



Revista Venezolana de Gerencia
ISSN: 1315-9984
rvgluz@fces.luz.edu.ve
Universidad del Zulia
Venezuela

Recuperación de destinos turísticos posterremoto: revisión del caso Ecuador ¹

Félix Mendoza, Ángel Guillermo; Campos Jiménez, Sandra Elizabeth; Martí Noguera, Juan José; Mejía Ramos, Maribel

Recuperación de destinos turísticos posterremoto: revisión del caso Ecuador ¹

Revista Venezolana de Gerencia, vol. 22, núm. 80, 2017

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055967006>

Recuperación de destinos turísticos posterremoto: revisión del caso Ecuador ¹

Recovery of tourist destinations after the earthquake: review of Ecuador's case

Ángel Guillermo Félix Mendoza *

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí,
Ecuador

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055967006>

Sandra Elizabeth Campos Jiménez **

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí,
Ecuador

Juan José Martí Noguera ***

Maribel Mejía Ramos ****

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí,
Ecuador

Recepción: 10/06/17
Aprobación: 18/09/17

RESUMEN:

El artículo tiene como objetivo explorar la situación turística en la provincia de Manabí - Ecuador, tras el terremoto del 16 de Abril del 2016. La investigación se apoya en una metodología descriptiva en un primer momento a partir de la revisión bibliográfica relacionada con catástrofes naturales en destinos turísticos, que fundamenta un trabajo cualitativo en base a un diseño y aplicación de entrevistas y mapeo de actores públicos y privados relacionados con la gestión de la actividad turística en los ámbitos regional, provincial y municipal; complementariamente se recopiló una serie de datos, obtenidos de fuentes secundarias para su análisis. Los resultados ofrecen información relativa a los efectos de diversas estrategias orientadas a la reactivación de los destinos turísticos, utilizando factores claves como la solidaridad y los recursos turísticos propios de la identidad manabita no condicionada por infraestructuras afectadas, permitieron volver a posicionar Manabí como la segunda provincia más visitada a nivel nacional. Si bien se reflejan cambios de tendencia a corto plazo como respuesta positiva a las estrategias inmediatas de contención tras la catástrofe esto puede contribuir a cambios en el tipo de producto que se ofrece en la provincia y su gestión de destino como tal.

PALABRAS CLAVE: desastres naturales, destinos turísticos, marketing turístico, estrategia de promoción turística, gestión.

ABSTRACT:

The article aims to explore the tourist situation in the province of Manabí - Ecuador, after the earthquake of April 16, 2016. The research is based on a descriptive methodology at first from the bibliographic review related to natural catastrophes in tourist destinations, which bases a qualitative work based on a design and application of interviews and mapping of public and private actors related to the management of tourism activity at the regional, provincial and municipal levels. In addition, a series of data was collected, obtained from secondary sources for analysis. The results offer information on the effects of various strategies aimed at

NOTAS DE AUTOR

- * Magíster en Planificación y gestión de proyectos Agroturísticos y ecológicos. Doctorando en la Universidad de Córdoba (España). Docente investigador acreditado de la Carrera de Turismo en la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, (ESPAM MFL) Ecuador. Coordinador de la Maestría en Turismo de la ESPAM MFL.
- ** Magíster en Planificación y gestión de proyectos Agroturísticos y ecológicos (Universidad Agraria del Ecuador). Docente investigadora de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí (ESPAM) y Directora Ejecutiva de la Asociación de Profesionales en Turismo y Hotelería del Ecuador (APTHEC).
- *** PhD en responsabilidad social universitaria por la Universidad de Valencia (España) y Postdoctorado en desarrollo regional turístico (Ecuador). Autor de numerosas publicaciones científicas y ponente invitado en diversas universidades iberoamericanas. Miembro grupo investigación innovación y análisis social de la Fundación Pere Tarrés.
- **** Ingeniera Comercial, Magister en Gerencia Educativa, Docente Investigadora en la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. He realizado asesorías contables en instituciones educativas privadas y empresas de comercio nacionales e internacionales.

reactivating tourist destinations, using key factors such as solidarity and tourism resources of the Manabí identity not conditioned by affected infrastructure, allowing Manabí to position itself as the second province most visited nationwide. Although short-term trend changes are reflected as a positive response to immediate containment strategies after the catastrophe, this can contribute to changes in the type of product offered in the province and its destination management as such.

KEYWORDS: natural disasters, touristic destinations, Tourist marketing, tourism promotion strategy, management.

