021	29
Tabla 2: Impacto del COVID en el VAB de Manabí y Manta. (2019 y 2022).....	37
Tabla 3: Comparación número de clientes en restaurantes playa de Santa Marianita (2019 - 2022).....	39
Tabla 4: Comparación ingresos restaurantes playa Santa Marianita (2019 y 2022).....	41
Tabla 5: Días laborables restaurantes playa Santa Marianita.	42
Tabla 6: Empleo generado restaurantes playa Santa Marianita.	43
Tabla 7: Afluencia de turistas extranjeros.	44
Tabla 8: Afluencia de turistas nacionales.	45
Tabla 9: Percepción de la reactivación económica.	46

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Número de personas que ingresaron al país por turismo 2015 - 2022.....	30
Ilustración 2: Variación porcentual ingreso de turistas 2016 - 2022.	31
Ilustración 3: Visitantes totales por tipo de feriado, año 2018	32
Ilustración 4: PIB turístico y aporte del turismo al PIB	33
Ilustración 5: Empleo sectorial actividad turística en el Ecuador periodo 2016 -2021	34
Ilustración 6: Ciudades origen de turistas en la provincia de Manabí año 2018.	35
Ilustración 7: Comportamiento del VAB generadopor la categoría Alojamiento y servicio de comida. (2019 y 2022)	37
Ilustración 8: Variación porcentual clientes restaurantes (2019 y 2022).....	40
Ilustración 9: Variación porcentual ventas en restaurantes (2019 y 2022).....	42
Ilustración 10: Variación porcentual días laborables restaurantes.....	43
Ilustración 11: Variación porcentual empleo generado.	44
Ilustración 12: Afluencia de turistas extranjeros.	45
Ilustración 13: Afluencia de turistas nacionales.	46
Ilustración 14: Precepción de la reactivación económica.	47

Resumen

El presente trabajo de investigación se desarrolló bajo un diagnóstico del proceso de reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita en el contexto de la post pandemia del Covid-19, durante el periodo 2022. Para ello se realizó un trabajo de investigación de campo, encuestando a los propietarios de los establecimientos que prestan sus servicios de venta de comida en la playa de Santa Marianita, con la finalidad de obtener la información necesaria para realizar un análisis comparativo de la situación económica de los mismos antes, durante y después de la pandemia.

Para este proyecto se utilizó un enfoque cuantitativo y un tipo de investigación de carácter descriptivo. La información fue recabada utilizando la técnica de la encuesta. La cual fue aplicada a los 25 restaurantes que actualmente prestan sus servicios en la playa de Santa Marianita. De igual forma se plantearon estrategias para acelerar el proceso de reactivación económica del sector investigado.

Los efectos adversos causados por la pandemia del covid-19, en todas las regiones y todos los ámbitos a nivel mundial, aún siguen presentes. Nuestro país no es la excepción, sin embargo, a partir de este ámbito el estudio tuvo relevancia, en que la pandemia golpeo fuertemente al sector gastronómico provocando disminución en ventas para los locales, por ende, es esencial establecer estrategias de mejora para reactivar las economías de los establecimientos.

Palabras claves:

Reactivación económica, diagnóstico, estrategias, pandemia del Covid-19.

Abstract

The present research work was developed under a diagnosis of the economic reactivation process in the restaurants of Santa Marianita beach in the context of the post-Covid-19 pandemic, during the period 2022. For this, a field research work was carried out, surveying the owners of the establishments that provide their food sales services on the Santa Marianita beach, in order to obtain the necessary information to carry out a comparative analysis of their economic situation before, during and after the pandemic.

For this project, a quantitative approach and a type of descriptive research were used. The information was collected using the survey technique. Which was applied to the 25 restaurants that currently provide their services on the Santa Marianita beach. In the same way, strategies were proposed to accelerate the process of economic reactivation of the investigated sector.

The adverse effects caused by the covid-19 pandemic, in all regions and all areas worldwide, are still present. Our country is no exception, however, from this area the study was relevant, in that the pandemic hit the gastronomic sector hard, causing a decrease in sales for locals, therefore, it is essential to establish improvement strategies to reactivate the economy. of the establishments.

Keywords:

Economic reactivation, diagnosis, strategies, Covid-19 pandemic.

Introducción

El año 2020 se vio marcado por uno de los acontecimientos de mayor impacto a nivel mundial en los últimos 100 años. La pandemia, causada por el covid-19, fue la responsable de la pérdida de millones de personas alrededor del mundo con graves secuelas en los ámbitos social y económico que aún siguen vigentes en la actualidad.

La crisis sanitaria a nivel mundial, obligó a imponer restricciones no solamente a la libre circulación de personas, sino también de mercaderías. Estas restricciones causaron enorme impacto en el desarrollo económico a nivel mundial y por ende en todas las actividades económicas.

Uno de los sectores económicos que tuvo mayor afectación fue el turístico. El sector turístico fue uno de los sectores de gran crecimiento en los años previos a la pandemia. Según datos proporcionados por la Organización Mundial de Turismo (UNWTO), durante el periodo 2015 – 2018, el sector turístico tuvo un crecimiento promedio del 4% anual a nivel mundial. Igualmente la UNWTO reportó que la actividad turística generaba aproximadamente el 10% del PIB mundial y representaba el 7% de las exportaciones mundiales.(UNWTO, 2019)

La crisis sanitaria del 2020 cambió totalmente esta perspectiva pues esta actividad sufrió una contracción del 74% con respecto al año 2019 trayendo consigo una enorme pérdida económica en todos los países,(Fondo Monetario Internacional, 2022) y se estima que causó una pérdida aproximada de 2,4 billones de dólares tanto en el sector turístico como en sus sectores altamente vinculados.(ONU, 2021)

En Ecuador el panorama no fue diferente. Según datos del Ministerio de Turismo durante el periodo 2016 -2019, la actividad turística en promedio se incrementó un 2,2% anual. Para el año 2019 el PIB turístico a nivel nacional generó 2398 millones de dólares y representó el 2,2%

del PIB nacional. Para el año 2020 esta actividad tuvo un decrecimiento del -53,4% y generó 1.117 millones de dólares, lo que representó el 1,2% del PIB. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021)

La actividad turística está directamente relacionada con otras actividades económicas, puesto que genera la demanda de bienes y servicios tales como el transporte, el alojamiento, el servicio de comidas y bebidas entre otras, siendo esta última en la que se centra la atención de la presente investigación.

Según datos proporcionados por el BCE los servicios de alojamiento y comida, a nivel nacional, generaron \$ 2.423 millones de dólares en el año 2019 frente a \$1.894 millones de dólares generados en el 2020. En la provincia de Manabí los servicios de alojamiento y comida generaron 120 millones de dólares en el 2019 y 97,3 millones en el 2020.(Banco Central del Ecuador, 2022)

Actualmente no existe información actualizada sobre el impacto de la pandemia, causada por el covid 19, en el sector de Santa Marianita, específicamente sobre los restaurantes que allí se encuentran, siendo necesaria hacer investigaciones que permitan analizar dichos efectos con la finalidad de tomar las acciones adecuadas para reactivar los sectores económicos que se vieron altamente perjudicados por la crisis sanitaria.

1. Diseño Teórico

1.1. Planteamiento del problema.

La crisis sanitaria, causada por el covid-19, causó grandes estragos en la economía a nivel mundial siendo uno de los sectores más afectados el turismo. Aunque la crisis sanitaria, los confinamientos y las restricciones prácticamente han terminado, la actividad turística no alcanza los niveles existentes antes de la pandemia.

La parroquia Santa Marianita, del cantón Manta, provincia de Manabí es uno de lugares turísticos de mayor acogida por parte de turistas, tanto nacionales como extranjeros. Si bien su actividad económica principal es la pesca artesanal, el turismo se despunta como una de las actividades económicas de mayor crecimiento por la belleza de sus playas como por su gastronomía.

Una de las actividades que guarda relación directa con el turismo es el servicio de comida y bebidas. La playa de Santa Marianita ofrece a los turistas una amplia gama de platos típicos de la gastronomía manabita. Actualmente existen 25 restaurantes que, debido a la actividad económica que realizan, son fuentes generadoras de empleo e ingresos para las familias que habitan en esta parroquia contribuyendo así a la generación de riqueza y al desarrollo local.

A pesar de la importancia de este sector económico, no se conoce el impacto causado por la pandemia del covid-19 ni la actual la situación de los restaurantes en el proceso de reactivación económica. Por lo tanto, es necesario conocer: ¿Cuál es el diagnóstico de la reactivación económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita post pandemia covid-19 en el periodo 2022?

1.1.1. Problemas Específicos

Es por ello, que la presente investigación se plantea los siguientes problemas específicos:

- ¿Cuál es la situación económica de los restaurantes de la playa Santa Marianita en comparación con el periodo previo a la emergencia sanitaria provocada por el covid-19?
- ¿En qué situación se encuentra el empleo generado por los restaurantes de la playa Santa Marianita en comparación con el periodo previo a la emergencia sanitaria provocada por el covid-19?
- ¿Cuál es la situación del turismo en la playa de Santa Marianita en comparación con el periodo previo a la emergencia sanitaria causada por el covid-19?

Objeto y campo de acción.

Objeto: Reactivación económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita del cantón Manta, provincia de Manabí.

Campo de estudio: Actividad económica del turismo en Santa Marianita.

1.1.2 Objetivo General.

Diagnosticar el proceso de reactivación económica de los restaurantes de la playa Santa Marianita del cantón Manta post pandemia Covid-19, en el periodo 2022.

1.1.2.1 Objetivos Específicos.

- Diagnosticar la situación económica actual de los restaurantes de la playa Santa Marianita y realizar una comparativa con el periodo pre pandemia.
- Establecer la situación actual de la generación de empleo por parte de los restaurantes de la playa de Santa Marianita y compararlo con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.
- Diagnosticar la situación actual del turismo en la playa de Santa Marianita y realizar una comparativa con el periodo pre pandemia.

