



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

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

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LOS RESTAURANTES DE LA  
ZONA RURAL DE MANTA, EN LOS SECTORES DE SAN  
LORENZO Y SANTA MARIANITA, AÑO 2021**

**Autora:**

**YULEIDI MARÍA QUIJIJE BAILÓN**

**Tutor:**

**ABG. DANIEL RAFAEL CABALLERO MERO**

**Manta, enero 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor de la Facultad de Hotelería Y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación bajo la autoría del estudiante **QUIJIJE BAILON YULEIDI MARIA** legalmente matriculado en la carrera de hotelería período académico 2021(1), cumpliendo el total de 380 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es **“ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LOS RESTAURANTE DE LA ZONA RURAL DE MANTA, EN LOS SECTORES DE SAN LOREZO Y SANTA MARIANITA, AÑO 2021.”**

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 designa la autoridad competente.

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

Manta, diciembre del 2021.

Lo certifico,



**Ing. Daniel Caballero Mero**  
**Docente Tutor(a)**

**Área:** Servicios

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo final de carrera, titulación “**Análisis de la oferta en los restaurantes de la zona rural de manta, en los sectores de San Lorenzo y Santa Marianita, año 2021**”

Ha sido realizado y concluido por la señorita egresada **Yuleidi María Quijije Bailón**; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo final de Carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y elaboración que ha sido continuamente revisado por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo para dar testimonio y autenticidad,

**Firmamos;**

**Manta;19 de abril del 2022**

.....  
Lic.: Marcos Duran Vasco  
**Presidente del tribunal**

.....  
Ing.: Daniel Caballero Mero  
**Docente tutor**

.....  
Ing.: Carmen Lucas Mero  
**Miembro del tribunal**

.....  
Ing.: Mauricio Becerra Ávila  
**Miembro del tribunal**

.....  
Yuleidi María Quijije Bailón  
**Estudiante**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

La actual investigación se realiza como requisito previo a obtención del título de Ingeniero de Administración de Empresas Turísticas en la ULEAM. Los contenidos expuestos en este documento pertenecen exclusivamente a la autora, por lo cual, en caso de utilizar dichos extractos, se orienta a dar los respectivos créditos.

---

Yuleidi María Quijije Bailón

131278221-0

## **DEDICATORIA**

Dedicó este trabajo investigativo a mis padres Edith María Bailón Anchundia y Nexar Marcos Quijije Santana por ser ese apoyo incondicional y moral, con amor me incentivaron para culminar con éxito y perseverancia este logro profesional en mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo investigativo no sería posible de realizar sin la gran ayuda y colaboración de personas e instituto a las cuales les expreso infinitas gracias por la ayuda incondicional que me dieron.

A Dios por el Don de la vida y los dones recibido por el fé y esperanza para de desmayar y poder concluir con éxito está investigación.

A la Universidad Laica "Eloy Alfaro de Manabí" por darme la oportunidad de continuar desarrollando mis destrezas y conocimientos y concluir mis estudios superiores.

A la Facultad de Hospitalidad y Hotelería, a su personal de Docentes y Administrativos por su colaboración y orientación en mi formación.

Y de manera especial expreso mi gratitud sincera al Abg. Daniel Caballero Mero tutor de tesis, quién con su tiempo dedicación y paciencia, me supo guiar en este trabajó hasta el final.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema.....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	6
1.1 Actividad turística.....	6
1.2 Oferta turística.....	8
1.3 Zona rural.....	9
1.4 Restaurantes.....	10
1.4 San Lorenzo.....	11
1.5 Santa Marianita.....	12
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO.....	13
2.1 Enfoque de investigación.....	14
2.2 Tipo de investigación.....	14
2.3 Métodos.....	15
2.4 Técnicas.....	15
2.5 Instrumento.....	15
2.5 Población y muestra.....	18
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	19
2.1 Análisis de las encuestas.....	19
3.2 Elaboración de estrategias.....	26
CONCLUSIONES.....	28
RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30
ANEXOS.....	33

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor.....	6
Figura.2. Elementos de la oferta turística.....	8
Figura 3. Mapa zona rural Manta .....	11
Figura 4. Género .....	19
Figura 5. Instrucción académica.....	20
Figura 6. Ocupación actual.....	21
Figura 7. Oferta turística.....	22
Figura 8. Deficiencias.....	23
Figura 9. Género .....	24
Figura 10. Género .....	25

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación al turismo.....	7
Tabla 2. Listado de restaurantes en San Lorenzo y Santa Marianita.....	10
Tabla 3. Antecedentes metodológicos .....	13
Tabla 4. Metodología propia .....	14
Tabla 5. Fundamentación de las preguntas.....	16
Tabla 6. Cuestionario de encuesta .....	17
Tabla 7. Elaboración de estrategias turísticas.....	27

## RESUMEN

El actual proyecto de investigación se enfoca en llevar a cabo un estudio sobre las ofertas turísticas de restaurantes en las parroquias San Lorenzo y Santa Marianita, pertenecientes a la zona rural del cantón Manta. A través de la revisión documental, se logra identificar un total de 12 establecimientos de restauración, de los cuales siete son pertenecientes a la parroquia San Lorenzo y cinco a Santa Marianita. Acorde a la metodología utilizada, se emplea el método inductivo–deductivo, así como las técnicas de revisión documental y encuesta. El cuestionario se aplica a 140 turistas que visitan este destino y tiene como objetivo medir la situación actual de los establecimientos de restauración pertenecientes a esta área. Los resultados obtenidos muestran que la oferta turística es valorada de forma positiva. No obstante, para complementarla, es necesario adoptar aspectos como accesibilidad, infraestructura, servicios básicos y demás. Las fortalezas identificadas son la ubicación privilegiada y la variedad de platos. Contrario a esto, se evidencian aspectos negativos como deficiente atención al cliente, falta de espacios para el tránsito de personas discapacitadas, limitada capacitación del personal. Al finalizar se elaboran una serie de estrategias, entre las más destacadas se encuentran la promoción y difusión de la oferta turística, generación de eventos en la localidad, hacer alianzas estratégicas, entre otros. El objetivo de estas actividades tiene como premisa potenciar la calidad del servicio que recibe el turista y así apoyar al crecimiento del turismo en estas áreas.

**Palabras clave:** Turismo, oferta turística, restaurantes, estrategias turísticas y zona rural.

## **ABSTRACT**

The current research project focuses on carrying out a study on the tourist offers of restaurants in the San Lorenzo and Santa Marianita parishes, belonging to the rural area of the Manta canton. Through the documentary review, it was possible to identify a total of 12 restoration establishments, of which seven belong to the San Lorenzo parish and five to Santa Marianita. According to the methodology used, the inductive-deductive method is used, as well as the documentary review and survey techniques. The questionnaire is applied to 140 tourists who visit this destination and aims to measure the current situation of the catering establishments belonging to this area. The results obtained show that the tourist offer is valued positively. However, to complement it, it is necessary to adopt aspects such as accessibility, infrastructure, basic services and others. The strengths identify its privileged location and the variety of dishes. Contrary to this, negative aspects such as poor customer service, lack of spaces for the transit of disabled people, limited staff training are evident. At the end, a series of strategies are elaborated, among the most outstanding are the promotion and diffusion of the tourist offer, generation of events in the locality, making strategic alliances, among others. The objective of these activities is based on the premise of enhancing the quality of the service received by tourists and thus increasing the growth of tourism in these areas.

**Keywords:** Tourism, tourist offer, restaurants, tourist strategies and rural area.

## INTRODUCCIÓN

La investigación tiene por objeto realizar un diagnóstico sobre la actualidad con respecto a las ofertas de restaurantes existentes en los sectores de San Lorenzo y Santa Marianita, cantón Manta. A través del actual estudio se evaluará si la oferta actual es suficiente para acoger a los turistas que visitan estos destinos en busca de ocio, diversión y entretenimiento, y si estos servicios satisfacen sus necesidades y requerimientos.

El sector turístico apoya y mejora los medios de vida de cientos de millones de personas en todo el mundo. En los últimos nueve años, el turismo ha tenido un considerable incremento con respecto a otras industrias a nivel global, mejorando así los medios de vida de las personas y sus respectivas comunidades en mayor medida que la mayoría de los otros sectores (WTTC, 2021).

El turismo rural, entre otras variantes “alternativas”, emerge o se plantea como la panacea para muchas comunidades, especialmente aquellas que cuentan con atractivos turísticos, una especie de “modelo ideal”. Sin embargo, en la realidad no existen modelos perfectos y, más bien, lo que se encuentra son localidades y territorialidades con características heterogéneas, que pueden acercarse a esa imagen de ruralidad idílica (Pacheco, 2020).

Asimismo, esta actividad constituye un importante motor de la economía mundial que da lugar a múltiples encadenamientos productivos generadores de empleo, a través del cual es posible mejorar la calidad de vida de la población. El Ecuador no es ajeno a esta realidad y por ello, en base a las ventajas comparativas del destino, se ha propuesto ser más competitivos (Mintur, 2019).

Desde luego, en el país se está apostando mucho por el fortalecimiento de la planta turística, aquello influye en el incremento de servicios y por ende elevará la afluencia de turistas. Lo anterior permitirá un mayor índice de consumo y por ende generará más beneficios económicos a las personas dedicadas a esta actividad.

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para la ciudad de Manta (Cedeño, 2018).

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas (Alvarado, 2019). A consideración de la autora, en el campo turístico, la oferta es esencial para atraer a los visitantes, por lo cual esta debe ser variada y sobre todo de calidad y calidez, estos factores son elementales para el crecimiento de los destinos.

Los restaurantes desde sus inicios han tenido una larga trayectoria y variantes cambios. Sin embargo, en cada época de su evolución han marcado un antes y un después en cada territorio del mundo. La alimentación desde el origen del hombre siempre ha sido una necesidad básica, y con el pasar de los años se puede observar como el término de restaurante se ha visto modificado en múltiples factores. Actualmente se ilustra como cada restaurante tiene su sello personal, en recetas de platos, en cuestión de diseño, colores, servicio al cliente, ambientación y entretenimiento (Vargas, Castro y Cruz, 2021).