1. INTRODUCCIÓN

Entendiendo el turismo como una actividad dinamizadora de las economías a nivel mundial, según el barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2016) en el año 2015 esta actividad generó el 10% del producto interno bruto a nivel internacional, y hasta un 6% del comercio internacional. Estos datos resultan especialmente relevantes para el Ecuador en su estrategia de desarrollo económico (SENPLADES, 2013) que considera el turismo como uno de los productos que mayor impacto pueden tener en un modelo económico alternativo basado en la exportación de recursos naturales. A nivel de Ecuador, la actividad turística figura como el tercer ingreso del país en el sector exportador sin considerar petróleo y derivados, presentando ingresos que sobrepasan los mil millones de dólares al año, solamente por debajo de dos sectores de exportación tradicionales como el camarón y el banano que encabezan la lista. Como resultado de la actividad turística.

A nivel de país al corte del 2015 se determina que los ingresos generados por el turismo ascendieron a 1017 millones de dólares, mientras que en el 2016 aumentó a 1173 millones de dólares, cifras importantes para la dinamización económica del país.

Desde inicios del 2007, en Ecuador se potenciaron campañas promocionales de destino como Viaja primero Ecuador para favorecer el aumento del turismo interno, medida que se complementó con los denominados feriados nacionales que alargan los fines de semana y han influido en los movimientos turísticos internos. Según informes del MINTUR, en el marco de estas campañas durante el 2015 las cifras presenta que un día promedio puede llegar a suponer un millón setecientos dólares de gasto asociado al turismo.

Atendiendo al Plan Estratégico Para el Turismo Sostenible en Ecuador (PLANDETUR, 2020), el 80% de la infraestructura turística del país se encuentra concentrado en seis provincias de Ecuador y son Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5% y Manabí 10,1%; siendo las dos últimas la mayormente afectadas por el terremoto del 16 de Abril del 2016.

En este sentido, la investigación se desarrolló en la provincia de Manabí como respuesta de la academia ante el desastre acontecido tras el terremoto del 16 abril del 2016, con la finalidad de contribuir al restablecimiento del sector turístico, crucial para la recuperación socio-económica. El caso abordado, implicó la revisión de bibliografía especializada en turismo y catástrofes, visitas a varios cantones afectados por el terremoto para tener una aproximación de la actividad desde el sector público y privado directamente en cantones afectados en el centro de la provincia de Manabí y la revisión de documentos oficiales y noticias.

De esta manera, el objetivo principal se centra en explorar la situación turística en la provincia de Manabí - Ecuador, tras el terremoto del 16 de Abril del 2016. Desde una perspectiva metodológica, se asume una metodología descriptiva, apoyada en la revisión bibliográfica relacionada con catástrofes naturales en destinos turísticos (Avraham, 2016; Richie, 2004; Orchiston, 2015; Faulkner, 2001; Scott et al, 2008), se consideran también experiencias orientadoras en la gestión implementadas en destinos turísticos afectados por catástrofes naturales, entre ellas los terremotos en países como Egipto, Nueva Zelanda y Estados Unidos que fundamentan un trabajo cualitativo en base a un diseño y aplicación de entrevistas y mapeo de actores públicos y privados relacionados con la gestión de la actividad turística en los ámbitos regional, provincial y municipal; complementariamente se recopiló una serie de datos, obtenidos de fuentes secundarias para su análisis.

En este sentido, para tener una imagen muy general del turismo en el Ecuador, es necesario matizar que a excepción de las Islas Galápagos quienes poseen un observatorio turístico, el país no posee un sistema de gestión estadística de alta confianza, por lo cual la información que aporta el estudio se fundamenta en datos recolectados en bases de organismos oficiales como el Ministerio de Turismo (MINTUR), del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y del Ministerio del Interior que aporta estadísticas migratorias. De esta manera la fuente de referencia del estudio lo constituyen datos ofrecidos por el boletín de información turística con las estadísticas obtenidas entre el 2015 y 2016 para Ecuador, también se tomarán como referencia los informes de feriados dentro del Ecuador proporcionados por el MINTUR durante el 2016.

El trabajo se estructura ofreciendo inicialmente una contextualización previa al terremoto y la relevancia del turismo en la provincia, sobretodo enfocado a la oferta del denominado “sol y playa”; se presenta una revisión de literatura científica relacionada con destinos turísticos que se han visto afectados por catástrofes naturales, con especial énfasis a los terremotos en destinos consolidados de alta afluencia turística.