1.1.3 Hipótesis.

La actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita, del cantón Manta, aun no llega a los niveles existentes antes de la pandemia del covid-19.

1.1.3.1 Hipótesis específicas.

- Los ingresos, por concepto de la actividad económica en los restaurantes de la playa de Santa Marianita, no llegan a los niveles pre - pandemia del covid-19.
- El nivel de empleo actual en los restaurantes de la playa de Santa Marianita es inferior a los niveles pre - pandemia del covid-19.
- El turismo nacional y extranjero que visita la playa de Santa Marianita es inferior al existente en el periodo previo a la pandemia.

Pregunta Científica

¿Cuál es la situación de la reactivación económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita luego de la pandemia del covid-9?

1.1.4 Definición de variables

Para la realización del presente estudio se consideraron las siguientes variables:

1.1.4.1 Variable independiente

Actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita.

La presente investigación utilizará la variable “actividad económica” de los restaurantes de la playa de Santa Marianita para poder diagnosticar el proceso de reactivación económica de los mismos. Para ello se analizarán los siguientes indicadores:

- Ingreso promedio de los restaurantes de la playa de Santa Marianita.
- Empleo generado en los restaurantes analizados.
- Cantidad de turistas nacionales.
- Cantidad de turistas extranjeros.

1.1.4.2 Variable dependiente

Reactivación económica.

1.1.4.3 Operacionalización de las variables

	Dimensiones	Indicadores
Actividad económica de los restaurantes	Factor económico	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso mensual promedio • Número de clientes
	Generación de fuentes de empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados
		<ul style="list-style-type: none"> • Turistas nacionales
	Situación del Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas extranjeros

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

1.1.4.4 Matriz de consistencia

TEMA: Diagnóstico de la reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita post pandemia Covid-19, en el periodo 2022.

Problemas de la Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables Indicadores	Metodología
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	
¿Cuál es el diagnóstico de la reactivación económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita post pandemia covid-19 en el periodo 2022?	Diagnosticar el proceso de reactivación económica de los restaurantes de la playa Santa Marianita del cantón Manta post pandemia Covid-19, en el periodo 2022.	La actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita, del cantón Manta, aun no llega a los niveles existentes antes de la pandemia del covid-19.	Actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita.	Enfoque de Investigación Enfoque cuantitativo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas	Variable dependiente	Tipo de Investigación Estudio descriptivo
• ¿Cuál es la situación económica de los restaurantes de la playa Santa Marianita en comparación	• Diagnosticar la situación económica actual de los restaurantes de la playa Santa	• Los ingresos, por concepto de la actividad económica en los restaurantes de la	Reactivación económica.	Diseño de la investigación No experimental

<p>con el periodo previo a la emergencia sanitaria provocada por el covid-19?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué situación se encuentra el empleo generado por los restaurantes de la playa Santa Marianita en comparación con el periodo previo a la emergencia sanitaria provocada por el covid-19? • ¿Cuál es la situación del turismo en la playa de Santa Marianita en comparación con el periodo previo a la emergencia sanitaria causada por el covid-19? 	<p>Marianita y realizar una comparativa con el periodo pre pandemia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer la situación actual de la generación de empleo por parte de los restaurantes de la playa de Santa Marianita y compararlo con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19. • Diagnosticar la situación actual del turismo en la playa de Santa Marianita y realizar una comparativa con el periodo pre pandemia. 	<p>playa de Santa Marianita, no llegan a los niveles pre - pandemia del covid-19.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El nivel de empleo actual en los restaurantes de la playa de Santa Marianita es inferior al existente en el año 2020. • El turismo nacional y extranjero que visita la playa de Santa Marianita es inferior al existente en el periodo previo a la pandemia. 	<p>Instrumento de medición</p> <p>Encuesta</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factor económico • Generación de empleo • Situación del Turismo 	
--	---	---	---	--

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

1.2 Diseño metodológico.

La presente investigación por su nivel es de tipo descriptivo y tiene un enfoque cuantitativo, puesto que se analizarán de manera cuantitativa las variables ingreso, empleo, turismo. Con la finalidad de establecer el diagnóstico de las actividades económicas de los restaurantes de la playa Santa Marianita se realizará una encuesta a los propietarios de los 25 locales que se encuentran en funcionamiento.

1.2.1 Población y muestra

El presente estudio no utiliza técnica de muestreo debido al tamaño reducido de su población por lo que consideró el total los 25 restaurantes que laboran en la playa de Santa Marianita del cantón Manta.

1.2.2 Instrumento de medición y recolección de datos

Con la finalidad de establecer el diagnóstico de las actividades económicas de los restaurantes de la playa Santa Marianita se realizará una encuesta a los propietarios de los 25 locales que se encuentran en funcionamiento. El cuestionario permitirá recabar la información, pre y post pandemia, de las variables independientes: ingreso, empleo generado y turismo; los mismos que permitirán realizar un análisis comparativo de los mismos.

La encuesta está conformada por 12 preguntas (Anexo 1). Dicha encuesta será aplicada a los dueños de los restaurantes que realizan su actividad económica en la playa de Santa Marianita del cantón Manta. El análisis de la información recabada se utilizó la estadística descriptiva con la ayuda del programa Excel.

1.2.3 Justificación

La actividad turística posee gran importancia por su aporte positivo en la economía de nuestro país por su gran impacto en la generación de empleos de manera directa como indirecta. El desarrollo del turismo está estrechamente relacionado con otras actividades económicas como el transporte, el alojamiento, los servicios de comida y bebida, las actividades recreativas etc. El cantón Manta, y de manera particular la parroquia Santa Marianita, son centros de atracción turística muy frecuentados por turistas nacionales y extranjeros.

Considerando lo anteriormente expuesto, la realización del presente trabajo resulta conveniente pues permite para diagnosticar el proceso de reactivación económica de las diferentes actividades económicas que se realizan en Santa Marianita y de manera específica las actividades realizadas por los restaurantes de comida de dicha playa.

Además, la realización del presente trabajo tiene relevancia desde el punto de vista social ya que los servicios proporcionados por los restaurantes de la playa de Santa Marianita generan una gran cantidad de empleo directo e indirecto y aportan al desarrollo económico de la zona.

Se pretende, además, que los resultados de este trabajo sirvan de insumo para estudios más profundos que permitan a las autoridades pertinentes el desarrollo de políticas que potencien el sector turístico de la parroquia Santa Marianita.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases Teóricas

2.1.1 Turismo y desarrollo económico

La Organización Mundial de Turismo define el turismo como el fenómeno cultural, económico y social que está relacionado con el desplazamiento de personas por distintos motivos (profesionales, personales o negocios), a lugares distintos al entorno habitual en el que se desenvuelven, ya sea dentro de su propio país o fuera de él. (UNWTO, 2022a)

La Organización Mundial del Turismo es el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, como organización internacional líder en turismo, aboga por que el turismo contribuya al crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental, al tiempo que brinda liderazgo y apoyo. La organización está expandiendo sus conocimientos y políticas turísticas por todo el mundo. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

Principales Prioridades De La Organización Mundial Del Turismo:

Integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global: proteger el valor del turismo como motor de crecimiento y desarrollo social y económico, hacer del turismo una prioridad en las políticas nacionales e internacionales, y la necesidad de proporcionar condiciones equitativas para que los restaurantes prosperen.

Mejorar la competitividad del turismo: mejorar la competitividad de los miembros de la OMT mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de recursos humanos y la promoción de la excelencia en áreas como la planificación del turismo, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo del turismo sostenible, el marketing y la promoción, el desarrollo de productos y gestión de riesgos y crisis.

Promover el desarrollo del turismo sostenible: Apoyar políticas y prácticas de turismo sostenible: Políticas que optimicen el uso de los recursos ambientales, respeten la autenticidad social y cultural de la comunidad anfitriona y beneficios económicos para todos.

Impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo: Maximizar la contribución del turismo al alivio de la pobreza y alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible haciendo del turismo herramientas de desarrollo exitosas y promoviendo la inclusión del turismo en la agenda de desarrollo.

Fomentar el conocimiento, la enseñanza y la capacitación: ayudar a los países a evaluar y satisfacer sus necesidades educativas y de formación y proporcionarles redes que faciliten la creación y el intercambio de conocimientos.

El turismo, como actividad económica, tiene un gran impacto en la economía debido a que involucra una gran cantidad de agentes y factores de producción que son requeridos para producir los bienes y servicios que requieren los turistas. Es por esta razón que el turismo se ha convertido en una importante actividad generadora de ingresos y empleo a nivel mundial. El impacto económico, causado por la actividad turística, posee tres tipos de impacto: uno directo el cual puede ser cuantificado (número de turistas, empleo directo generado, servicio de alojamiento, etc.); los impactos indirectos y los inducidos cuyo efecto económico puede estimarse con la aplicación de modelos matemáticos para su cálculo.

En el periodo previo a la pandemia causada por el covid-19, el turismo era la tercer mayor categoría de exportación y se mantenía con un crecimiento anual sostenido representando para el año 2018, el 10% del PIB mundial y generando 1 de cada 10 empleos existentes. Debido a estas cifras de crecimiento sostenido la industria turística

se convirtió en uno de los más importantes sectores de la economía mundial y una mega industria global (UNWTO, 2019)

2.1.2 Impacto del covid-19 en el turismo mundial.

La crisis sanitaria mundial afectó gravemente todas las actividades económicas y por lo tanto la economía y el desarrollo económico de los países a nivel global. En este contexto la actividad turística fue uno de los sectores más perjudicados por la pandemia debido a las medidas de aislamiento sanitario que todos los países debieron implementar para mitigar el impacto sobre la salud y la mortalidad de las personas. Según el Fondo Monetario Internacional, el sector turístico en el año 2020 tuvo una reducción del 74% con respecto al año 2019. (Fondo Monetario Internacional, 2022)

Al realizar una comparativa de la situación del turismo internacional en el periodo 2019 – 2021 podemos anotar los siguientes aspectos. Para el año 2019 el turismo mundial generó ingresos por \$ 1.483 billones de dólares y presentó un incremento del turismo en el orden del 4% con respecto al 2018. En el año 2020, con la abrupta caída por la crisis sanitaria mundial, el turismo generó \$ 546 billones con decrecimiento en el número de turistas en el orden del 72% en relación con el 2019. El año 2021 una leve recuperación pues se generaron 602 billones de dólares en ingresos, es decir una recuperación del 9,3% con respecto al 2020, pero aún muy lejos del nivel alcanzado en el año 2019.