Los establecimientos de restauración deben adaptarse a las nuevas exigencias de los clientes y tratar de incorporar recursos especialmente tecnológicos que ayuden a brindar una mejor atención a los usuarios. Además, se debe capacitar constantemente a los colaboradores para que elevar su desempeño.

### **Planteamiento del problema**

La ciudad de Manta es un atractivo potencial demandado mayoritariamente por turistas locales y un pequeño porcentaje por extranjeros (Zambrano, 2019). Por su parte (Viera et al., 2020) consideran que la variedad de actividades turísticas favorables que se desarrollan en este cantón trae bonanzas económicas, y por consiguiente se considera un instrumento generador de divisas.

Actualmente son escasos los distintos servicios de hospedaje, restaurante, recreación, transporte y circuitos turísticos, necesarios para abastecer el turismo en el en San Lorenzo. También se identifica un problema de fondo que consiste en que los dueños de los restaurantes, en su mayoría, no tenían planeado abrir un restaurante, simplemente empezaron con puestos de comida y luego se fue expandiendo hasta abrir un local oficial. Al no ser parte de un plan, estas personas no cuentan con la formación académica necesaria (Camino, 2019).

En Santa Marianita se encuentra en el inicio del desarrollo y avance turístico, es testigo de una escasa proliferación de proyectos turísticos y existen incoherencias en la gestión y en el diseño de los mismos. Es por esto que no resultan atractivos para la demanda actual. Desaprovechan la oportunidad para explotar los recursos naturales, los cuales servirían para la creación de microempresas que generarían divisas en el sector y de esta manera mejorarían la calidad de vida de los habitantes (Mendoza, 2012).

En tal sentido se evidencia una problemática relacionada con la limitada oferta de servicios de restauración en los sectores de San Lorenzo y Santa Marianita, pertenecientes a la zona rural del cantón Manta. En efecto, las causas son la falta de planificación e innovación, por su parte, las consecuencias son la poca afluencia de turistas y retroceso en el desarrollo turístico.

### **Formulación del problema**

¿De qué manera incide la oferta de restaurantes en el fortalecimiento de la planta turística en los sectores San Lorenzo y Santa Marianita?

El **objeto de investigación** es la oferta de los establecimientos prestadores de servicios de restaurantes, por su parte el **campo de acción** son los sectores de San Lorenzo y Santa Marianita del cantón Manta.

En correspondencia, se redactan los siguientes objetivos generales y específicos.

### **Objetivo general**

Realizar un diagnóstico en torno a la oferta de restaurantes y su influencia en el fortalecimiento de la planta turística de San Lorenzo y Santa Marianita, cantón Manta.

### **Objetivos específicos**

1. Investigar los establecimientos prestadores de servicios de restauración en estas localidades.
2. Aplicar un instrumento de encuesta para el análisis situacional de la oferta de restaurantes en la zona rural del cantón Manta.

3. Desarrollar estrategias para el fortalecimiento de la planta turística en estos destinos.

Asimismo, se declara que la importancia de este proyecto radica en llevar a cabo un estudio, el cual permita evaluar las ofertas de establecimientos prestadores de servicios alimenticios en los sectores: San Lorenzo y Santa Marianita del cantón Manta. A partir de la información alcanzada, se procede al diseño de varias estrategias dirigidas hacia el fortalecimiento de este sector, elevando la calidad en la atención al cliente y ayudando al crecimiento de la actividad turística en este destino.

El enfoque es de carácter mixto, cualitativo y cuantitativo, para lo cual se aplican cuestionarios de encuesta y entrevista. En tal caso, la investigación es de tipo exploratoria y de campo, también se usa el método inductivo-deductivo. La encuesta se aplica a los turistas que acuden a estos establecimientos, mientras que la entrevista a los gerentes de estos establecimientos, representantes gremiales del sector y autoridades turísticas del cantón.

La investigación se desarrolla en tres capítulos. En el Marco Teórico, se indagan los temas relacionados con la oferta de restaurantes en la zona rural del cantón Manta. Por su parte, en el Diseño Metodológico se redactan el enfoque y tipo de investigación, así como los métodos y técnicas de recopilación de datos. En los Resultados y Discusión, se procede a describir los resultados finales del proyecto y luego se agregan las conclusiones y recomendaciones .

## **JUSTIFICACIÓN**

La investigación como tal está orientada a diagnosticar la situación actual de los establecimientos de restauración de los sectores San Lorenzo y Santa Marianita, cantón Manta. A partir de los datos recabados en este proyecto, se medirá si esta oferta es de calidad y sobre todo si satisface las necesidades de los turistas que acuden a la zona rural.

### **Justificación teórica**

Se procede a la recopilación de información en investigaciones anteriores y toman en consideración documentos como artículos científicos, tesis, libros, documentos oficiales, entre otros. En primera instancia se realiza un análisis general en dichos textos y luego se extraen las ideas más relevantes para la investigación. A dichos criterios también se agregan los comentarios propios de la autora del proyecto.

### **Justificación metodológica**

Con relación al este aspecto, en primer lugar, se define el tipo de investigación, a partir de allá de describen los métodos y técnicas de recopilación de datos. En este caso particular se diseña un cuestionario de encuesta, asimismo, se emplean herramientas como tablas y figuras para mostrar los resultados obtenidos.

### **Justificación práctica**

A efectos de llevar a cabo la recopilación de datos en el campo de estudio, se emplea un cuestionario de encuesta dirigido a los turistas que visitan la zona rural del cantón Manta. Los resultados sirven de gran ayuda para diagnosticar la situación actual de los establecimientos prestadores de servicios de restauración.

## CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En el actual capítulo se agregan los contenidos teóricos a tomar en consideración en la investigación. En el siguiente hilo conductor se ubica la secuencia de dichos tópicos a tratar (figura 1).

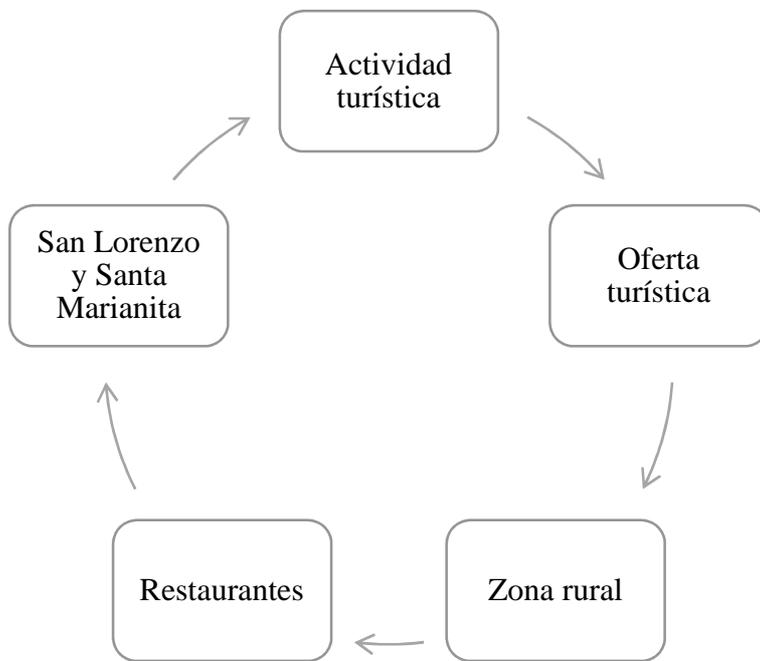


Figura 1. Hilo conductor  
Fuente: Elaboración propia

### 1.1 Actividad turística

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Estos son denominados viajeros (pueden ser turistas, excursionistas, residentes locales o no) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto (OMT, 2019).

Desde luego, esta actividad es una importante fuente de ingresos y empleo para los países desarrollados y en desarrollo. La contracción global en las llegadas de turistas podría tener consecuencias económicas devastadoras, ya que algunos estados en desarrollo dependen en gran medida del turismo. En algunos países, como varios pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), el turismo representa más de la mitad del PIB (Nations, 2020).

Los principales aspectos positivos que provee el turismo es el crecimiento económico, a través de esta práctica se generan plazas de empleo para la población local, también se fortalecen la infraestructura, servicios básicos, conectividad y demás. A pesar de aquello, también es necesario actuar de manera responsable al momento de realizar estas actividades, tratando de no provocar acciones nocivas al medio ambiente.

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta (Orgaz y Moral, 2016).

De acuerdo con la OMT (2019), el turismo se puede clasificar de la siguiente manera (Tabla 1).

Tabla 1. Clasificación al turismo

Tipo	Descripción
Turismo cultural	Es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.
Ecoturismo	El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural.
Turismo rural	La experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.
Turismo de aventura	El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el « puenting », la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo.
Turismo de negocios	Los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento.
Turismo de montaña	Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local.
Turismo educativo	Representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.
Turismo deportivo	El turismo deportivo es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.

Fuente: OMT, (2019)

El carácter dinámico de ese sector lo convierte en significativa fuente de ingresos y de empleos. Sus múltiples vínculos con el resto de las actividades económicas favorecen la creación de encadenamientos productivos, puesto que demanda una gran variedad de bienes y servicios, entre otros efectos positivos. Sin embargo, puede provocar afectaciones ambientales, diferenciación social y territorial (Loor, Plaza y Medina, 2021).

Las proyecciones en materia del turismo a nivel mundial para los años 2020 y 2021 eran muy pretensiosas y avizoraban muchos beneficios a los destinos. Evidentemente esta premisa no se cumplió por la pandemia COVID-19, la cual afectó el desarrollo de estas actividades, evidenciando despidos masivos y cierre de importantes empresas.

## 1.2 Oferta turística

La oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento (Boullón, 2003). Más allá de los distintos oferentes de productos y servicios, está formada por todos los componentes del patrimonio turístico de un lugar, el cual está constituido por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posibles su acceso y funcionamiento (Socatelli, 2013).