2. CONTEXTO DEL ESTUDIO. PROVINCIA DE MANABÍ

La provincia de Manabí, está distribuida políticamente en veintidós cantones cada uno con autonomía política local administrada por los gobiernos locales. Es la provincia con la mayor extensión de playas en la costa ecuatoriana, y cabe resaltar que precisamente por su enclave geográfico en Ecuador en general se encuentra en el “Cinturón de Fuego del Pacífico” lo que lo hace más vulnerable a la actividad sísmica, según datos del Instituto Geofísico Militar (IGM) se presenta una constante actividad que ha causado grandes daños en los años 1906, 1942, 1958, 1979, 1998, siendo el último ocurrido el 16 de Abril del 2016 de una magnitud de 7.8 grados en la Escala de Richter en las costas de Manabí y Esmeraldas.

Como se comentó previamente, no hay datos precisos sobre estadísticas turísticas, pero es considerada el principal destino de playas para el país, destacando por poseer una extensión de 350 Km. de playas, desde el norte de manera descendente encontramos destinos de alta importancia en esta modalidad como Pedernales, ciudad que está atravesada por la línea Ecuatorial, encontramos a Jama con una riqueza arqueológica impresionante debido al asentamiento de varias culturas precolombinas, Canoa un destino para practicar el surf muy visitados por turistas internacionales, Bahía de Caráquez, un destino de descanso con muchos edificios de segunda residencia y Manta la tercera ciudad en importancia en el país, debido a su puerto de gran calado, punto de salida de muchos productos de exportación.

La provincia presenta una gran diversidad de recursos naturales y culturales, en total 382 recursos inventariados por el Ministerio de Turismo, con aporte de la Agencia Española de Cooperación Internacional y la Agencia de Desarrollo Provincial de Manabí; si bien el mayor posicionamiento y oferta turística está direccionado hacia las playas y litorales, la zona interna experimentan un desarrollo turístico incipiente (Félix y Doumet, 2016) debido en parte al reconocimiento gastronómico, lo cual está resultando relevante debido a la influencia en la experiencia turística diferencial con otras provincias del país ricas en oferta de biodiversidad y naturaleza (López et al, 2016).

3. GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO Y CATÁSTROFES

Los destinos turísticos constituyen el centro de referencia sobre el cual se construyen los sistemas de gestión, ya que no solo implican actividades directamente relacionadas con la actividad turística in situ, sino que, a su vez, comparten una serie de estrategias de posicionamiento para influir en la motivación de los visitantes para desplazarse a un determinado lugar (Marujo, 2012). Debido a la dificultad de gestión de una actividad económica multi-variable tanto a nivel de oferta como de demanda, los destinos turísticos son un sector

expuesto a una alta susceptibilidad tanto por factores internos propios del destino, como por factores externos como por ejemplo crisis económicas en los países emisores de turistas.

Teniendo de por sí estos condicionantes, Orchiston y Highman (2015) destacan que los gestores de destinos turísticos afectados por grandes desastres naturales enfrentan desafíos significativos durante las fases de respuesta y recuperación, puesto que el destino cambia la imagen de cómo era percibido de manera inmediata. El enfoque específico sobre los ajustes del sector turístico a los desastres naturales, debe tener en cuenta de acuerdo con Faulkner (2001), que los efectos dañinos para la imagen aplican igualmente a los destinos y a las comunidades receptoras independientemente de su tamaño. Concluyendo la investigación de Faulkner (2001) que ningún lugar está inmune a algún desastre natural, por lo que las experiencias de destinos que han sufrido catástrofes naturales, son de vital importancia para la creación de estrategias aplicables en distintas etapas del desarrollo del evento.

Por lo antes expuesto, este trabajo otorga una base importante en la descripción de los involucrados y sus funciones específicas en la recuperación, estableciendo las bases del porqué analizar las estrategias aplicadas por organismos en la provincia de Manabí.

Orchiston (2015) presenta un enfoque más empresarial, especialmente dedicado a las pequeñas comunidades que viven del turismo y las estrategias internas aplicadas por las empresas locales para su supervivencia en el mercado. Estrategias relacionadas al precio, los servicios y la imagen de las mismas, pueden verse afectadas, a partir de un evento natural como los terremotos; razón esta por la cual, se respalda la idea de evaluar el trabajo desarrollado por las operadoras turísticas locales a partir del evento.

También se determina a través de los aportes de Ritchie (2004) la incidencia que deben tener los servidores públicos y privados, quienes pueden trabajar en conjunto mediante alianzas estratégicas que mitiguen de alguna manera los efectos en los destinos implicados en estos desastres. Por ello, se pretende identificar el trabajo desarrollado en conjunto entre los prestadores de servicio y las autoridades.