Si hablamos por regiones, el continente americano, en el año 2019 el turismo generó 331 billones de dólares y presentó un crecimiento del 1% con respecto al año anterior. En el 2020 el turismo se contrajo hasta alcanzar los \$ 126 billones de dólares, es decir una reducción del 62%. El año 2021 cerró con una leve mejoría: \$ 135 billones en ingresos es decir un crecimiento del 6,7% en relación al 2020 igualmente lejos del nivel alcanzado en el 2019. (UNWTO, 2022b)

Tabla 1: Evolución de los ingresos por turismo 2019 - 2021

Regiones	2019		2020		2021	
	Ingresos (billones)	% Crecimiento	Ingresos (billones)	% Crecimiento	Ingresos (billones)	% Crecimiento
America	\$ 331	1,0%	\$ 126	-61,9%	\$ 135	6,7%
Europa	\$ 572	5,0%	\$ 236	-58,7%	\$ 305	22,6%
Oriente medio	\$ 99	30,0%	\$ 43	-56,6%	\$ 48	10,4%
Asia	\$ 441	1,0%	\$ 126	-71,4%	\$ 97	-29,9%
Africa	\$ 39	2,0%	\$ 15	-61,5%	\$ 16	6,3%
Mundo	\$ 1.483	4,0%	\$ 546	-63,2%	\$ 602	9,3%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la UNWTO.

2.2 Turismo en el Ecuador

Ecuador es un país privilegiado por su gran diversidad de ambientes, clima, fauna, culturas, gastronomía. Debido a esta cualidad Ecuador se encuentra entre los 17 países más megadiversos del mundo y es considerado el país más bio-diverso por kilómetro cuadrado lo que ha permitido que se lo catalogue como “Ecuador país continente”. Es por ello que el turismo se destaca como una actividad económica fundamental en el crecimiento económico, cultural y ambiental del país (Pinto Hernández & Flor Recalde, 2022). Debido al enorme impacto que tiene el turismo, en la generación de riqueza, empleos y por ende mejorar la calidad de vida de la población en donde se desarrolla, en el año de 1997 y complementada en el 2002, se promulga la Ley Especial de desarrollo Turístico, declarada como política prioritaria para el Estado, en la cual se transfiere las competencias de promoción del turismo a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Municipios) con la finalidad de dinamizar esta actividad económica. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020a)

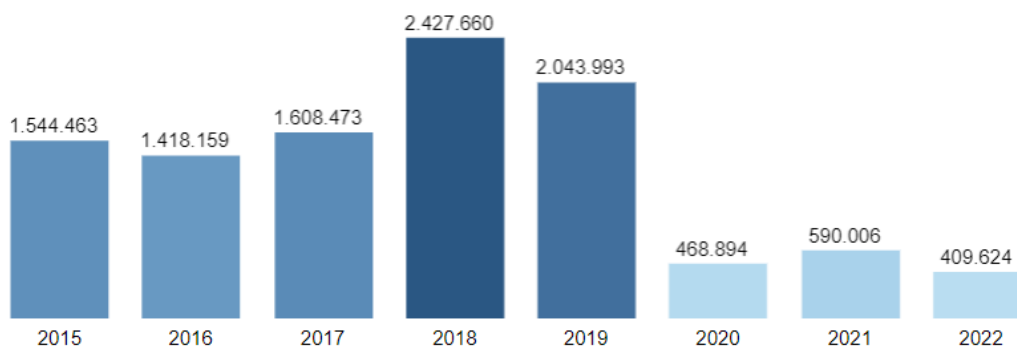
La actividad turística en el Ecuador, durante el periodo 2015 -2019, tuvo un comportamiento creciente (Félix et al., 2020). Según datos proporcionados por el MINTUR en el año 2018 el número de personas que llegaron al país fue de 2'427.660,

lo cual significó un incremento del 51% con respecto al 2017 (Es necesario notar que gran parte de ese crecimiento responde al flujo migratorio de venezolanos que atravesaron el país). Para el año 2019 en número de personas que visitaron nuestro país fue de 2'043.993 con una disminución del 16% con respecto al 2018.

Las restricciones por la pandemia causaron que en el 2020 el número de personas que ingresaron al país por turismo se vea reducida a 468.994 representando una disminución del 77% en relación al 2019 y de 590.006 personas en el 2021 lo que representó un incremento del 26% con respecto al año anterior. En lo que va del año el MINTUR registra un total de 409.624 personas que ingresaron al país en calidad de turistas.

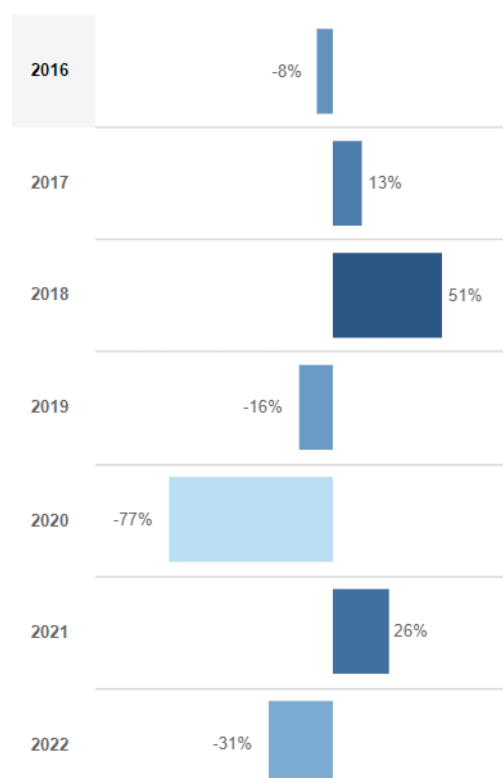
Ilustración 1: Número de personas que ingresaron al país por turismo 2015 - 2022

Número de entradas anuales



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Ilustración 2: Variación porcentual ingreso de turistas 2016 - 2022.



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Los países de origen de los turistas que visitan el Ecuador destacan: Colombia (39%), Venezuela (18%), Estados Unidos (15%), Perú (9%), España (4%), Argentina (3%) y Alemania, China y Canadá (2%). (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020a)

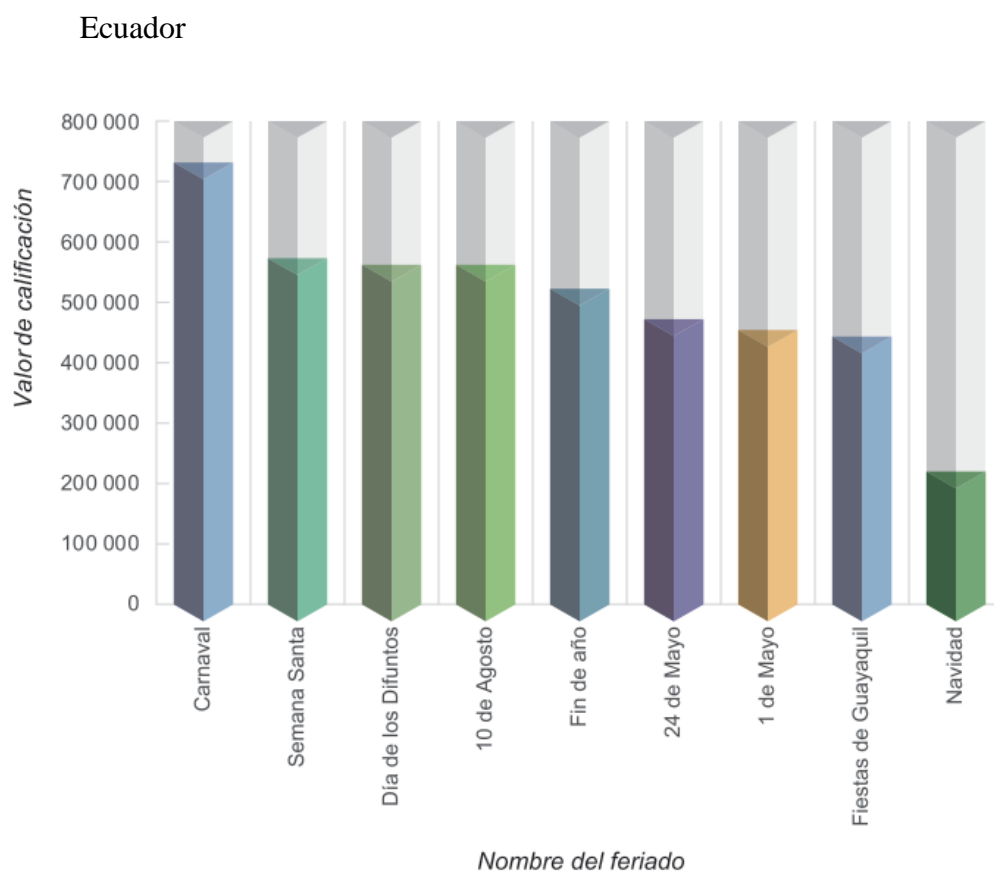
2.2.1 Turismo Interno

El turismo interno se refiere a las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (UNWTO, 2022a). Con la finalidad de dinamizar el turismo interno por parte de la población, el MINTUR desarrolló varias campañas con el fin de fomentar la actividad turística hacia el interior del país. Campañas como “All you need is Ecuador” y “Viaja primero Ecuador” se desarrollaron con la finalidad de promover el turismo a los destinos turísticos dentro del territorio nacional.