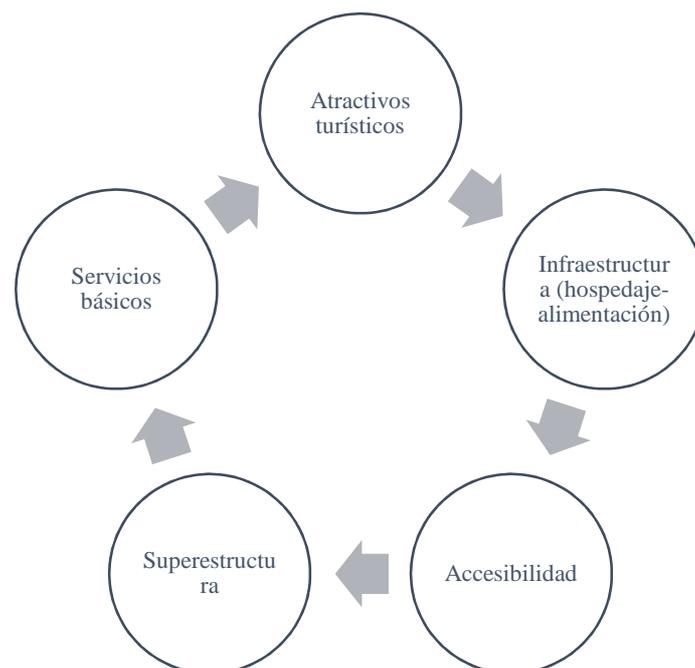


Figura.2. Elementos de la oferta turística  
Fuente: Elaboración propia a partir de Socatelli (2013)

En el sector turístico es fundamental que los destinos posean un amplio espectro de opciones al turista o visitante. A su vez, en dichos recorridos se deben integrar actividades para los distintos gustos y expectativas, sobre todo brindar un servicio de excelencia, teniendo como premisa esencial el cumplimiento de las necesidades de los clientes.

Los destinos más competitivos han acogido una gran cantidad de turistas en los últimos años, generando así más pagos turísticos. Sin embargo, muchos investigadores han argumentado que la competitividad del destino es directamente proporcional al bienestar de las personas que viven en el destino en el transcurso del tiempo (Akkuşm y Akkuş, 2018).

### **1.3 Zona rural**

Las áreas rurales son una categoría espacial, asociada con ciertos patrones de la actividad humana, pero con esas asociaciones sujetas a cambio continuo. Estas se definen en gran medida a diferencia de las áreas urbanas, pero esa distinción se considera cada vez más problemática. Las poblaciones tienen y tendrán una variedad de fuentes de ingresos y ocupaciones, dentro de las cuales la agricultura y la explotación de los recursos naturales han privilegiado, pero no necesariamente predominante (Dasgupta y Morton, 2017).

En efecto, estas áreas son muy importantes para la coexistencia de la flora, fauna y demás recursos. Sin embargo, estas en muchas ocasiones son abandonadas por las autoridades en curso y no se les toma en consideración al momento de realizar los planes estratégicos, afectando claramente el desarrollo de estas.

En este sentido, el crecimiento de la actividad turística desarrollada en los entornos naturales y rurales conduce a la necesidad de promover la implementación de acciones socialmente sostenibles especialmente, para mitigar los impactos negativos que sobre el entorno natural y social se puedan generar. Así pues, los alojamientos rurales suponen uno de los servicios turísticos clave para promover la sostenibilidad turística dada la influencia que ejercen sobre el entorno (Moral, Fernández y Franco, 2019).

En la actualidad, el turismo rural brinda una salida o escape para miles de turistas ciudadanos, y una oportunidad para revitalizar o recuperar las economías domésticas de la crisis que deja el COVID-19. En momentos de incertidumbre, como los que ha suscitado la pandemia, el turismo rural se presenta como un destino obligado para miles de personas (Korstanje, 2020).

#### 1.4 Restaurantes

Los servicios de restauración se componen principalmente de tres fases: pre servicio, servicio y post servicio. Todas presentan vital importancia de modo que cada una de ellas depende de las otras. Cuando una de estas fases falla, se produce la improvisación en las demás y por tanto influye en un servicio de mala calidad (Castellano y Martínez, 2015).

A continuación, se ubican los restaurantes ubicados en Santa Marianita y San Lorenzo.

Tabla 2. Listado de restaurantes en San Lorenzo y Santa Marianita

#	NOMBRE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD
1	"RESTAURANT CAMILA Y MATEO"	SANTA MARIANITA POR LA GASOLINERA	CUARTA	40
2	CABAÑAS EL DESCANSO DEL REY	MALECON DE SAN LORENZO, JUNTO A PACIFICTEL	CUARTA	56
3	LA CAIDA DEL SOL	EL HABRA/SAN LORENZO	CUARTA	20
4	PARADERO "EL RE-ENCUENTRO"	SITIO EL AROMO-PACOCHE	TERCERA	60
5	RESTAURANT PLAYA BONITA	SANTA MARIANITA	TERCERA	50
6	TONGAS Y BOLLOS	VIA SAN LORENZO, PACOCHE	TERCERA	24
7	YAIMAR	P/ SANTA MARIANITA/ GASOLINERA	CUARTA	32
8	GNOMO BAR RESTAURANT	PARROQUIA STA. MARIANITA	TERCERA	40
9	RESTAURANTE DON WILLY II	SITIO LA TRAVESIA SANTA MARIANITA	TERCERA	144
10	RESTAURANTE MI RANCHO	PARROQUIA SAN LORENZO	TERCERA	70
11	BAR RESTAURANT TURISTICO GALIPAN 2 P	SAN LORENZO/VIA AL AROMO	CUARTA	20
12	RESTAURANTE EL DELFIN AZUL 2	P. SAN LORENZO FRENTE A LA PLAYA DIAGONAL A CNT	CUARTA	40

Fuente: GAD, (2021)

Un aspecto trascendental en el servicio de restauración, actualmente los clientes exigen cada vez más el cumplimiento de detalles que hacen cómoda su estadía, para lo cual se hace necesario asegurar los atributos básicos del servicio como son el ambiente, la oportunidad, la cortesía, la higiene, la tangibilidad y la seguridad (Betancourt, Aldana y Gómez, 2014).

#### 1.4 San Lorenzo

San Lorenzo es una parroquia rural del Cantón Manta perteneciente a la Provincia de Manabí, la cabecera parroquial lleva el mismo nombre. Cuenta con una extensión territorial de 18,423.28 Has (Zambrano y Trueba, 2019).



Figura 3. Mapa zona rural Manta  
Fuente: GAD (2016)

Según el GAD San Lorenzo (2017), esta parroquia fue creada en 1949, sus límites son: Norte con el Océano Pacífico, Santa Marianita y Manta; al Sur y al Este con Montecristi y al Oeste con el Océano Pacífico.

El sector cuenta con excelentes vías de conexión, el deterioro y mal uso de alguna de sus áreas por partes de sus visitantes y de la comunidad es incuestionable, como también la falta de señalética en la Parroquia a lo que han ocasionado una baja afluencia de turistas (Ricaurte, 2020).

## **1.5 Santa Marianita**

Se encuentra ubicada en la Latitud 0° 59' 35.58" S y Longitud 80° 51' 25.88" O, en la costa ecuatoriana, en el Cantón Manta, en la Provincia de Manabí. Santa Marianita limita al Norte con la Parroquia de Santa Marianita y la cabecera cantonal Manta; al Este y al Sur con el Cantón Montecristi y al Oeste con el Océano Pacífico. Asimismo, está conformada por 2 comunidades: Pacoche y La Travesía. La cabecera parroquial a su vez está conformada por 11 Barrios: El Pescador, Bellavista, Aguas Bellas, 10 de agosto, El Paraíso, Punta La Barca, San Antonio, Nueva Esperanza, 12 de octubre, San Pedro y Santa Marianita (GAD Santa Marianita, 2014).

Esta localidad en los últimos años se ha convertido en un atractivo que atrae visitantes de diferentes lugares del Ecuador. Su paisaje natural, la espontaneidad de sus habitantes, su deliciosa gastronomía y el desarrollo de la práctica de deportes extremos le ha valido para posicionarse como un destino potencial, especialmente por su cercanía a un polo turístico desarrollado como lo es Manta (Vélez, 2016).

En efecto, existen aspectos que deben ser evaluados a profundidad en estas zonas del cantón Manta, buscando las soluciones propicias que ayuden a mantener un equilibrio, el cual beneficie a todos los actores que participan en las actividades turísticas. Lo anterior se cumple a partir de una buena planificación y una correcta aplicación de las estrategias, priorizando las necesidades de estas localidades y a su vez mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

## CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se procede a describir la metodología utilizada en la actual investigación. Por consiguiente, se tratan el enfoque y tipo, los métodos, técnicas, instrumentos y demás herramientas. También se construye el cuestionario de encuesta, así como se determina la población objeto y la muestra.

### Antecedentes metodológicos

A efectos de llevar a cabo el actual estudio se realiza una búsqueda a profundidad sobre fases y etapas metodológicas utilizadas por autores en investigaciones anteriores. A partir de este paso, se determina la metodología propia del proyecto.