Por su parte, Avraham (2016) ofrece una contribución destacada al plantear la forma de cómo crear una herramienta para evaluar los impactos inmediatos a través del “modelo de varios pasos” para que un destino recupere su imagen, considerando a tres grupos de características relacionadas con la crisis, el público objetivo y el lugar. De esta manera, se asumen las bases del modelo, para elaborar una herramienta útil en recolección de información, la misma que será aplicada a distintos protagonistas del desarrollo en alguno de los cantones más afectados dentro de la provincia de Manabí.

El desencadenamiento de sucesos naturales en destinos turísticos puede determinar un horizonte no esperado para la actividad socioeconómica. Los riesgos pueden llegar a afectar el funcionamiento de un destino turístico conduciendo a una situación de crisis de largo alcance más allá del puntual de la catástrofe, afectando directamente los resultados de los elementos conformantes del sistema turístico (Rodríguez y Álvarez, 2013). Debido a ello, un plan estratégico de gestión apropiado ante estos sucesos, es de máxima urgencia para lograr que el sector turístico pueda reactivarse ágilmente. Se considera un elemento primordial para la recuperación social y económica, debido al efecto multiplicador que conlleva en beneficios directos para agencias e indirectos por gasto y consumo en otros establecimientos así como a nivel recaudatorio municipal y provincial.

Por su parte, plantean Mendoza, Brida y Garrido (2012), que para efectuar un plan de gestión de contingencia del destino turístico los factores al momento de una catástrofe deben ser analizados de inmediato, resaltando entre ellos: 1) magnitud del mismo; 2) percepción de seguridad generada por la cobertura informativa, 3) caracterización del perfil de turista del lugar donde aconteció. Así, para poder generar una reacción rápida de recuperación del destino se debe tener en cuenta el proceso denominado “resiliencia”.

En materia turística, desde la mirada de la resiliencia, los destinos serán capaces de resistir las alteraciones que el medio ejerce sobre ellos, generando la auto organización necesaria en base a sus pilares de estructura que sustentan el desarrollo turístico (Gutiérrez et al. 2014). Analizada la capacidad de resiliencia, subrayan

En este sentido, para la descripción de la afectación a la actividad turística se comenzó en primer lugar por revisar varios de los casos en contextos similares, las metodologías aplicadas para reactivar la demanda en la secuencia temporal inmediata al desastre con el objetivo de mitigar los daños colaterales que afectan a la recuperación socio-económica. Al deteriorarse la imagen turística producto del terremoto, en segundo lugar, se adaptaron los lineamientos básicos de entrevista propuestos por Avraham (2016), llevando paralelamente a cabo un mapeo de los principales actores de los sectores públicos y privados con la intención de obtener información acerca de la percepción de la catástrofe en los diferentes núcleos de la provincia y analizar las gestiones realizadas por los actores del desarrollo turístico local.

De este modo, mediante un mapeo de actores se identificaron fuentes de información de calidad, acompañado del levantamiento de la información a través de la técnica de la entrevista. Atendiendo a la propuesta metodológica de Avraham (2016) se orientó un análisis cualitativo de información en base a noticias, entrevistas, reportes de prensa, campañas publicitarias, aplicación de políticas entre otros datos y se construyó un cuestionario que orienta la investigación mediante tres preguntas bases:

1. ¿Qué elementos de la campaña (textos e imágenes, por ejemplo) utilizaron los expertos en marketing durante las crisis del turismo en el destino?
2. ¿Qué políticas guiaron las relaciones de los funcionarios con los medios de comunicación durante las crisis del turismo?
3. ¿Qué iniciativas (por ejemplo, cultura y eventos deportivos) promovieron los operadores durante la crisis turística?

Para determinar los actores a los que se le aplicó la entrevista se establecieron dos perfiles:

- a) Grupo conformado por los representantes del sector público dentro de cada una de las instituciones con injerencia directa en la gestión de destinos: 1) Principal representante del gobierno nacional en el área turística de la región, 2) Principal representante del gobierno provincial de Manabí, 3) Directores y Jefes departamentales de turismo en los municipios afectados por la catástrofe.
- b) Grupo conformado desde el sector privado, tomando en cuenta directivos de las principales operadoras turísticas y agencias de viaje de la provincia, quienes fueron los encargados de generar los productos post terremoto.