Además, se implementó el calendario de feriados nacionales con la finalidad de potenciar el turismo hacia el interior del país y cubrir las cuatro regiones del mismo. Según la información proporcionada por el MINTUR en su Atlas Turístico del Ecuador, en el año 2018 se realizaron 13,2 millones de viajes y los principales destinos fueron las ciudades de Quito, Guayaquil, Atacames, Ambato y Cuenca.

Las principales fechas en las cuales se realizan la actividad turística se contabilizan en los 9 feriados nacionales existentes: Carnaval, Semana Santa, 1 de Mayo, 24 de Mayo, 10 de Agosto, Fiestas de Guayaquil, Día de los difuntos, Navidad y Fin de Año.

Ilustración 3: Visitantes totales por tipo de feriado, año 2018

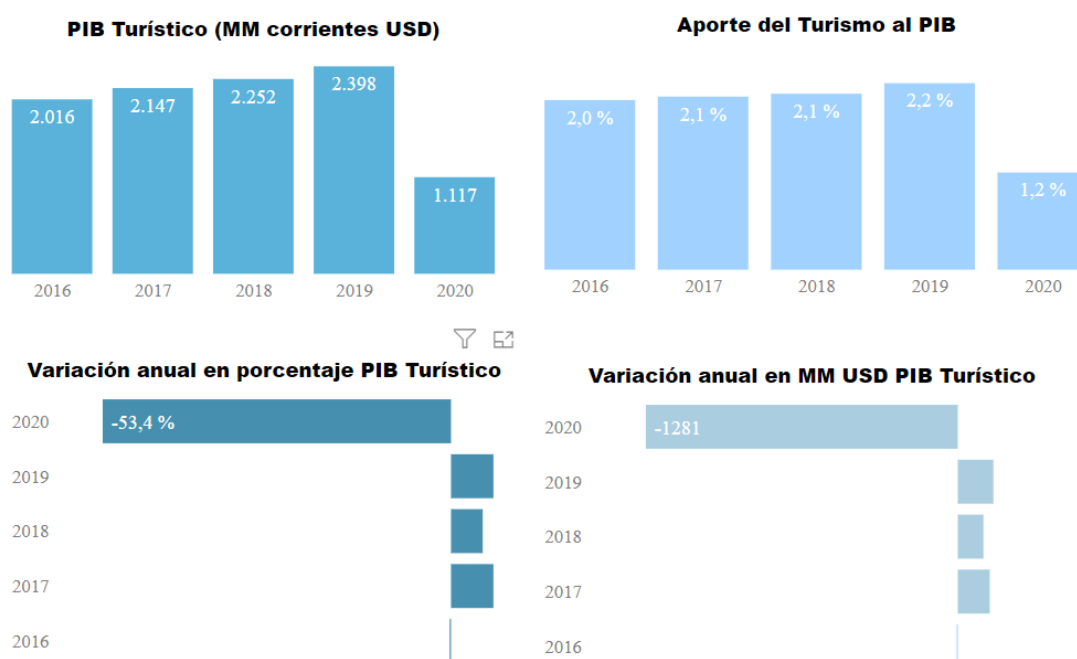


Fuente: Tomado del Atlas Turístico del (MINTUR).

2.2.2 Impacto económico del covid-19 en el turismo de Ecuador

Al analizar la información del turismo en Ecuador encontramos que en el año 2019 la actividad turística generó ingresos por un valor de \$ 2.398 millones de dólares y representó 2,2% de PIB. Para el año 2020, la actividad turística cayó abruptamente alcanzando los \$ 1.117 millones de dólares y constituyó el 1,2% del PIB, lo que representó una caída del 53,4% con respecto al año anterior. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021)

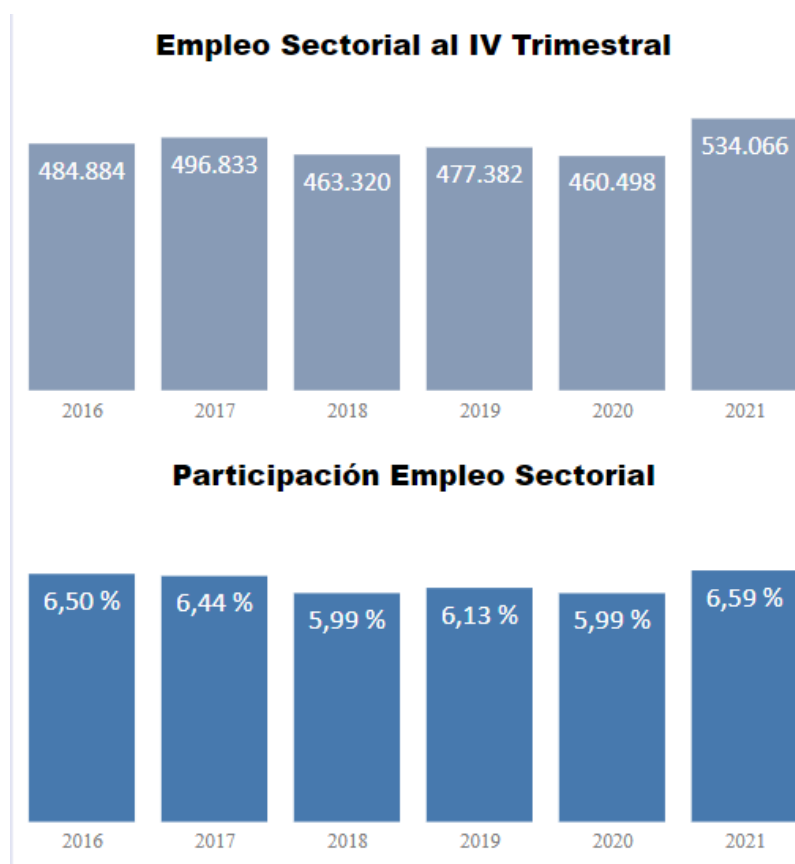
Ilustración 4: PIB turístico y aporte del turismo al PIB



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.

En lo referente al empleo generado por la actividad turística, en su conjunto, tenemos que en el año 2019 el turismo generó 477.382 empleos y representó el 6,13% del empleo total. En el año 2020 el número de empleos disminuyó hasta alcanzar los 460.498 empleos y representó el 5,88% del empleo total. Es necesario anotar que para el año 2021 el empleo sectorial del turismo se incrementó y alcanzó los 534.066 empleos y representó el 6,59% del empleo total. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021)

Ilustración 5: Empleo sectorial actividad turística en el Ecuador periodo 2016 - 2021



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.

2.3 Turismo en Manabí y Manta.

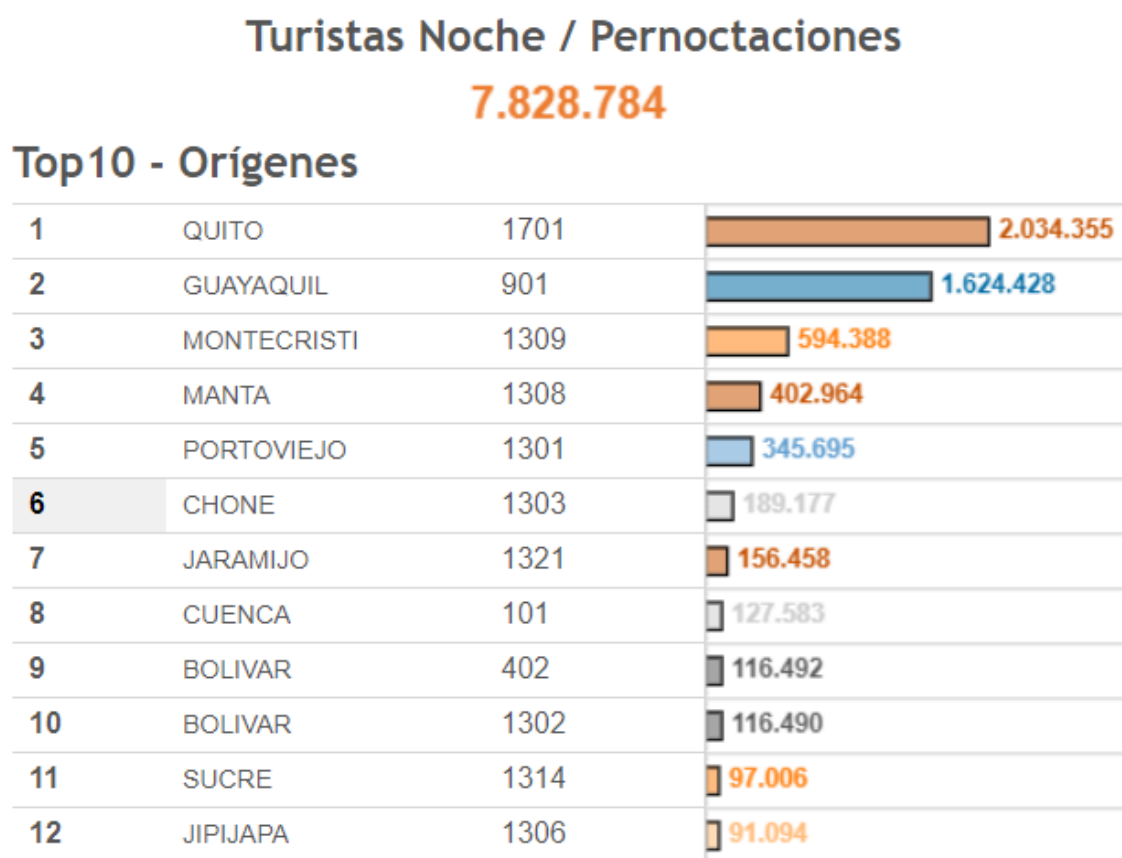
La provincia de Manabí es una de las provincias apreciadas por el turista nacional e internacional debido a la diversidad de su naturaleza: montañas, ríos, bosques, cascadas y sobre todo por sus playas. Sumado a las bondades que brinda la naturaleza, la tierra manabita posee una variada gastronomía que tiene reconocimiento a nivel nacional e internacional por la variedad de platos típicos de las diferentes zonas.