Tabla 3. Antecedentes metodológicos

Mejía y Bolaño, (2014)	Campuzano, (2017)	Román, (2018)	Arapa, (2018)	Monroy y Cázares, (2019)
1.Revisión de literatura	1.Análisis situacional	1.Categorización de restaurantes	1.Revisión de literatura	1.Revisión de contenidos
2.Identificación de indicadores	2.Elaboración de instrumentos	2.Análisis de factores	2.Diseño de la muestra	2.Elaboración de la encuesta
3.Elaboración de la encuesta	3.Validez del instrumento	3.Matriz FODA	3.Elaboración de la encuesta	3.Test de confiabilidad
4.Determinación de la muestra	4.Determinación de la muestra	4.Elaboración de la entrevista	4.Aplicación de cuestionarios	4.Determinación de la población
5.Aplicación de cuestionarios de encuestas	5.Aplicación de cuestionarios de encuestas y entrevistas	5.Aplicación de cuestionarios de entrevistas	5.Análisis de datos	5.Recopilación de datos
6.Análisis de datos	6.Análisis de datos	6.Elaboración de estrategias de Marketing	6.Elaboración de estrategias	6.Análisis y discusión de datos

Fuente: Elaboración propia a partir de Mejía y Bolaño, (2014); Campuzano, (2017); Román, (2018); Arapa, (2018) y Monroy y Cázares, (2019)

Luego de realizar este procedimiento se procede a la elaboración de las etapas propias de la metodología a utilizar en este proyecto. A continuación, se ubican estas fases (tabla 4).

Tabla 4. Metodología propia

#	Fases	Métodos y técnicas utilizadas	Resultados
1	Revisión de literatura	Revisión documental Método inductivo-deductivo	Características del campo de estudio
2	Elaboración de instrumento	Revisión documental Comparación	Cuestionario de encuesta
3	Determinación de la muestra	Muestreo aleatorio Proceso matemático-estadístico	Cantidad a encuestar
4	Recopilación de información	Microsoft forms WhatsApp	Entrevista online
5	Análisis de datos	Análisis Figuras	Interpretación de resultados
6	Elaboración de estrategias	Tablas	Formulación de estrategias turísticas

Fuente: Elaboración propia

## 2.1 Enfoque de investigación

Un estudio cuantitativo se basa en investigaciones previas, se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En este proyecto se emplea un enfoque de carácter cuantitativo, por lo cual se realiza un análisis de datos estadísticos sobre las respuestas obtenidas en la aplicación del cuestionario de encuesta.

## 2.2 Tipo de investigación

La investigación de campo es realizada en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno y consta de pasos como: plan o diseño de la investigación, selección de muestra y recolección y análisis de datos. Por su parte, los estudios descriptivos se enfocan en el análisis de las características o rasgos de la situación y objeto de estudio (Sierra, 2012).

Se emplea el tipo de investigación de campo para analizar la situación actual de las actividades de restauración, mediante el uso del cuestionario de encuesta. También es un estudio descriptivo porque se analizan las características del destino y del mismo modo se detallan los resultados de la encuesta aplicada.

### **2.3 Métodos**

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general. Mediante la deducción se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad (Rodríguez y Pérez, 2017).

En este caso se emplea el uso del método inductivo y deductivo, para realizar un análisis general para luego llegar a conclusiones particulares, sobre la oferta en los establecimientos de restauración en estos destinos.

### **2.4 Técnicas**

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López y Fachelli, 2015).

A efectos de recabar las opiniones de los actores principales de esta actividad, se utiliza la técnica de encuesta, la cual se aplica a los turistas que acuden a Santa Marianita y San Lorenzo, cantón Manta.

### **2.5 Instrumento**

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo (García, 2003).

En esta investigación se utiliza el cuestionario de encuesta, el cual se encuentra estructurado por siete preguntas cerradas. Además, se utiliza la escala de Likert y se limitan las respuestas.

La recopilación de datos conlleva un procedimiento. Luego de haber definido las preguntas, se crea un formulario online en la plataforma Microsoft Forms 365. Allí se suben las respectivas interrogantes y luego se genera un enlace, el cual es distribuido

a los turistas que llegan a esta localidad. Se utilizan bases de datos para contactarlos y difundir el link.

Cabe destacar que esta fase se completó en 13 días y existieron complicaciones para obtener la cantidad requerida, ya que las personas no deseaban contribuir a este proceso de recopilación de datos.

La fundamentación de las preguntas utilizadas en este cuestionario, se describen en la siguiente tabla.

Tabla 5. Fundamentación de las preguntas

#	Preguntas	Objetivo	Autores
1	Género	Determinar el género de los encuestados	Mejía y Bolaño, (2014); Aguirre, Caro y Mariel, (2005); Campuzano, (2017);
2	Instrucción académica	Identificar el grado de preparación de los participantes	Aguirre, Caro y Mariel, (2005); Román, (2018); Arapa, (2018); Monroy y Cázares, (2019)
3	Ocupación actual	Revelar la ocupación de los consultados	Araujo y Borrego, (2017); Monroy y Cázares, (2019)
4	¿Cómo califica la oferta turística con relación de los restaurantes de la zona rural del cantón Manta	Permite conocer la actualidad de las ofertas en los destinos previamente seleccionados	Aguirre, Caro y Mariel, (2005); Román, (2018); Arapa, (2018); Monroy y Cázares, (2019)
5	Señale las deficiencias que posee la oferta de restaurantes en la zona rural del cantón Manta	Contribuye a mostrar las falencias con respecto a las actividades en los restaurantes del destino en particular	Guzmán y Cárcamo, (2014); Campuzano, (2017); Monroy y Cázares, (2019)
6	Indique las fortalezas de los restaurantes en la zona rural del cantón Manta	Proyecta las fortalezas que poseen los establecimientos de restauración en estas áreas	Mejía y Bolaño, (2014); Guzmán y Cárcamo, (2014); Campuzano, (2017);
7	Identifique cuáles son las estrategias que usted aplicaría para mejorar la oferta en esta zona	Ayuda a formular estrategias que contribuyan al desarrollo turístico de la zona, a través de la aplicación de estas decisiones	Guzmán y Cárcamo, (2014); Campuzano, (2017); Araujo y Borrego, (2017)

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, en la tabla 6, se muestra el cuestionario de encuesta con sus respectivas interrogantes.

Tabla 6. Cuestionario de encuesta

<p><b>Cuestionario de encuesta aplicado a los turistas que llegan a la zona rural del cantón Manta</b></p> <p>La oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento. El cuestionario de encuesta es aplicado a los turistas que visita la zona rural del cantón Manta, con el objetivo de recopilar su opinión sobre la oferta turística. Gracias de antemano por su colaboración.</p> <p>1. Género Masculino Femenino Otro</p> <p>2. Instrucción académica Primaria Secundaria Tercer nivel (Universidad) Cuarto nivel (Maestría) Doctorado</p> <p>3. Ocupación actual ..... ..... .....</p> <p>4. ¿Cómo califica la oferta turística con relación de los restaurantes de la zona rural del cantón Manta Excelente Muy buena Buena Regular Mala</p> <p>5. Señale las deficiencias que posee la oferta de restaurantes en la zona rural del cantón Manta Deficiente atención al cliente Bajo personal calificado Falta de servicios básicos Limitada infraestructura Poca aplicación de las normas de calidad Otras</p> <p>6. Indique las fortalezas de los restaurantes en la zona rural del cantón Manta Variedad en el menú Ubicación privilegiada Excelente atención al cliente Otras</p> <p>7. Identifique cuáles son las estrategias que usted aplicaría para mejorar la oferta en esta zona Mayor capacitación del personal del servicio Mejora de la infraestructura en los establecimientos Espacios para personas discapacitadas Medidas de bioseguridad Otras</p>
---

Fuente: Elaboración propia

## 2.5 Población y muestra

La población objeto serán los turistas que acuden a la zona rural del cantón Manta. En vista de obtener la muestra de personas a encuestar, se utiliza el muestreo aleatorio simple. Para lo cual se emplea el siguiente proceso matemático.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = 18353 \text{ año } 2021$$

$$Z = 1,96 \text{ valor para un nivel de confianza del } 95\%$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,10 \text{ probabilidad máxima de cometer errores}$$

Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 18353}{(0,10)^2 (18353-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 18353}{0,01(18352) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{17626,2212}{183,52 + 0,9604}$$

$$n = \frac{17626,2212}{184,4804}$$

$$n = 95,54 \text{ redondeando a } 95.$$

Los resultados obtenidos luego de realizar este proceso matemático- estadístico se determinan que la cantidad a encuestar es 95. Sin embargo, en la aplicación de esta se recopilieron un total de 140.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el actual capítulo se agregan las respuestas obtenidas a través de la aplicación de los encuestados. Al concluir se diseñan las respectivas estrategias para el fortalecimiento de la oferta turística en la zona rural del cantón Manta. Luego se emiten las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

### 2.1 Análisis de las encuestas

En total se recogió la opinión de 140 encuestas, a continuación, se ubican los resultados recopilados a través del instrumento.

#### Pregunta 1. Género

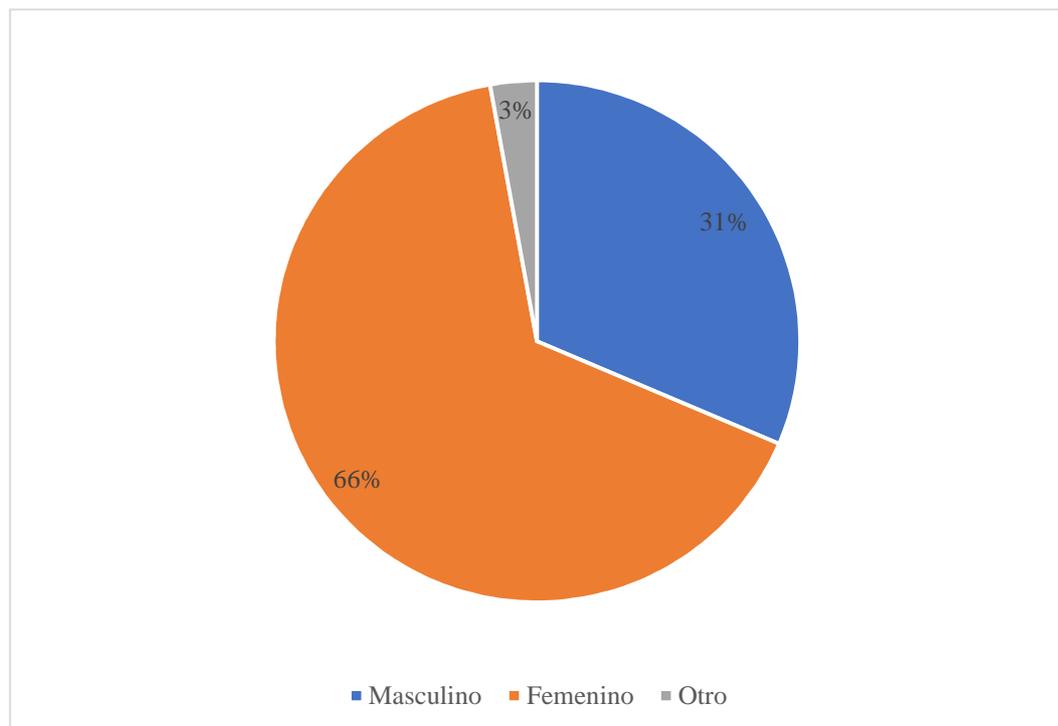


Figura 4. Género

Fuente: Elaboración propia

Acorde a esta interrogante, se observa que el 66% de encuestados pertenece al género femenino. Asimismo, se constata que un 31% son de orientación masculina. Y existe un 3% pertenecientes a otro género.