En el cuadro 1 se muestra el detalle de los actores del desarrollo turístico de la Provincia que fueron entrevistados:

CUADRO 1
Actores elegidos para entrevista

Nº	Institución	Representante	Cargo
1.	Ministerio de turismo	Srta. Gema Ceballos	Coordinadora de la Zona de planificación 4
2.	Gobierno provincial de Manabí	Ing. Leonardo Hidalgo	Director de Gestión ambiental, turismo, reforestación y riego
3.	Municipio de Chone	Ing. José Delgado	Técnico en Marketing Turístico.
4.	Municipio de Tosagua	Ing. María Zambrano	Directora de Turismo
5.	Municipio de Sucre	Ing. Paolo Rodríguez	Directora de Turismo
6.	Municipio de Puerto López	Sr. Angel Pincay	Responsable del Área de Turismo
7.	Municipio de Bolívar	Sra. Martha Chávez	Responsable del Área de Turismo
8.	Cámara de turismo de Manta	Ing. Gonzalo Mejía	Vicepresidente
9.	Agentes de viajes, Mayoristas, minoristas y duales de Manta y Portoviejo	Vario, entre ellos: Christian Chérrez	Gerentes

elaboración propia

Seguidamente, en la Tabla 1, se aprecia la situación de los establecimientos de alojamiento y su impacto en la capacidad hotelera de la provincia de Manabí de acuerdo a datos del Ministerio de Turismo:

TABLA 1
Afectación a establecimientos de alojamiento de Manabí post terremoto 16A

Cantón	Establecimientos de alojamiento antes del Terremoto 16 ^a	Establecimientos de alojamiento después del terremoto 16 ^a	Plazas antes del terremoto 16 A	Plazas actuales
1 Portoviejo	65	35	3.178	2.089
2 Manta	137	99	6.800	5.000
3 Puerto López	94	80	2.500	2.427
4 Sucre	54	24	2.000	1.250
5 San Vicente	69	27	2.600	1.055
6 Jama	10	8	350	199
7 Pedernales	84	41	3.246	1.819
8 Montecristi	6	4	316	250
9 Jaramijó	2	1	30	15
10 Rocafuerte	2	2	75	75
11 Bolívar	3	2	56	45
12 Junín	1	1	10	10
13 Tosagua	2	2	59	59
14 Chone	8	7	153	145
15 Flavio Alfaro	2	2	30	30
16 El Carmen	11	9	322	300
17 Paján	4	3	62	50
18 Pichincha	2	1	24	15
19 24 de mayo	1	1	12	12
20 Santa Ana	4	2	50	37
21 Jipijapa	17	17	662	662
22 Olmedo	0	0	0	0
	577	368	22.535	15.589

Informe de afectaciones del SENPLADES

Cabe destacar que según los datos oficiales las principales afectaciones se ven reflejadas en los principales cantones relacionados al turismo, la capacidad de alojamiento especialmente en estos cantones arroja un déficit de 6946 plazas debido a la destrucción de manera total o parcial de los establecimientos. Dejando a un lado Puerto López que es de los principales destinos de la provincia; su ubicación geográfica fue favorable, al encontrarse en la zona sur de la provincia la cual fue menormente afectada.

5. ACCIONES INMEDIATAS APLICADAS POST TERREMOTO

El Gobierno central generó varias acciones para brindar ayuda emergente y acorde a la revisión documental, se constató que se generaron 5 grupos de acciones que fueron implementadas en los meses siguientes al terremoto por diversos organismos del sector público, privado y comunitario en Manabí.

En la Tabla 2 se detallan las acciones/estrategias emprendidas, indicando sus respectivos organismos gestores:

TABLA2
Matriz de acciones aplicadas post Terremoto

Nro.	Estrategias	Actores
1	Tour solidario	Ministerio de Turismo
2	Festivales gastronómicos	Varios Municipios, entre ellos: Portoviejo, Tosagua, Chone, Pedernales.
3	Eventos culturales y deportivos	Varios Municipios, entre ellos: Sucre y Manta
4	Stands “Unidos por Manabí” en los principales Centros comerciales del Ecuador	Gobierno Provincial de Manabí
5	Campañas por Redes sociales	En todos los destinos

elaboración propia

Ampliando la información contenida en la tabla anterior, se describen los resultados obtenidos mediante entrevistas y datos oficiales, considerando el orden jerárquico de la institución que promovió la información, iniciando por la influencia de la institución a nivel nacional, provincial y local.