Manabí se compone de 24 cantones y tiene una población aproximada de 1'400.000 habitantes. Su clima, naturaleza y la cultura de su gente hace que la provincia en general sea un destino turístico preferido.

Actualmente no existe información actualizada sobre el turismo interno existente en la provincia. La última información proporcionada por el MINTUR es del año 2018. En este año la cantidad de personas que realizaron turismo en la provincia (que se quedaron a pernoctar al menos una noche) fue de 7'828.784. Se pudo establecer que las principales ciudades de origen de la mayoría de personas que realizaron actividades turísticas fueron Quito y Guayaquil con 2'034.355 y 1'624.428 turistas respectivamente.

Es necesario hacer notar que existe una gran cantidad de personas pertenecientes a la provincia de Manabí que realizan turismo interno dentro de la misma provincia siendo los cantones más destacados Montecristi, Manta y Portoviejo. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021)

Ilustración 6: Ciudades origen de turistas en la provincia de Manabí año 2018.



Fuente: Visualizador de Datos Turísticos – GeoVit MINTUR.

2.3.1 Impacto en el turismo en Manabí y Manta.

La actividad turística en la provincia de Manabí es de gran importancia en la generación ingresos y empleo. Según información proporcionada por el Banco Central del Ecuador, en el año 2019 Valor Agregado Bruto de la provincia de Manabí (VAB mide el valor de todo el conjunto de bienes producidos en un periodo determinado de tiempo descontando impuestos y consumo intermedio) fue de \$ 5.829 millones de dólares de los cuales \$ 119.237 se generaron por concepto de Alojamiento y servicio de comida, esto es representó el 2% del VAB total.

En el cantón Manta en el año 2019 el VAB total fue de \$ 1.712 millones de dólares siendo que por alojamiento y servicio de comidas se generaron \$ 52,1 millones de dólares, esto es representó el 3% del total de la economía mantense.

Para el año 2020, por motivo de la emergencia sanitaria, la economía de la provincia se vio disminuida reduciéndose el VAB provincial hasta llegar al \$ 5.437 millones de dólares, esto es una reducción del 6,7% en relación con el año 2019. En lo que respecta a los servicios de alojamiento y servicio de comida se vio reducido en mayor medida hasta alcanzar los \$ 97,3 millones de dólares, representando una reducción del 18,4% con respecto al 2019.

Situación similar presentó el cantón Manta que en al año 2020 registró un VAB total de \$ 1.566 millones de dólares con una de reducción de \$ 147 millones de dólares con respecto al año anterior, esto es una reducción del 8,6%. Por otro lado, los servicios de alojamiento y de comida registraron actividades por \$ 46,3 millones de dólares en el 2020, esto es se redujo en \$ 5,9 millones de dólares con en relación al 2019 y representó una reducción del 11,2%.

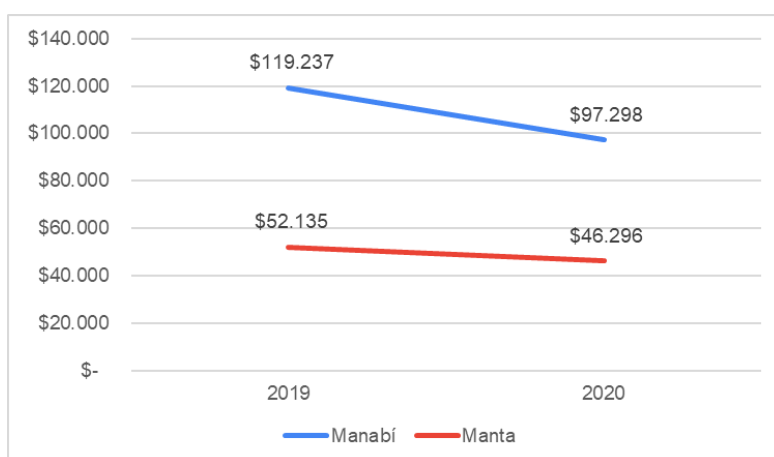
Lo expresado anteriormente se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla 2: Impacto del COVID en el VAB de Manabí y Manta. (2019 y 2022)

	2019 (miles \$)	2020 (miles \$)	Variación (miles \$)	Variación %
MANABÍ				
Alojamiento y servicios de comida	\$ 119.237	\$ 97.298	\$ -21.939	-18,4%
VAB Total	\$ 5.829.023	\$ 5.437.612	\$ -391.411	-6,7%
MANTA				
Alojamiento y servicios de comida	\$ 52.135	\$ 46.296	\$ -5.839	-11,2%
VAB Total	\$ 1.712.731	\$ 1.566.213	\$ -146.518	-8,6%

Fuente: Elaborado por el autor en base a información del BCE.

Ilustración 7: Comportamiento del VAB generadopor la categoría Alojamiento y servicio de comida. (2019 y 2022)



Fuente: Elaboración propia.

2.4 Estrategias de reactivación del sector turístico post covid-19.

Entre las estrategias que fueron anunciadas por el gobierno central se destacan: las facilidades de pago para las obligaciones tributarias y arancelarias para diverso tipo de empresas entre ellas el turismo; reestructuración de deudas con las instituciones públicas y privadas; facilidades para las empresas para alcanzar acuerdos con sus trabajadores en lo relacionado con la jornada laboral y forma de pago de sus salarios así como la creación de una cuenta para la sostenibilidad de los negocios más afectados por la crisis sanitaria, dicha cuenta sería conformada por los aportes, equivalentes al 5% de

sus ingresos, de las empresas con ingresos superiores al millón de dólares. (Toledo, 2021)

Además, el gobierno central, a través del Ministerio de Turismo, presentó un plan de reactivación económica cuya propuesta comprendía tres fases: La creación de protocolos de biodiversidad, Plan de capacitación turística emergente y un Plan de promoción turística emergente, dirigida especialmente a promover el turismo interno. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020)

2.5 Glosario de términos.

Turismo receptor

El turismo receptor se define como el turismo realizado por parte de los visitantes no residentes en el país y que se desplazan al territorio económico del país de referencia. (Eustat, n.d.)

Turismo interno

Denominado en ocasiones turismo doméstico es el que realizan los residentes de un país dentro del mismo territorio. (Wikipedia, 1998)

Producto Interno Bruto (PIB)

Se refiere a la producción de bienes y servicios finales que se producen en un país o región en un periodo determinado de tiempo. (INEC, 2016)

Valor agregado bruto (VAB)

El valor agregado bruto (VAB) se define como el conjunto de bienes y servicios que se producen en una región o país en un periodo determinado de tiempo descontando los impuestos indirectos y los consumos intermedios. (Economipedia, 2022)

3. DIAGNÓSTICO

3.1 Interpretación de los resultados de las encuestas

Al aplicarse el cuestionario de preguntas a los dueños de los restaurantes de la playa de Santa Marianita se obtuvieron los siguientes resultados:

a) *Nivel de clientes actual en relación con el número de clientes en el 2019.*

Tabla 3: Comparación número de clientes en restaurantes playa de Santa Marianita (2019 - 2022)

Locales	2019	2022	Variación	V%
1	\$ 675	\$ 430	\$ -245	-36%
2	\$ 234	\$ 198	\$ -36	-15%
3	\$ 245	\$ 189	\$ -56	-23%
4	\$ 200	\$ 130	\$ -70	-35%
5	\$ 543	\$ 450	\$ -93	-17%
6	\$ 300	\$ 500	\$ 200	67%
7	\$ 500	\$ 350	\$ -150	-30%
8	\$ 200	\$ 250	\$ 50	25%
9	\$ 650	\$ 500	\$ -150	-23%
10	\$ 320	\$ 300	\$ -20	-6%
11	\$ 346	\$ 211	\$ -135	-39%
12	\$ 450	\$ 345	\$ -105	-23%
13	\$ 780	\$ 680	\$ -100	-13%
14	\$ 458	\$ 350	\$ -108	-24%
15	\$ 298	\$ 168	\$ -130	-44%
16	\$ 600	\$ 534	\$ -66	-11%
17	\$ 300	\$ 250	\$ -50	-17%
18	\$ 400	\$ 380	\$ -20	-5%
19	\$ 346	\$ 256	\$ -90	-26%
20	\$ 600	\$ 500	\$ -100	-17%
21	\$ 456	\$ 344	\$ -112	-25%
22	\$ 560	\$ 540	\$ -20	-4%
23	\$ 308	\$ 245	\$ -63	-20%
24	\$ 340	\$ 260	\$ -80	-24%
25	\$ 578	\$ 413	\$ -165	-29%
Promedio	\$ 427	\$ 351	\$ -77	-18%

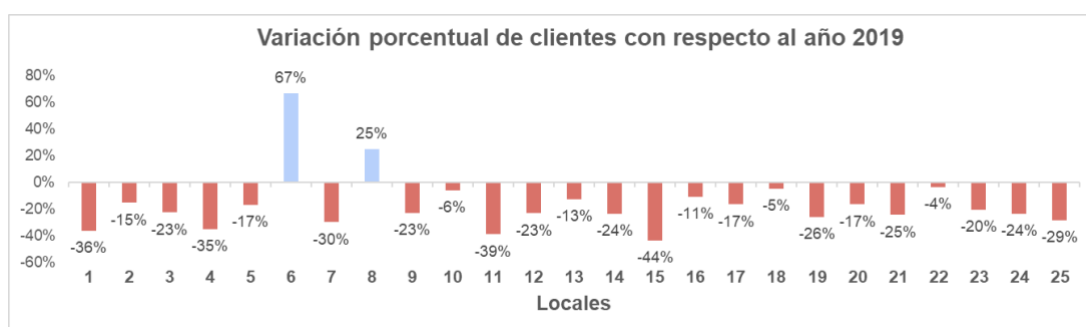
Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

La información recopilada permitió conocer que, en promedio, el nivel de clientes actuales en los restaurantes de la playa de Santa Marianita ha disminuido en relación con los existentes en el año 2019. Se puede observar que en promedio en el año 2019 el número de clientes mensuales era de 427, mientras que en la actualidad este número se ha reducido hasta alcanzar los 351 lo que significa una reducción promedio del 18%.