Los datos recopilados también sirven para medir la cantidad de turistas que llegan a los destinos de acuerdo a su género, a partir de los resultados se pueden diseñar actividades y recorridos turísticos acorde a este indicador.

## Pregunta 2. Instrucción académica

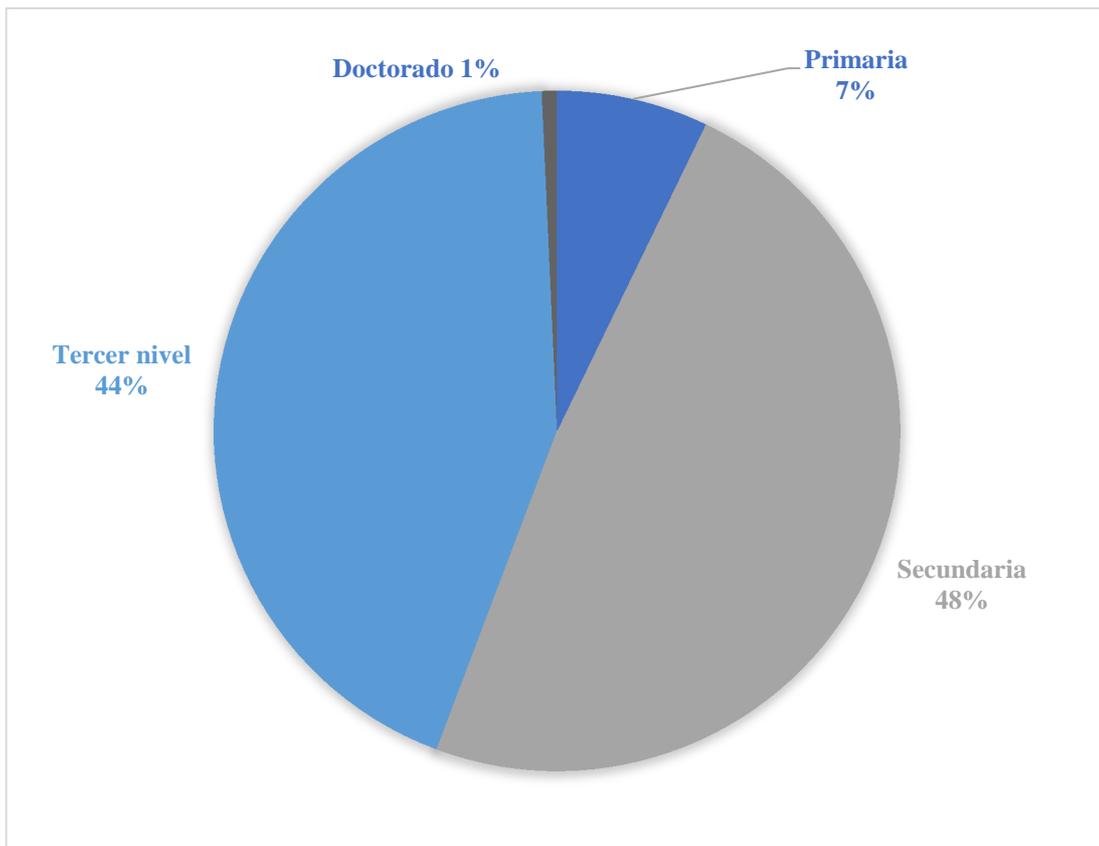


Figura 5. Instrucción académica

Fuente: Elaboración propia

En torno a esta pregunta, el 48% tiene estudios de secundaria, el 44% tercer nivel, el 7% primaria y el 1% doctorado. Los resultados obtenidos, de cierta manera también son utilizados por los prestadores de servicios turísticos, para adecuar una oferta referente a estos datos.

### Pregunta 3. Ocupación actual

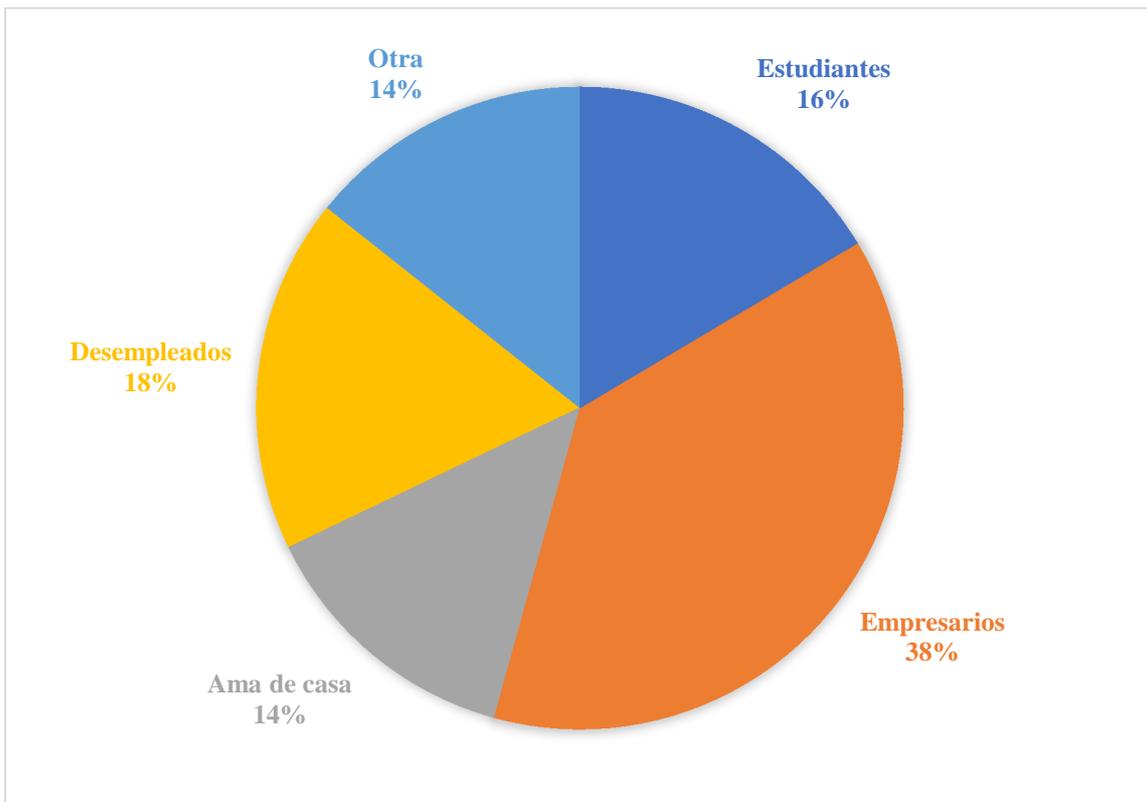


Figura 6. Ocupación actual

Fuente: Elaboración propia

En base a los datos obtenidos, hay un 38% de encuestados que se dedican a la actividad empresarial, el 18% se encuentra desempleado. De igual manera, se consta que el 16% estudian, el 14% realizan actividades caseras y un 14% desempeña otras funciones.

Los resultados pueden contribuir de cierta forma a la elaboración y diseño de actividades que vayan acorde a la segmentación del mercado, brindando así una variedad de alternativas a los visitantes.

Pregunta 4. ¿Cómo califica la oferta turística con relación de los restaurantes de la zona rural del cantón Manta?