•**Tours solidario:** el Ministerio de Turismo creó ésta iniciativa que consistió en ofertar bajo la modalidad de paquetes turísticos, dos tours conformados por excursiones a las zonas afectadas de Manabí y Esmeraldas. Los tours fueron conformados por: boleto aéreo hacia Manta en la aerolínea Tame, guianza turística, traslados hacia Ciudad de Alfaro, fábrica de dulces de Rocafuerte, Hacienda Café Color Tierra en Chone, visita al Museo Esencia de Café y Taller Artesanal, refrigerio y almuerzo. Su precio final fue de \$90 por persona y permitió que se movilizaran a Manabí un total de 177 personas.

Al respecto de este tour, Alvarado Fernando, Ministro de Turismo manifestó (El Comercio, 2016): “La idea es que todo lo que se pueda quede en Manabí...el operador turístico, los buses, almuerzos, los dulces, todos son de Manabí, lo único que es nacional, es (la aerolínea) Tame que no cobró una ganancia, sino el coste de operación básicamente; los aeropuertos no cobraron tampoco el costo de tasas aeroportuarias, el SRI no cobró los impuestos tampoco, entonces se logró ajustar el valor de ese tour por ser solidario a 90 dólares”.

El análisis de los efectos generados se realizó mediante la encuesta realizada por la Coordinación General de Estadísticas e Investigación a los 177 visitantes que adquirieron los Tours solidarios del 01 de mayo del 2016 y los 163 visitantes del 08 de mayo del 2016 con lo cual se determinaron los siguientes datos en relación al perfil del visitante de dicho producto turístico ofrecidos en la Tabla 3.

TABLA 3
Perfil del visitante de la Iniciativa Tour Solidario

Género	El 58% fueron mujeres y el 42% fueron hombres.
Disposición de gasto	Hasta \$110 por un paquete de similar características, lo que corresponde al 21% más de lo que costó en aquella ocasión el recorrido.
Medio por el que se informaron sobre el Tour solidario	63% por redes sociales, 26% por recomendaciones de amigos y familiares, 11% por un comunicado oficial.
Nivel de satisfacción	Los servicios turísticos incluidos fueron tomados como excelentes y satisfactorios. 9 de cada 10 excursionistas indicaron que volverían a tomar el Tour. Por otra parte, el 100% de los encuestados recomendaron a la ciudadanía formar parte de los Tours solidarios promovidos por el Ministerio de Turismo.
Gasto promedio en productos adicionales: Artesanías.	\$43 en artesanías durante el recorrido.
Recomendaciones	El 92% recomendó que esta iniciativa tenga una duración mayor y que de preferencia inicie un sábado.

elaboración propia

En cuanto al análisis de las entrevistas, de acuerdo a lo manifestado en relación al comportamiento de la demanda de la provincia en el mes de Agosto del 2016, la Ingeniera Gema Ceballos, Coordinadora de la Zona 4 de Planificación del Ministerio de Turismo indicó: “este año estuvimos en el doceavo puesto, pero teniendo una excelente ganancia... porque como Ministerio de Turismo... ni bien hubo el terremoto, a los 15 a 20 días iniciamos con la campaña Turismo Solidario... Esta idea volcó a todo el país a entender el tema solidaridad....Se trabajó en conjunto con varias operadoras de Manabí, para que oferten sus paquetes turísticos...”

Así mismo, la mencionada Coordinadora indicó que los paquetes “Tours solidario” han sido la estrategia que mayores efectos positivos han aportado para la reactivación turística de Manabí, considerando que han generado un buen impacto en la imagen del destino. Así también señaló: “Ese fue nuestro primer producto y arranque con el turismo luego del desastre y de esa manera los Gobiernos Autónomos Descentralizados en los destinos afectados han apoyaron también y empezaron a ofertar sus propios paquetes solidarios dentro de la zona”.

Entre los Municipios que crearon sus propios tours solidarios se encuentran: Portoviejo, Manta y San Vicente. Esta campaña de Turismo solidario continuó y los paquetes se promocionaron en la Página Web del Ministerio de Turismo en la campaña estatal de “Viaja primero a Ecuador” enlazando las ofertas de varias operadoras turísticas, pero ya sin el patrocinio del MINTUR.

•**Festivales Gastronómicos:** actividades impulsadas por Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales consistentes en valorar y difundir la gastronomía manabita como aspecto fundamental de la identidad de la mencionada provincia y que como se mencionó, al ser intangibles podían mantenerse pese a las infraestructuras dañadas. Se cita el caso especial del Municipio de Chone en donde se realizaron quince festivales de este tipo. El análisis de la entrevista al Ingeniero José Delgado, Técnico de Marketing turístico del Municipio de Chone, indicó: “hubo una excelente acogida, se sintió el apoyo de la gente, lo que sirvió como un impulso para trabajar con normalidad luego de la tragedia”.