En términos particulares se observa que 23 locales registran una disminución de clientes en relación con el año 2019 y únicamente 2 locales (6 y 8) presentan un incremento en el número de usuarios.

La disminución porcentual en el número de clientes en relación con los existentes en el año 2019 se muestra en la siguiente ilustración:

Ilustración 8: Variación porcentual clientes restaurantes (2019 y 2022)



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy.

b) Nivel de ingresos actuales en relación con el año 2019.

Tabla 4: Comparación ingresos restaurantes playa Santa Marianita (2019 y 2022)

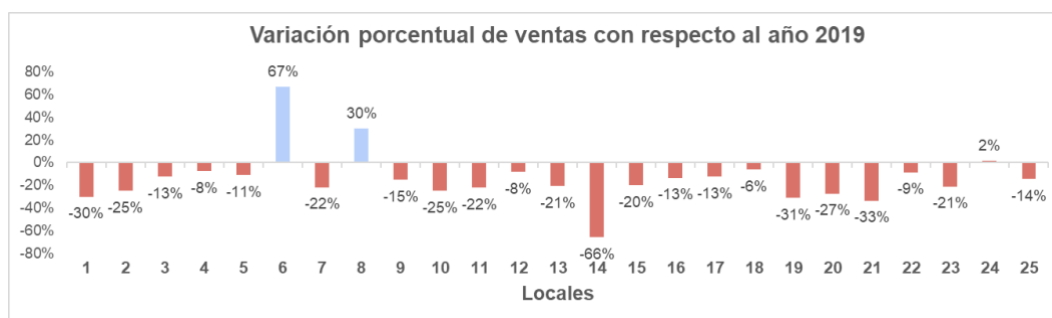
Locales	2019	2022	Variacion	V%
1	\$ 7.800	\$ 5.456	\$ -2.344	-30%
2	\$ 2.000	\$ 1.500	\$ -500	-25%
3	\$ 2.000	\$ 1.750	\$ -250	-13%
4	\$ 1.600	\$ 1.480	\$ -120	-8%
5	\$ 4.500	\$ 4.000	\$ -500	-11%
6	\$ 2.400	\$ 4.000	\$ 1.600	67%
7	\$ 3.200	\$ 2.500	\$ -700	-22%
8	\$ 1.000	\$ 1.300	\$ 300	30%
9	\$ 3.300	\$ 2.800	\$ -500	-15%
10	\$ 2.000	\$ 1.500	\$ -500	-25%
11	\$ 900	\$ 700	\$ -200	-22%
12	\$ 1.850	\$ 1.700	\$ -150	-8%
13	\$ 5.300	\$ 4.200	\$ -1.100	-21%
14	\$ 3.500	\$ 1.200	\$ -2.300	-66%
15	\$ 2.500	\$ 2.000	\$ -500	-20%
16	\$ 3.000	\$ 2.600	\$ -400	-13%
17	\$ 800	\$ 700	\$ -100	-13%
18	\$ 3.200	\$ 3.000	\$ -200	-6%
19	\$ 1.234	\$ 850	\$ -384	-31%
20	\$ 5.500	\$ 4.000	\$ -1.500	-27%
21	\$ 3.350	\$ 2.230	\$ -1.120	-33%
22	\$ 4.600	\$ 4.200	\$ -400	-9%
23	\$ 4.500	\$ 3.560	\$ -940	-21%
24	\$ 1.570	\$ 1.600	\$ 30	2%
25	\$ 2.980	\$ 2.550	\$ -430	-14%
Promedio	\$ 2.983	\$ 2.455	\$ -528	-18%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

La información obtenida se pudo conocer que los restaurantes analizados registran una disminución en su nivel de ingresos al ser comparados con los ingresos del año 2019. Se puede observar que en el año 2019 el promedio de ingresos mensuales fue de \$ 2.983 dólares mientras que actualmente el promedio mensual ha disminuido hasta llegar a \$ 2.445 dólares equivalente a una reducción del 18% en los mismos.

Se puede observar que los ingresos de la mayoría de los restaurantes se han visto reducida (23 locales) y solamente dos locales muestran un incremento en sus ingresos al ser comparados con los que tenían en el 2019. Lo anteriormente expuesto se muestra con mayor detalle en la siguiente gráfica:

Ilustración 9: Variación porcentual ventas en restaurantes (2019 y 2022)



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy.

c) Días laborables en relación con el 2019.

Tabla 5: Días laborables restaurantes playa Santa Marianita.

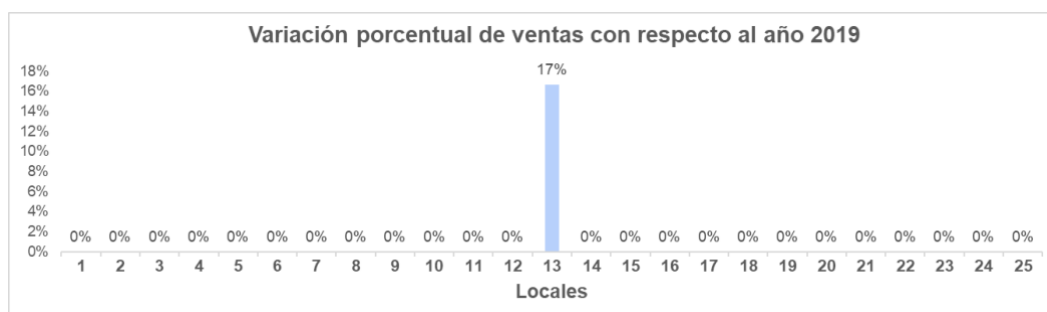
Locales	2019	2022	Variacion	V%
1	7	7	0	0%
2	4	4	0	0%
3	4	4	0	0%
4	4	4	0	0%
5	4	4	0	0%
6	4	4	0	0%
7	4	4	0	0%
8	4	4	0	0%
9	4	4	0	0%
10	4	4	0	0%
11	4	4	0	0%
12	4	4	0	0%
13	6	7	1	17%
14	4	4	0	0%
15	4	4	0	0%
16	4	4	0	0%
17	4	4	0	0%
18	4	4	0	0%
19	4	4	0	0%
20	7	7	0	0%
21	4	4	0	0%
22	7	7	0	0%
23	4	4	0	0%
24	4	4	0	0%
25	4	4	0	0%
Promedio	4	4	0	1%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

Como se puede observar en la tabla adjunta, la mayoría de los restaurantes laboran cuatro días a la semana (de jueves a domingo), que son los días en los cuales las playas de Santa Marianita tienen afluencia de público. Actualmente los restaurantes

laboran al mismo nivel que en el 2019, excepto un local que incremento los días de atención al público a siete días a la semana.

Ilustración 10: Variación porcentual días laborables restaurantes.



d) Generación de fuentes de empleo.

Tabla 6: Empleo generado restaurantes playa Santa Marianita.

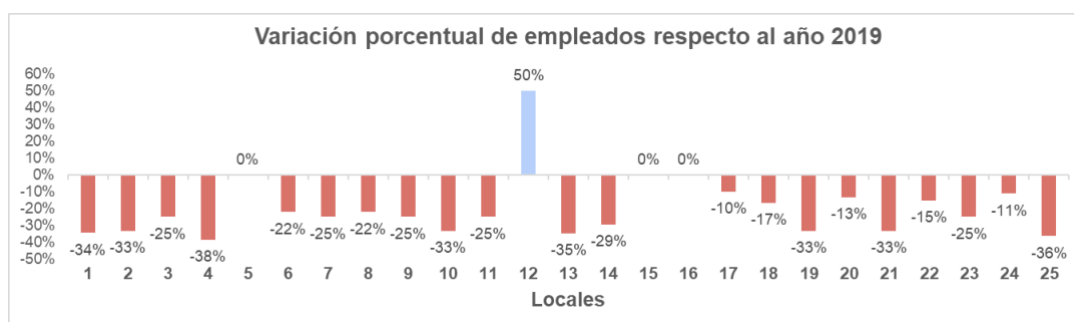
Locales	2019	2022	Variacion	V%
1	29	19	-10	-34%
2	12	8	-4	-33%
3	8	6	-2	-25%
4	13	8	-5	-38%
5	8	8	0	0%
6	9	7	-2	-22%
7	12	9	-3	-25%
8	9	7	-2	-22%
9	12	9	-3	-25%
10	12	8	-4	-33%
11	8	6	-2	-25%
12	4	6	2	50%
13	23	15	-8	-35%
14	17	12	-5	-29%
15	12	12	0	0%
16	12	12	0	0%
17	10	9	-1	-10%
18	12	10	-2	-17%
19	12	8	-4	-33%
20	15	13	-2	-13%
21	12	8	-4	-33%
22	13	11	-2	-15%
23	8	6	-2	-25%
24	9	8	-1	-11%
25	11	7	-4	-36%
Promedio	12	9	-3	-23%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy.

En lo referente a la cantidad de empleos generados por los restaurantes de la playa de Santa Marianita, la información recabada mostró que en el 2019 los locales tenían en promedio 12 empleados para brindar sus servicios. Actualmente en promedio los locales investigados poseen 9 empleados lo que significa una reducción en la generación de puestos de empleo en un 23%.

La gran mayoría de locales se han visto obligados a reducir los puestos de empleo debido a la disminución en la afluencia de público a las playas. Son pocos los locales que no han reducido su personal y solamente uno de ellos declara un incremento en el número de su personal de servicio. Lo anteriormente expuesto se detalla a continuación:

Ilustración 11: Variación porcentual empleo generado.



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

e) Afluencia de turistas extranjeros.

Tabla 7: Afluencia de turistas extranjeros.