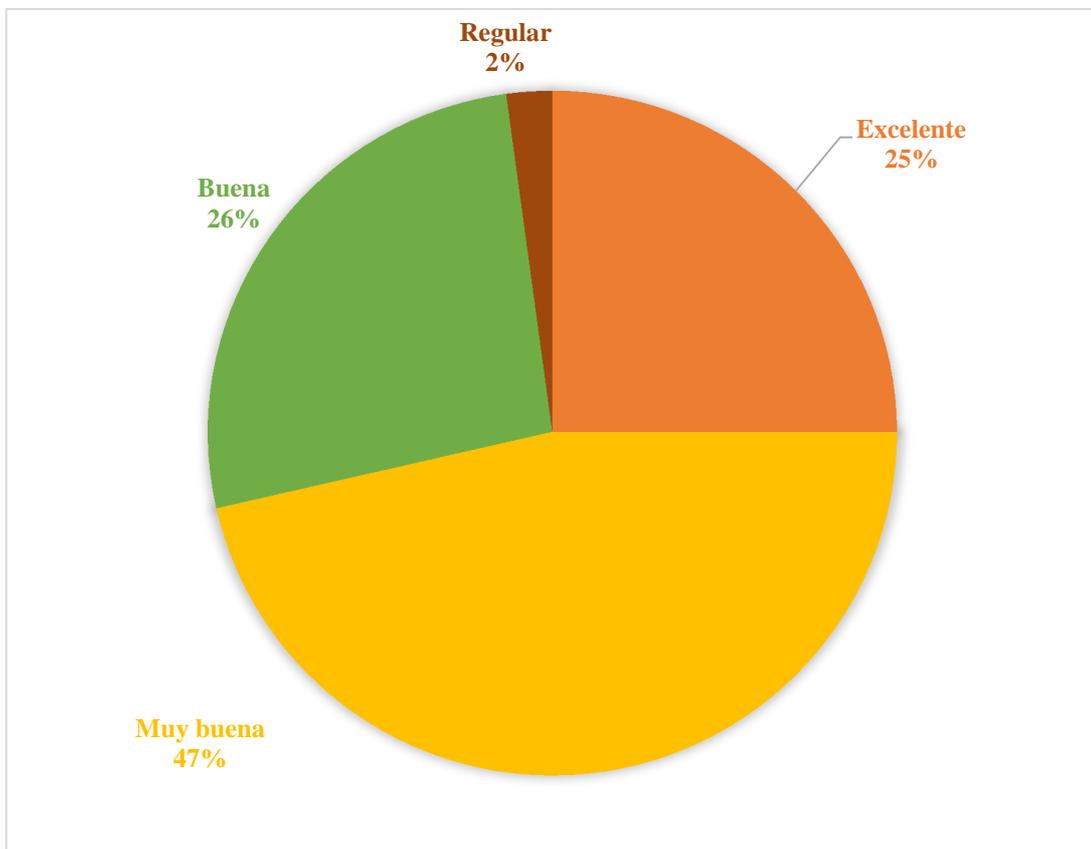


Figura 7. Oferta turística  
Fuente: Elaboración propia

En base a lo anterior, se observa que la oferta turística con relación a los restaurantes en la zona rural del cantón Manta tiene una aceptación bastante buena, por parte de los encuestados y tan solo el 2% considera que son regulares.

En efecto, obtener estos datos favorables son un aspecto a ponderar, sin embargo, es necesario potenciar esta variedad de oferta gastronómica con servicios de atención al cliente, infraestructura adecuada, accesibilidad, señaléticas y demás.

Pregunta 5. Señale las deficiencias que posee la oferta de restaurantes en la zona rural del cantón Manta

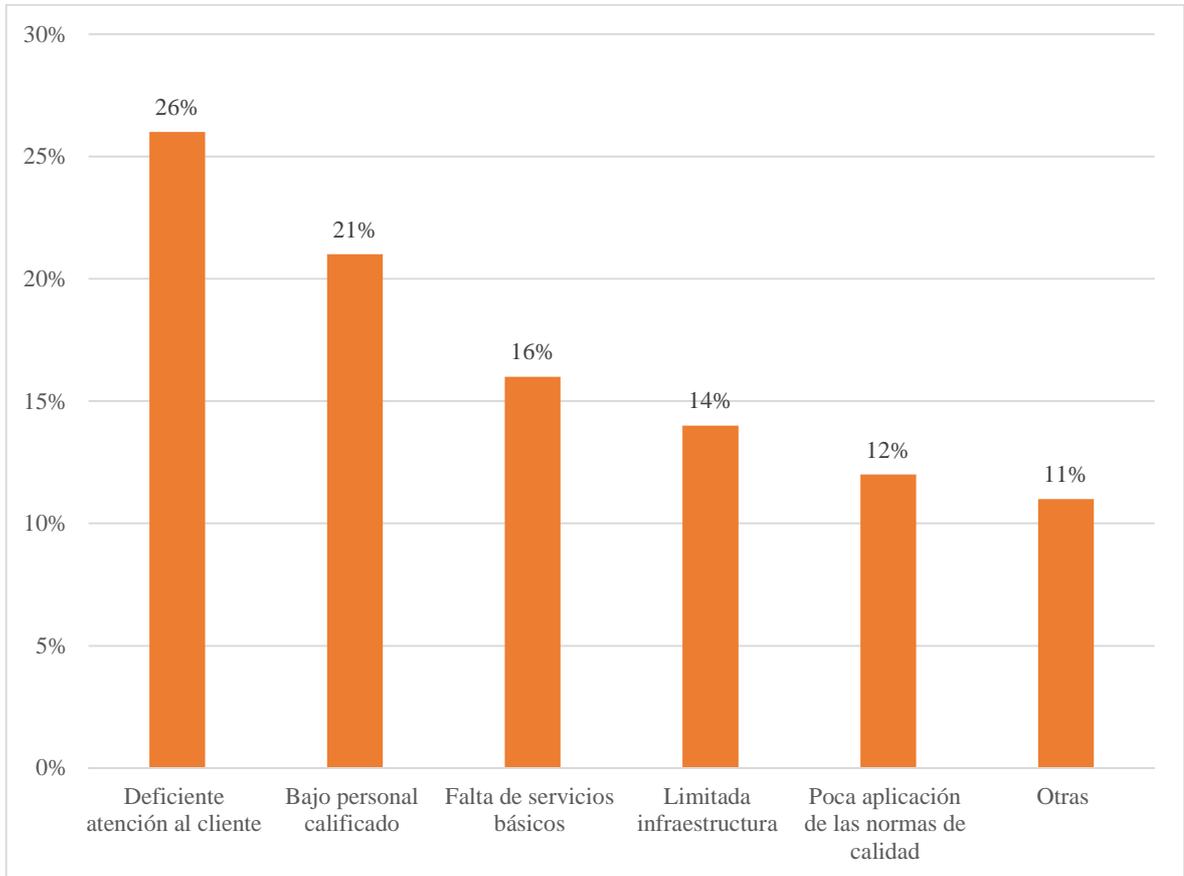


Figura 8. Deficiencias  
Fuente: Elaboración propia

Se constata que la principal deficiencia es la atención al cliente (26%), le sigue el bajo personal calificado (21%). El 16 % indica que existe una falta de servicios básicos, el 14% opina que también hay una limitada infraestructura.

La conjunción de estos aspectos señalados de manera negativa no ayuda a brindar un servicio de calidad, de igual manera existen problemas de infraestructura y escasez en los servicios básicos.

Pregunta 6. Indique las fortalezas de los restaurantes en la zona rural del cantón Manta

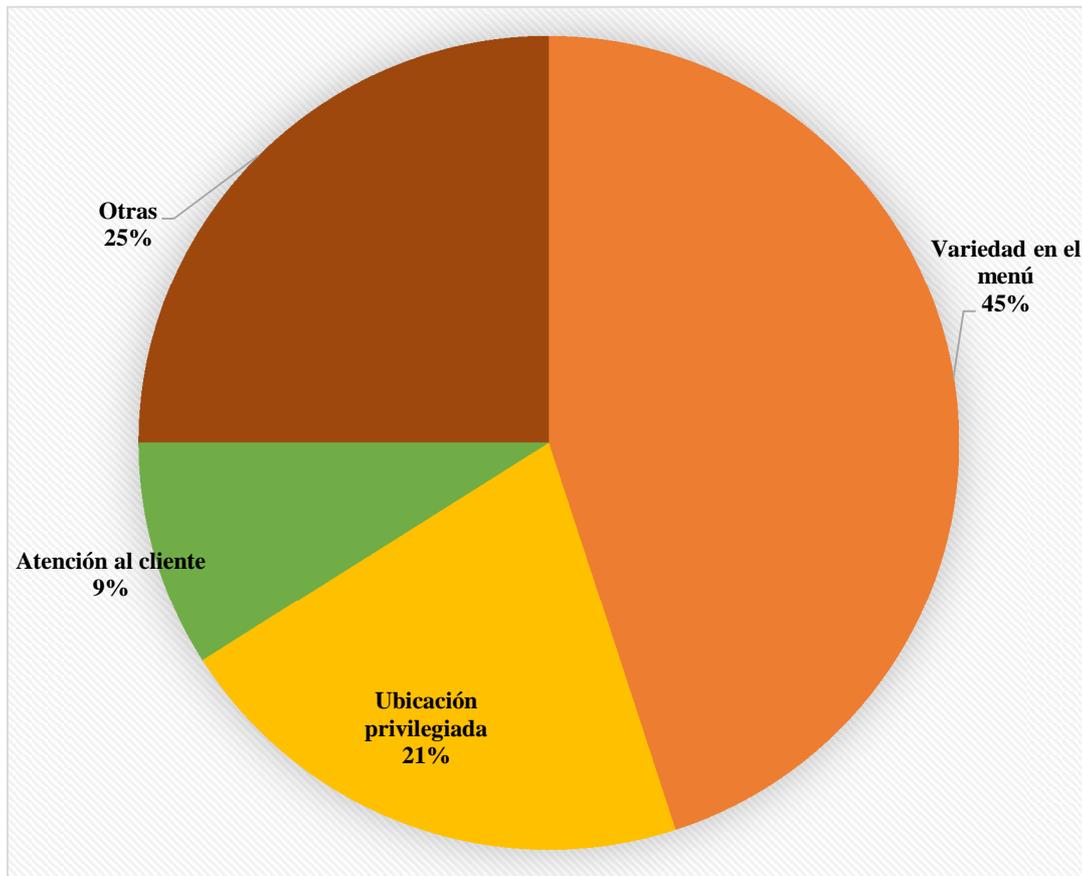


Figura 9. Género

Fuente: Elaboración propia

En concordancia a esta pregunta, se denota que las principales fortalezas señaladas por los encuestados son la variedad en el menú (45%). Asimismo, el 21% manifiesta que es la ubicación privilegiada. Existe un 9% que considera que es la atención al cliente y el 25% otras.

La información como tal puede ser empleada para elaborar nuevas estrategias que ayuden al fortalecimiento de la actividad turística en la zona rural del cantón Manta, beneficiando principalmente a los prestadores de servicios del campo del turismo.