En el Municipio de Puerto López se realizó el I Festival Gastronómico de la Sardina, Machalilla 2016, el 2 de noviembre de 2016, aprovechando de alguna manera el feriado más largo del año, en el que la provincia ocupó el tercer lugar entre las provincias más visitadas dentro del Ecuador con el 13,43%, solo por debajo de Guayas y Santa Elena (MINTUR, 2016b). Asimismo, el Municipio de Portoviejo, organizó una serie

de festivales orientados a potenciar sus parroquias rurales mediante la identificación de un producto con potencial gastronómico en cada una de ellas, entre los festivales destacaron: los festivales de la empanada, del caldo de gallina criolla, del seco de gallina criolla, de la morcilla y del ceviche de pinchagua, en las parroquias Alajuela, Chirijos, Pueblo Nuevo, Calderón y Riochico, respectivamente; un festival cada mes a partir de julio de 2016. (GAD Portoviejo, 2016).

Al respecto de estos eventos los organizadores no han monitoreado sus impactos y efectos en relación a indicadores fundamentales como: Ingresos económicos generados, cantidad de visitantes, porcentaje de incremento de la ocupación hotelera, entre otros. Sin embargo, se han proporcionado datos aproximados en función de las noticias publicadas en medios de fusión masivo y también a la capacidad operativa de los establecimientos que han hecho de sede para dichos eventos en la siguiente tabla se detalla ciertas características de otros eventos realizados durante los meses siguientes del terremoto, la mayoría de ellos dirigidos a mercados internos:

TABLA 5
Efectos e impactos generados por principales Festivales gastronómicos

Temática del evento	Institución que lo organizó	Fecha	Localidad
Festival de la Tonga	GAD Provincial de Manabí, GAD Provincial de San Plácido.	10 de Julio del 2016	San Plácido, Portoviejo.
Festival gastronómico Olla de Barro	GAD Provincial de Manabí, GAD Municipal de Tosagua.	Domingo 2 de Octubre del 2016.	Cantón Tosagua
Feria Gastronómica del Cangrejo	D. de productividad y D. de Turismo GAD Municipal de Sucre.	Jueves 3 de Noviembre del 2016.	Bahía de Caráquez, Sucre.

elaboración propia

•**Eventos culturales y deportivos:** corresponde a actividades generadas por niveles de Gobierno, entre las cuales cabe destacar: Campeonatos deportivos de Surf, como el Canoa Pro y Ayampe Pro; el evento hípico Derby Beach realizado en Canoa o la V Competencia Ruta del colibrí en Puerto López, estos dos últimos mencionados fueron realizados el 13 de noviembre. Al igual que en los Festivales gastronómicos, en estos eventos numerosas instituciones no han realizado un monitoreo de sus impactos.

El Evento deportivo Ironman 70.3 km. realizado en Manta el 1 de julio del 2016, fue uno de los eventos que tuvo mayor impacto, generando un gasto aproximado de 2.2 millones de dólares, con la participación de 17.000 personas, de las cuales el 17% fueron excursionistas y el restante turistas que permanecieron 49% en hoteles con una tarifa promedio de \$70, según datos del Municipio de Manta.

A continuación, se detallan otro grupo de eventos relacionados a los municipios locales afectados por el terremoto.

•**Stands bajo el concepto “Islas” que promueven la frase “Unidos por Manabí”:** este es un proyecto el cual consiste en la implementación de Islas ubicadas sin costos en los principales centros comerciales del Ecuador, distribuidos en las dos principales ciudades del país como lo son Guayaquil y Quito, con la finalidad de poner a la venta productos basados en emprendimientos Manabitas, a partir de aquí se ha generado un espacio para representantes de gobiernos locales y prestadores de servicios turísticos a que difundan información sobre los atractivos turísticos y servicios de su territorio, motivando su visita. Esta actividad continúa a cargo del Consejo provincial; y se ha implementado la impresión y entrega de cuponeras de descuento, que incluyen ofertas con una reducción del 20% del precio, entre otras tácticas.

•**Campañas por redes sociales:** fueron desarrolladas por todos los niveles de gobierno y empresas privadas. Con la finalidad de fortalecer la identidad cultural de la provincia, en muchas de estas iniciativas se tomó

como referencia especialmente a artistas locales, para elaboración de videos que motiven los recuerdos y emociones que transmiten ancestralmente el destino. Y difundirlos mediante campañas de redes sociales. Para citar a dos de estas producciones, la primera se denominó “Juntos por Manabí” con más de 18117 visualizaciones en YouTube y “Manabí tu fe no se agrieta”.