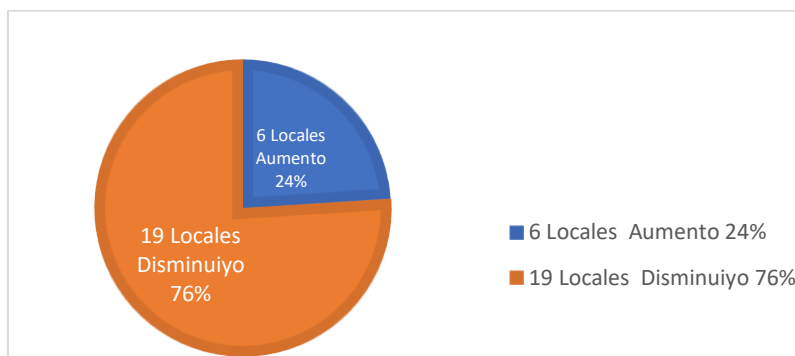
Resp.	Locales	%
Aumentó	6	24%
Disminuyó	19	76%
Total	25	100%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

Al ser interrogados sobre la cantidad de turistas extranjeros que son atendidos en sus locales, los dueños de los mismos 19 locales respondieron mayoritariamente (76%) que en relación con el 2019 su número había disminuido, mientras que 6 locales (24%)

respondieron que su número había aumentado en el 2022. Lo expuesto anteriormente se muestra en la siguiente gráfica:

Ilustración 12: Afluencia de turistas extranjeros.



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

f) Afluencia de turistas nacionales.

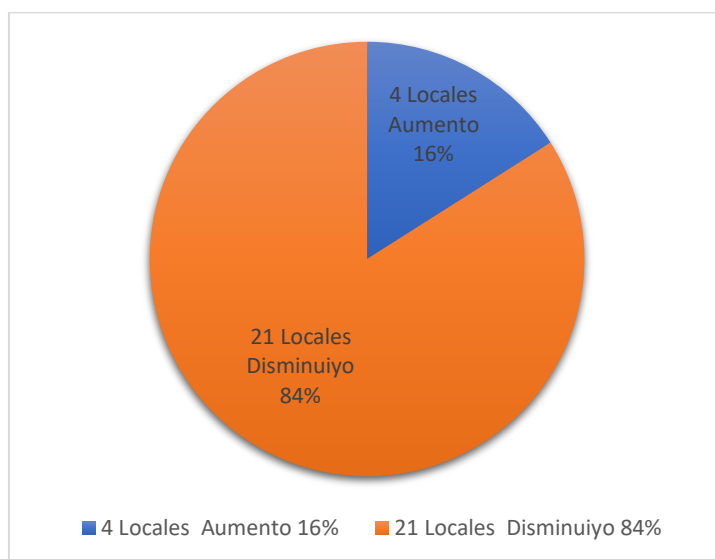
Tabla 8: Afluencia de turistas nacionales.

Resp.	Locales	%
Aumento	4	16%
Disminuyó	21	84%
Total	25	100%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

Igualmente, la encuesta realizada a los restaurantes de la playa de Santa Marianita, reveló que en relación con el año 2019, 21 de los locales encuestados, esto es el 84%, respondieron que el número de turistas nacionales, mientras que los 4 locales restantes, estos es el 16%, respondió que el número de turistas nacionales había aumentado. Lo expresado anteriormente se muestra en la siguiente gráfica:

Ilustración 13: Afluencia de turistas nacionales.



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

g) Reactivación económica.

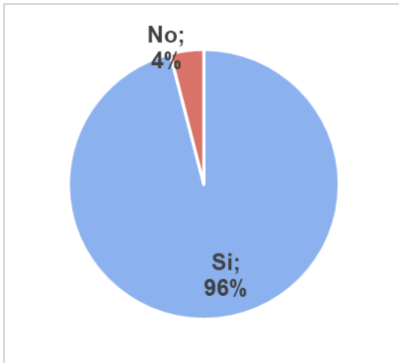
Tabla 9: Percepción de la reactivación económica.

Resp.	Locales	%
Si	24	96%
No	1	4%
Total	25	100%

Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy.

Con respecto a la reactivación económica del turismo de manera general y de la actividad en los restaurantes de la playa de Santa marianita, los dueños de dichos locales en un 96% (24 locales) consideran que aunque no se ha llegado a los niveles de actividad existentes en el 2019, la reactivación del sector turístico está mejorando frente a un 4% (1 local) que no ve mejoras en la actividad económica. Lo expuesto se expresa en el grafico que se muestra a continuación:

Ilustración 14: Precepción de la reactivación económica.



Elaborado por: Rivera Reyes Juleissy

3.2 Diagnóstico situacional

La información recopilada a través de las encuestas realizadas a los propietarios de los restaurantes de la playa de Santa Marianita permitió realizar el diagnóstico de la actividad económica de dichos establecimientos considerando el factor económico, la generación de fuentes de empleo y la situación del turismo.

En relación a la primera dimensión analizada, esto es el factor económico, se pudo determinar que actualmente existe una disminución del 18% del número de clientes que fueron atendidos en los restaurantes de la playa de Santa Marianita al ser comparados con los niveles existentes en el año 2019 esto es antes de la pandemia del Covid-19. De igual manera se registró una disminución del 18% en las ventas realizadas durante el presente año si se compara con las realizadas en el año 2019.

Lo anteriormente expuesto permite concluir que, en lo referente a la dimensión económica, se cumple la hipótesis planteada en la presente investigación; esto es que el nivel de ingresos por concepto de la actividad económica realizada por los restaurantes de la playa de Santa Marianita aun no llega a los niveles existentes en el periodo pre pandemia en el año 2019.

En lo referente a la dimensión generación de empleo, por parte de los restaurantes investigados, se pudo determinar que en promedio dichos establecimientos generaban 12 puestos de trabajo directo en el año 2019 mientras que, en la actualidad, debido a la disminución de clientes e ingresos, la cantidad promedio de empleos directos se ha reducido a 9 puestos de trabajo, lo que significa una reducción del 23% con respecto al periodo pre pandemia.

De igual manera, de acuerdo a la información obtenida, se pudo determinar que se cumple la hipótesis planteada en la presente investigación en lo referente a que el nivel de empleo directo existente actualmente en los restaurantes de la playa de Santa

Marianita es menor al nivel existente en el año 2019, esto es en el periodo pre pandemia.

Con respecto a la situación de turismo de la información obtenida, se pudo determinar que tanto el número de turistas nacionales como extranjeros es menor si se compara con la afluencia de turistas existentes en el periodo pre pandemia, esto es en el año 2019.

Lo anteriormente expuesto permite concluir que el nivel de turistas nacionales y extranjeros que visitan la playa de Santa Marianita es inferior al existente en el periodo pre pandemia del covid-19 por lo que se cumple la hipótesis planteada en la presente investigación en lo referente al análisis de la dimensión del turismo.

Es necesario recalcar que a pesar de que la actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita, no llega a los niveles existentes en el año 2019, la gran mayoría, esto es el 94% de los establecimientos, es optimista y considera que la actividad económica se está recuperando.

4. PROPUESTA

Desarrollar estrategias que permitan la reactivación de la actividad económica de los restaurantes y del turismo en general, basadas en las propuestas señaladas por los dueños de los establecimientos analizados en la presente investigación.

4.1 Generalidades

Una vez realizado el diagnóstico de la actividad económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita y al haberse comprobado las hipótesis planteadas al inicio de la presente investigación, verificándose que la actividad comercial, el nivel de empleo y la cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan los establecimientos de la playa de Santa Marianita es inferior al que se tenía previamente en el año 2019 en el periodo pre pandemia, se plantea proponer estrategias que permitan acelerar la reactivación de la actividad económica en la parroquia Santa Marianita del cantón Manta en base a las sugerencias planteadas.

4.2 Objetivo

4.2.1 Objetivo general

Generar condiciones para la reactivación de la actividad económica de la playa de Santa Marianita y de manera particular la actividad de los restaurantes que realizan su actividad económica en dicha playa.

4.2.1 Objetivos específicos

- Aplicar estrategias que permitan mejorar la situación económica actual de los restaurantes de la playa de Santa Marianita con el periodo pre pandemia.
- Aplicar estrategias para impulsar oportunidades de empleo en los restaurantes de playa de Santa Marianita con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.

- Diseñar estrategias para promover el turismo dentro de la playa de Santa Marianita con el periodo pre pandemia.

4.3 Importancia de la propuesta

La presente propuesta, generada por los propietarios de los restaurantes de la playa de Santa Marianita, consideran cuatro aspectos de gran importancia para la generación de condiciones que permitan la reactivación de las actividades económicas de la parroquia Santa marianita y de manera particular las actividades realizadas por los restaurantes que ahí laboran.

El primer aspecto está relacionado con campañas de publicidad que permitan informar sobre las actividades turísticas (sociales, culturales y deportivas) que se desarrollan en esta localidad para persuadir a los turistas para que visiten las playas de Santa Marianita y reactiven su economía.

El segundo aspecto importante aborda el aspecto de incentivos fiscales y financieros con la finalidad de generar un ambiente que promueva la inversión privada y el desarrollo de actividades económicas de manera general.

Un tercer aspecto importante abordado en la presente propuesta está relacionado con la seguridad, la cual ayuda a promover el bienestar de las personas (tanto residentes como turistas) en Santa Marianita, así como de los turistas, lo cual es beneficioso para el desarrollo de las actividades económicas. Además, otro aspecto importante se relaciona con la infraestructura urbana, la cual permite generar las condiciones para mejorar el transporte y la accesibilidad a los lugares turísticos y mejora el ambiente para la realización de las actividades económicas en general.

4.4 Justificación

La parroquia Santa Marianita del cantón Manta tiene como actividad económica principal la pesca artesanal. El turismo se destaca entre las actividades económicas que generan ingresos y puestos de empleo en esta localidad. Actualmente existen 25 restaurantes que realizan su actividad económica en la playa de dicha localidad y genera 232 puestos de trabajo directo sin contar con aquellos que de manera indirecta están relacionados con esta actividad económica.