Pregunta 7. Identifique cuáles son las estrategias que usted aplicaría para mejorar la oferta en esta zona

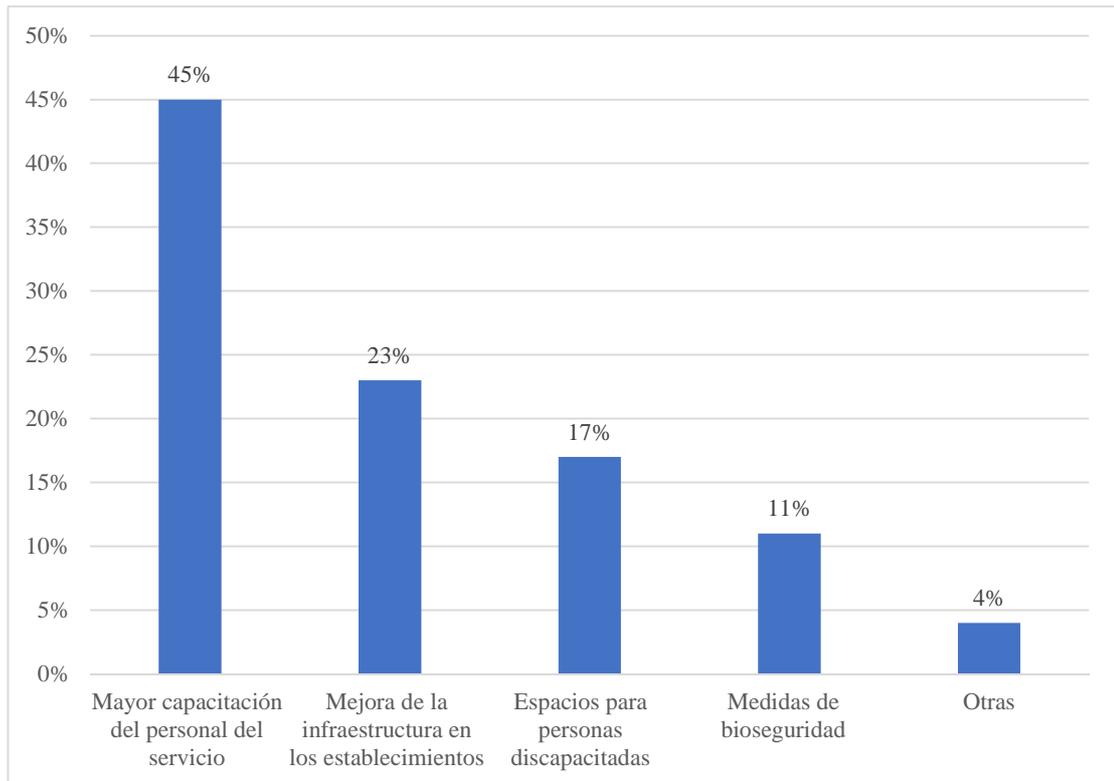


Figura 10. Género

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a esta interrogante, los encuestados en un 45% proponen una mayor capacitación del personal del servicio en los establecimientos de restauración. De la misma manera, el 23% concuerda en realizar mejoras en la infraestructura de estos lugares, en los establecimientos. Por su parte el 17% indica que se deben construir espacios para las personas con capacidades especiales, el 11% medidas de bioseguridad y el 4% requiere otras.

De manera general, se observan muchas deficiencias en torno a la atención al cliente, infraestructura y servicios básicos, con relación a la oferta de restauración. A pesar de aquello existen fortalezas como la variedad gastronómica y la ubicación privilegiada de este lugar, aspectos que suman y son preponderantes a la hora de elegir este lugar como destino.

### **3.2 Elaboración de estrategias**

En este apartado se procede a describir con precisión el conjunto de estrategias mencionadas al inicio de la investigación. A continuación, se detallan los elementos que la componen.

#### **Problemática:**

Existen inconvenientes en torno a la deficiente capacitación del personal para la atención al cliente, limitada infraestructura, falta de espacios para la libre circulación de personas con capacidades especiales.

#### **Objetivos:**

Las actividades que se van a realizar tienen como objetivo la mejora de las actividades turísticas en los establecimientos prestadores de servicios de restauración en la zona rural del cantón Manta.

#### **Responsables:**

Los encargados de tomar en consideración y emplear estas estrategias son los gestores turísticos del cantón Manta. Sin embargo, también se necesita el apoyo de organizaciones privadas y también la predisposición de los prestadores de servicios turísticos para colaborar con esta causa.

#### **Recursos:**

Los recursos a utilizar para efectuar la ejecución de las estrategias son financieros y tecnológicos. Además, del aporte del capital humano, necesario para impartir las charlas o realizar las actividades en esta localidad.

#### **Beneficiarios:**

De igual forma, los beneficiarios serán los turistas en primera instancia. Otros favorecidos son los prestadores de estos servicios, ya que contarán con mayores recursos para atender al cliente durante su permanencia en esta área.

En la siguiente tabla 7, se ubica la propuesta con sus respectivos elementos.

Tabla 7. Elaboración de estrategias turísticas

#	Metas	Actividades	Responsables	Beneficiarios	Tiempo	Recursos
1	Mejorar la calidad del servicio e infraestructura	Realizar reuniones con el GAD para mejorar las vías y ubicar las señaléticas	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	3 veces al año	Financieros y tecnológicos
2	Atraer a los atraer a los visitantes	Organizar concursos de comida típica de la localidad	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	2 veces al año	Financieros y tecnológicos
3	Buscar nuevas alianzas	Efectuar mesas de trabajo para buscar alianzas estratégicas con la empresa privada	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	4 veces al año	Financieros y tecnológicos
4	Mejorar las capacidades de los empleados	Brindar capacitaciones al personal prestador de servicios turísticos	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	5 veces al año	Financieros y tecnológicos
5	Aumentar la visibilidad en medios digitales	Difundir las actividades del destino a través de la publicidad y promoción	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	6 veces al año	Financieros y tecnológicos
6	Adecuar espacios para personas discapacitadas	Establecer convenios con la inversión privada para construir estos espacios	Departamento de turismo Municipio	Turistas y visitantes	1 vez al año	Financieros y tecnológicos

Fuente: Elaboración propia

Luego de la puesta en marcha de dichas actividades en la localidad, es primordial que las autoridades efectúen el respectivo seguimiento y control de estas. Posteriormente se evaluará el alcance que han tenido y así se determinarán las conclusiones del caso.

## CONCLUSIONES

1. A través de la revisión documental, se logra identificar un total de 12 establecimientos de restauración, de los cuales siete son pertenecientes a la parroquia San Lorenzo y cinco a Santa Marianita. Estos negocios son los encargados de la prestación de servicios de restauración a los turistas y visitantes que acuden a la zona rural del cantón Manta.
2. Dando respuesta al segundo objetivo, se elabora un cuestionario de encuesta estructurado por siete preguntas, el cual es aplicado a los turistas y visitantes que acuden a la zona rural del cantón Manta. La finalidad del instrumento consiste en medir la situación actual de los establecimientos de restauración pertenecientes a esta área.
3. Con respecto a la oferta turística de esta zona del cantón Manta, los encuestados en su mayor proporción consideran que es muy positiva. Por supuesto, para complementar esta oferta, es necesario adoptar aspectos como accesibilidad, infraestructura, servicios básicos y demás.
4. Acerca de los resultados de las encuestas, se determinan que las principales fortalezas son la variedad gastronómica y ubicación privilegiada. No obstante, estas deben complementarse adecuando la infraestructura pertinente, servicios básicos y contar con el personal propicio para atender las necesidades de los usuarios.
5. Asimismo, se observan debilidades con relación a la atención al cliente, prestación de servicios. Inobjetablemente estos factores no contribuyen de forma positiva al desarrollo de las actividades turísticas en esta zona del cantón Manta.
6. Las estrategias propuestas contienen actividades como eventos de platos típicos, mesas de trabajo para establecer prioridades de la zona, hacer alianzas estratégicas, entre otras. La función de estas como tal se encuentran orientadas a potenciar el servicio en los establecimientos de restauración en el área rural.

## **RECOMENDACIONES**

1. La actualidad marca muchas falencias con relación a la atención al cliente, servicios básicos e infraestructura. Claramente estos aspectos deben mejorar en pro de mejorar la calidad del servicio al turista.
2. De igual manera, se orienta a las autoridades turísticas del cantón Manta a realizar controles permanentes en estos establecimientos, los cuales permitan regular las actividades, mejorando el servicio al cliente y por ende la calidad.
3. De igual manera, se exhorta al estudio e implementación de las estrategias propuestas en esta investigación, ya que estas aportan varias actividades direccionadas al fortalecimiento de aspectos como atención al cliente e infraestructura, estos permitirán el desarrollo de la zona rural del cantón Manta.
4. Asimismo, las unidades académicas deben continuar con esta línea de proyectos en las diferentes localidades, de esta manera se logra inmiscuir al estudiante en cuanto a los procesos de investigación y sobre todo se diseñan estrategias que contribuyen a desarrollo local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguirre, K., Caro, C., & Mariel, P. (2005). La satisfacción del consumidor: una aplicación del análisis factorial confirmatorio a la industria automovilística española. *Estadística Española* 47(158), 117-141.
2. Akkuş, Ç., & Akkuş, G. (2018). Selected Studies on Rural Tourism and Development. *ResearchGate. ISBN (13): 978-1-5275-0793-7*, 1-13.
3. Alvarado, M. (2019). Fincas cafetaleras del cantón Paján con potencialidades para desarrollar turismo rural . *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo*. Jipijapa , Manabí, Ecuador : Universidad Estatal del Sur de Manabí.
4. Arapa, F. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios de restaurantes en función a las experiencias percibidas por la demanda turística de la Isla Taquile - Puno 2017. *Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciada de Turismo* . Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
5. Araujo, G., & Borrego, P. (2017). Gestión de la calidad en la empresa turística de un restaurante de la ciudad de Chachapoyas. . *Revista Ciencia y Tecnología*, 13(2), 61-76.
6. Betancourt, J., Aldana, L., & Gómez, G. (2014). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar. *Entramado*, vol. 10, núm. 2, 60-74.
7. Boullón, R. (2003). *Planificación del espacio Turístico*. México: Editorial Trillas. 3ra. Edición .
8. Camino, M. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de servicios hoteleros en el sector El Aromo, parroquia San Lorenzo, cantón Manta . *Previo a la obtención del grado académico de Magíster en Administración de Empresas* . Guayaquil , Guayas, Ecuador: Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
9. Campuzano, E. (2017). Análisis de Satisfacción en los Restaurantes de Gastronomía Análisis de Satisfacción en los Restaurantes de Gastronomía Dineserv. *Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad*. Quito, Pichincha, Ecuador : Universidad San Francisco de Quito .
10. Castellano, I., & Martínez, A. (2015). *Los procesos en los servicios de restauración*. Madrid, España : EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
11. Cedeño, M. (2018). Los atractivos del perfil costero del cantón Manta. *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo*. Jipijapa , Manabí, Ecuador: Universidad Estatal del Sur de Manabí.
12. Dasgupta, P., & Morton, J. (2017). Rural Areas. *ResearchGate*, 1-27.
13. García, T. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación . 1-29.
14. Guzmán, A., & Cárcamo, M. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio "Restaurant Familiar Los Fresnos". . *Acta Universitaria*, 24(3), 35-49.
15. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Craw Hill. Sexta Edición .
16. Korstanje, M. (2020). El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. *Dimensiones Turísticas*. <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>, 179-196.

