

Estrategias para la reactivación turística pos crisis (terremoto-covid-19) en el cantón Manta, Manabí, Ecuador

Nelson García Reinoso

Máster en Gestión Turística,
Doctorando del programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo - Universidad de Alicante (EDUA)
Docente Investigador de la carrera de Turismo
Coordinador Maestría en Turismo
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López" (ESPAM MFL)
Manabí, Ecuador.
ngarcia@espam.edu.ec
nelsongreinoso@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0972-3347>

Gilberto Blanco González

Máster en Administración de Empresas,
Doctorando Universidad de la Habana
Docente Investigador de la carrera de Turismo
Coordinador Docente Hotel Laboratorio Higuera
Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí "Manuel Félix López" (ESPAM MFL)
Manabí, Ecuador.
gblanco@espam.edu.ec
gilbertoblancogonzalez@gmail.com

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo identificar estrategias de reactivación turística pos crisis (terremoto-pandemia covid-19) en el destino turístico del cantón Manta. La metodología inicia con el estudio de la oferta turística que permite identificar las problemáticas que conmueven al sector empresarial. Se emplea un cuestionario para la recolección de datos, compartido vía online a través de google forms, que establece como objetivo identificar problemáticas del sector empresarial turístico frente a la crisis provocada por el COVID-19. Respondieron el cuestionario 272 gerentes de establecimientos turísticos, que representan el 48% de planta turística total registrada en el catastro; la información fue procesada en el programa estadístico SPSS versión 23. Posteriormente se efectuó el estudio de la demanda para identificar las motivaciones turísticas que propician el viaje y valorar el comportamiento en el consumo de productos y servicios turísticos. La segmentación evidenció dos clúster: Turismo cultural-arqueológico y turismo de sol y playa, que muestran diferencias significativas en las motivaciones del viaje, la relación con el producto o servicio, evaluación del destino y la fidelidad. Los resultados permitieron identificar estrategias de reactivación orientadas a mejorar el modelo de gestión turística de la ciudad y acciones propias del sector, a la mejora de los procesos de salud y bio seguridad en los establecimientos turísticos, la baja de las tarifas de los servicios, la promoción en redes sociales y la migración de empresas a modelos on line.

Palabras clave:

Mercado turístico, segmentación, desarrollo sostenible, comercialización.