La implementación de la presente propuesta se justifica si se considera que según datos proporcionados por el INEC, en el año 2010 la población de esta localidad fue de 1984 habitantes, siendo que actualmente se considera que se encuentra alrededor de los 2700 habitantes(Dateas.com, n.d.), lo que significa que los establecimientos de comida son una fuente representativa de empleos directos e indirectos. Por esta razón implementar estrategias que fomenten el desarrollo de las actividades generales permitirá generar el crecimiento y desarrollo económico que repercutirá en el bienestar de toda la población en general y de manera particular a las 232 familias que actualmente dependen de esta actividad económica.

4.5 Desarrollo de la propuesta.

Objetivo	Estrategias	Importancia	Acciones
<p>Aplicar estrategias para impulsar oportunidades de empleo en los restaurantes de playa de Santa Marianita con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.</p>	<p>Desarrollar campañas de publicidad para difundir las actividades sociales, culturales, deportivas, etc., que se desarrollan en Santa Marianita.</p>	<p>Las campañas de publicidad permiten informar sobre las actividades turísticas y persuadir a los turistas para que visiten las playas de Santa Marianita.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicitar la oferta gastronómica de los restaurantes. • Realizar ferias gastronómicas. • Publicitar eventos deportivos y recreativos. • Realizar eventos culturales y deportivos.
<p>Aplicar estrategias para impulsar oportunidades de empleo en los restaurantes de playa de Santa Marianita con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.</p>	<p>Apoyo económico a los emprendedores y micro empresarios</p>	<p>Genera un ambiente que promueve la inversión privada y el desarrollo de actividades económicas de manera general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar créditos a emprendedores y microempresarios con tasas de interés preferenciales. • Capacitación a emprendedores y microempresarios. • Otorgar exenciones tributarias

<p>Aplicar estrategias para impulsar oportunidades de empleo en los restaurantes de playa de Santa Marianita con la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.</p>	<p>Aumentar la seguridad en playas y establecimientos, Mejorar infraestructura de la parroquia Santa Marianita</p>	<p>Ayuda a promover el bienestar de las personas residentes en Santa Marianita, así como de los turistas, lo cual es beneficioso para el desarrollo de las actividades económicas.</p> <p>La infraestructura urbana permite generar las condiciones para mejorar el transporte y la accesibilidad a los lugares turísticos y mejora el ambiente para la realización de las actividades económicas en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la seguridad de la playa. • Controlar las medidas de bio seguridad. • Controlar la limpieza e higiene en la playa. • Mejorar las vías de acceso a la parroquia Santa Marianita. • Construcción del malecón. • Implementación del alcantarillado sanitario
--	--	---	--

CONCLUSIONES

Mediante el diagnóstico y los objetivos planteados del proceso de reactivación de la actividad económica realizada por los restaurantes de la playa de Santa Marianita se pudo concluir que:

- En lo referente a la dimensión económica analizada en el presente trabajo, se pudo determinar que los ingresos promedio que perciben actualmente los restaurantes de la playa de Santa Marianita se han visto reducidos en un 18% en relación con los que percibían en el año 2019, por lo cual se puede concluir que las ventas generadas en la actualidad aun no llegan a los niveles existentes en el año 2019, esto es en el periodo pre pandemia.
- Al ser analizada la generación de empleo generado por los establecimientos, objeto de estudio, se pudo determinar que la cantidad de puestos de trabajo directos que existen actualmente es inferior en un 23% al existente en el año 2019. Esto es, aún persiste una pérdida de empleos en dichos establecimientos como consecuencia de los efectos de la pandemia del covid-19. Se pudo así comprobar la hipótesis planteada inicialmente en lo referente a que el nivel de empleos directos generados por los establecimientos de comida de la playa de Santa Marianita aun no llega a los niveles existentes en el año del 2019.
- Al ser analizada la dimensión referente al turismo se pudo comprobar que la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que visitan la playa de Santa Marianita ha disminuido si se la compara con la existente en el año 2019. De esta manera se pudo comprobar la tercera hipótesis planteada en el presente estudio, demostrando que la cantidad de turistas actuales, tanto nacionales como extranjeros, aun no alcanza el nivel pre pandemia en el año 2019.

RECOMENDACIONES

Una vez analizado los resultados y las conclusiones de esta investigación, se recomienda lo siguiente:

- Realizar campañas de publicidad que permitan informar sobre las actividades turísticas (sociales, culturales y deportivas) que se desarrollan en esta localidad para persuadir a los turistas para que visiten las playas de Santa Marianita y reactiven su economía, esto con la finalidad de mejorar la situación económica actual con el periodo pre pandemia
- Implementar incentivos fiscales y financieros dirigidos a emprendedores, pequeños, micro y pequeños empresarios, con la finalidad de generar un ambiente que promueva la inversión privada y el desarrollo de actividades económicas de manera general, esto con el propósito de impulsar oportunidades de empleo en los restaurantes de playa de Santa Marianita mediante la situación previa a la pandemia sanitaria del covid-19.
- Mejorar los aspectos relacionados con la seguridad, la cual ayuda a promover el bienestar de las personas (tanto residentes como turistas) en Santa Marianita, lo cual es beneficioso para el desarrollo de las actividades económicas. Además de rehabilitar la infraestructura urbana existente, lo cual permite generar las condiciones para mejorar el transporte y la accesibilidad a los lugares turísticos y mejora el ambiente para la realización de las actividades económicas en general, todo esto para promover el turismo dentro de la playa de Santa Marianita con el periodo pre pandemia.

BIBLIOGRAFÍA

Banco Central del Ecuador. (2022). *Información Económica*. Estadísticas Económicas.

<https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

Dateas.com. (n.d.). *Santa Marianita - Censo de Población, Densidad Poblacional y*

Superficie de Ecuador. Retrieved July 22, 2022, from

<https://www.dateas.com/fr/explore/censo-poblacion-densidad-superficie-ecuador/santa-marianita-640>

Economipedia. (2022). *Valor agregado bruto (VAB) - Qué es, definición y concepto*.

<https://economipedia.com/definiciones/valor-agregado-bruto-vab.html>

Eustat. (n.d.). *Definición Turismo Receptor*. Retrieved July 31, 2022, from

https://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_221/elem_3456/definicion.html

Félix, Á., García Reinoso, N., & Vera, R. (2020). Participatory diagnosis of the tourism

sector in managing the crisis caused by the pandemic (COVID-19). *Revista*

Interamericana de Ambiente y Turismo, 16(1), 66–78.

<https://doi.org/10.4067/s0718-235x2020000100066>

Fondo Monetario Internacional. (2022). *El turismo en el mundo tras la pandemia*.

<https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>

INEC. (2016). *Glosario de términos económicos*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Estadisticas_Economicas/Cuentas_Satelite/cuentas_satelite_2003-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Cuentas_Satelite/cuentas_satelite_2003-2013/8_Glosario_de_Terminos.pdf)

[2013/8_Glosario_de_Terminos.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Cuentas_Satelite/cuentas_satelite_2003-2013/8_Glosario_de_Terminos.pdf)

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020a). *Atlas turístico del Ecuador* (Primera Ed).

Militar Instituto Geográfico.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020b). *Plan de reactivación turística 2020*. 73.

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Visualizador Económico - Portal Servicios MINTUR*. Visualizador Económico - Datos Turismo.

<https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

ONU. (2021). *El impacto del COVID-19 en el turismo costará cuatro billones de dólares a la economía mundial | Noticias ONU*.

<https://news.un.org/es/story/2021/06/1493872>

Pinto Hernández, L., & Flor Recalde, E. (2022). *Análisis de la evolución del turismo y su incidencia en el desarrollo de Ecuador*.

Toledo, M. (2021). Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua. *Camera, 1ra edición*, 9–28.

<https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/155324/559175.pdf?sequence=1>

UNWTO, O. M. del T. (2019). Panorama del turismo internacional El turismo internacional sigue adelantando a la economía mundial. *Proyeccion Del Turismo*, 23.

UNWTO, O. M. del T. (2022a). *Glosario de términos de turismo | OMT*.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO, O. M. del T. (2022b). *International Tourism and Covid-19 | Tourism Dashboard*. <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>

Wikipedia. (1998). Introduction to Tourism - Introducción al Turismo (Versión española). *Introduction to Tourism - Introducción Al Turismo (Versión Española)*.

<https://doi.org/10.18111/9789284402694>

ANEXOS

Cuestionario de preguntas:

**Universidad Laica “Eloy Alfaro” De Manabí
Facultad Ciencias Administrativas
Carrera Administración De Empresa**

Tema: Diagnóstico de la reactivación económica en los restaurantes de la playa Santa Marianita post pandemia Covid-19, en el periodo 2022.

Formato de encuestas dirigidas a los dueños de los restaurantes de la playa Santa Marianita

- 1. ¿Cuántos clientes atendía en su restaurante semanalmente, antes de la pandemia?**
- 2. ¿Cuántos clientes atiende semanalmente en la actualidad?**
- 3. ¿En promedio cuales eran sus ingresos mensuales antes de la pandemia?**
- 4. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales actualmente?**
- 5. ¿Cuántos días a la semana laboraba antes de la pandemia?**
- 6. ¿Cuántos días labora en la actualidad?**
- 7. ¿Cuántos empleados tenía antes de la pandemia?**
- 8. ¿Cuántos empleados posee actualmente?**

9. ¿Después de la pandemia aumento o disminuyó el número de turistas

extranjeros?

- Aumentó ()
- Disminuyó ()

10. ¿Después de la pandemia aumento o disminuyó el número de turistas

nacionales?

- Aumentó ()
- Disminuyó ()

11. ¿La actividad turística en su establecimiento se está reactivando?

- Sí
- No

12. ¿Qué medidas cree Ud. ayudarían a la reactivación económica de los restaurantes de la playa de Santa Marianita?

Fotografías de la entrevista aplicada a los dueños de los restaurantes de la playa Santa Marianita



Fuente: Rivera Reyes Juleissy Yomaira



Fuente: Rivera Reyes Juleissy Yomaira