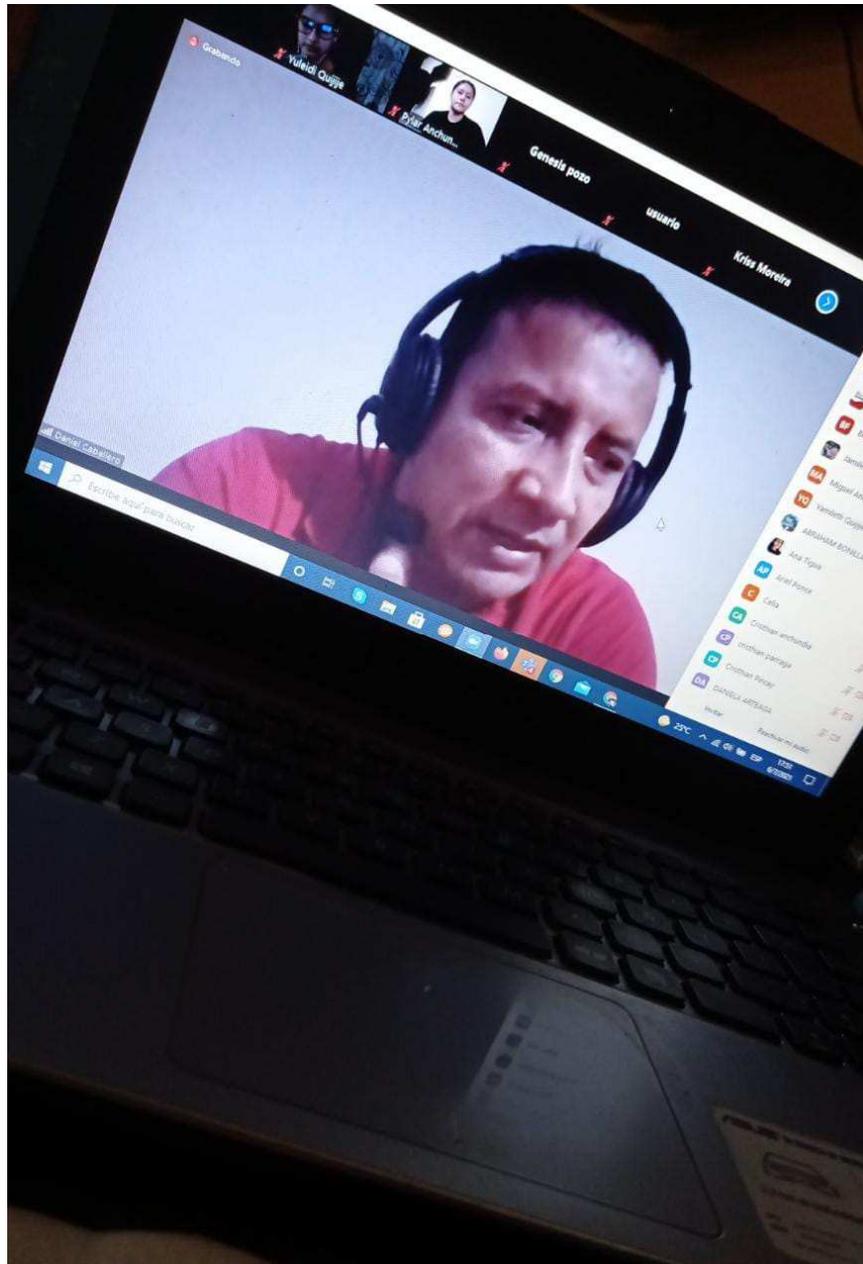
17. Loor, L., Plaza, N., & Medina, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. XXVII, núm. 1., 265-275.
18. López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 1-41.
19. Marianita, G. P. (2014). *Actualización PD y OT parroquia Santa Marianita* . Santa Marianita, Manta: Gobierno Parroquial Santa Marianita.
20. Mejía, L., & Bolaño, L. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el Departamento de la Guajira-Colombia . *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 1, 139-149.
21. Mendoza, A. (2012). Proyecto para la creación de una hostería como alternativa de desarrollo sostenible para la Playa de Santa Marianita del cantón Manta . *Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
22. Mintur. (2019). *Plan estratégico institucional 2019-2021*. Quito, Ecuador : Ministerio de Turismo.
23. Monroy, A., & Cázares, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48 (123). ISSN: 1870-6614 / 2448-7678, 1-21.
24. Moral, M., Fernández, T., & Franco, J. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*. ISSN 0798 1015 , -14.
25. Nations, U. (2020). *COVID-19 and Tourism* . United Nations Conference on Trade and Development.
26. OMT. (2019). *Definiciones del Turismo*. Madrid, España : Organización Mundial del Turismo.
27. OMT. (2019). *Glosario de términos*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
28. Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable* , 1-8.
29. Pacheco, A. (2020). Turismo rural: desafíos de las comunidades rurales en el conTexTo del Covid-19. *Dimensiones Turísticas*. Vol. 4, Núm. 7. E-ISSN: 2594-2069, 181-190.
30. Ricaurte, N. (2020). Diseño de la identidad visual y señalética para contribuir al fortalecimiento del turismo sostenible en la parroquia rural de San Lorenzo. Portoviejo, Manabí, Ecuador: Universidad San Gregorio de Portoviejo.
31. Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 82. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>, 179-200.
32. Román, E. (2018). Análisis de las estrategias de mercado empleadas por los restaurantes de primera categoría de la ciudad de Cuenca. . Cuenca , Azuay, Ecuador : Universidad del Azuay.
33. Sierra, M. (2012). *Tipos más usuales de investigación*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
34. Socatelli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles . En M. Socatelli, *Mercadeo Aplicado al*

*Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles* (págs. 1-3). Costa Rica: Intermark.

35. Vargas, A., Castro, J., & Cruz, M. (2021). Plan de negocios restaurante Sucre Et Canelle en la ciudad de Villavicencio. *Programa de Administración de Empresas*. Meta , Villavicencio , Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
36. Vélez, A. (2016). *Propuesta de Desarrollo Turístico, a través de la implantación de un centro gastronómico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta, de la Provincia de Manabí*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.
37. Viera, E., Fernández, B., Caballero, D., Loor, C., & Cabrera, A. (2020). Higiene y manipulación de los alimentos en los restaurantes de Playita Mía de la ciudad de Manta. *Revista Electrónica Cooperación Universidad y Sociedad*, 60-65.
38. WTTC. (2021). *Travel and Tourism as a catalyst for social impact*. World Travel & Tourism Council .
39. Zambrano, M., & Trueba, A. (2019). Planificación turística como proceso de Certificación Sostenible de la Playa San San Lorenzo, cantón Manta . Calceta, Manabí, Ecuador: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
40. Zambrano, V. (2019). Evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico. *Informe de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo* . Calceta, Manabí, Ecuador: Escuela Superior Politécnica Manuel Félix López .

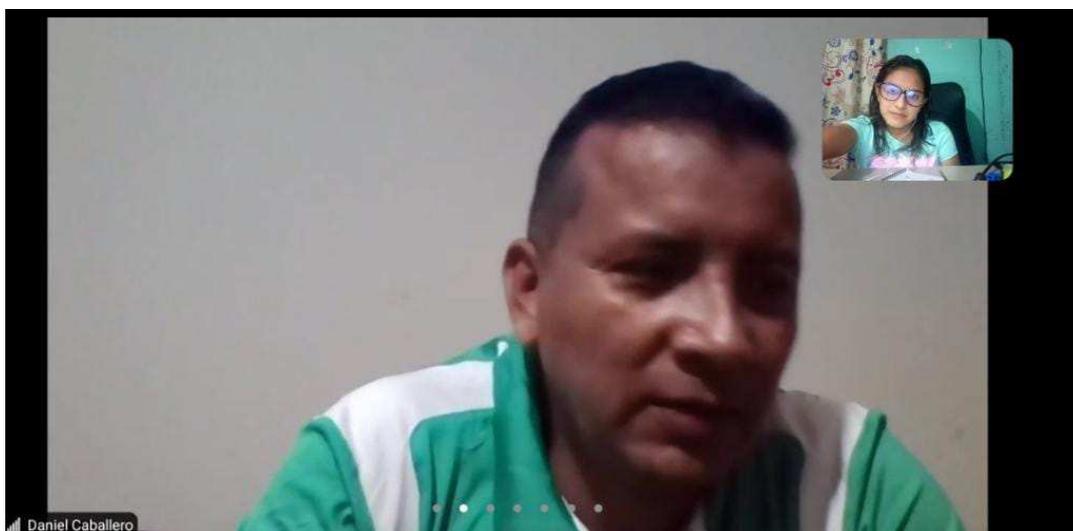
# ANEXOS

## Anexo 1



Tutoría online con el docente Daniel Caballero

Anexo 2



Reunión virtual con el tutor Daniel Caballero