TABLA 6
Efectos e impactos generados por principales Eventos culturales y deportivos

Temática del evento	Institución que lo organizó	Fecha	Localidad
Concierto Mega evento	Subsecretaría de la reconstrucción, Embajada de Colombia y GAD del Cantón Sucre	Viernes 4 de Noviembre del 2016	Bahía de Caráquez, Cantón Sucre
Concierto Bahía de Caráquez	Subsecretaría de la reconstrucción, GAD Municipal del Cantón Sucre, Embajada de Colombia	Viernes 4 de Noviembre del 2016.	Bahía de Caráquez, Cantón Sucre
Salsa Choque	GAD del Cantón Sucre Departamento de Turismo	Sábado 5 de Noviembre del 2016	Bahía de Caráquez, Cantón Sucre

elaboración propia

Los destinos locales también las utilizan, sobre todo la Red Facebook, pero en varias ocasiones lo hacen de manera inadecuada, es decir, algunos de ellos no lo realizan bajo la modalidad de Fan Page sino de Facebook personal.

6. EVOLUCIÓN DEL TURISMO POST-TERREMOTO.

En este sub-apartado se muestran datos estadísticos relacionados a las variaciones en ventas de una de las empresas turísticas de la provincia – tabla 7 - como caso de estudio comparativo antes y después del terremoto y las ventas realizadas.

TABLA 7
Variación de ventas mensuales 2015 – 2016. Caso Operadora de Turismo Manabí Travel

2015		2016		2015 - 2016
Mes	Cantidad	Mes	Cantidad	Variación
Enero	25	Enero	15	-40%
Febrero	20	Febrero	15	-25%
Marzo	10	Marzo	10	0%
Abril	10	Abril	0	-100%
Mayo	10	Mayo	0	-100%
Junio	10	Junio	0	-100%
Julio	10	Julio	0	-100%
Agosto	10	Agosto	0	-100%
Septiembre	10	Septiembre	7	-30%
Octubre	10	Octubre	6	-40%
Noviembre	20	Noviembre	7	-65%
Diciembre	25	-	-	-

elaboración propia

Sin embargo, hay destinos y empresas que, en lugar de tener una depresión en sus ventas, han visto en la crisis: una oportunidad como es el caso del municipio de Cojimíes, dado a la cercanía con el Cantón Pedernales, que sufrió una pérdida de 1427 de sus plazas de las 3426 que tenía según el informe de afectaciones (SENPALDES, 2016). De igual manera, como se muestra en la Tabla 8, operadoras de turismo como “S&Ch Manabí travel” y “Ceibos Tour”, han visto un incremento en sus ventas. Uno de los aspectos que los benefició es que se mantuvieron operativas luego del terremoto mediante la postulación y acreditación de los paquetes solidarios del MINTUR, los mismos que no exigían un prestación de servicios en el destino.

TABLA 8
Comparativa de Ventas del segundo semestre 2015 – 2016,
antes y durante el terremoto. Caso S&CH MANABÍ TRAVEL

2015		2016		2015 - 2016
Mes	Cantidad	Mes	Cantidad	Variación
Julio	10	Julio	40	+75%
Agosto	20	Agosto	30	+33%
Septiembre	20	Septiembre	30	+33%
Octubre	25	Octubre	70	+64%
Noviembre	30	Noviembre	60	+50%

elaboración propia

De forma general, la recuperación del sector turístico se ha ido dando de manera paulatina y positiva. Y, su auge pudo evidenciarse en el Feriado correspondiente al Día de los Difuntos e Independencia de Cuenca, el cual se extendió por decreto oficial entre los días viernes 28 de Octubre hasta el miércoles 03 de Noviembre en el que se reanudaron las actividades normales, fue el feriado más largo del año encaminado a la reactivación de los destinos afectados por el terremoto, el mismo fue un éxito para la Provincia, considerando que de acuerdo a datos oficiales de la Coordinación general de estadísticas e investigación del Ministerio de Turismo (2016) fue esta la segunda provincia más visitada durante el feriado, recibiendo el 14,6% del total de viajes que se realizaron. Solo fue levemente superada por Santa Elena, que recibió al 14,9% de turistas según informe (MINTUR, 2016b). Haciendo una comparación con el año pasado, la Ing. Gema Ceballos del MINTUR indicó que “las personas venían con el tema de solidaridad y a hospedarse en lugares que estaban cerca de la zona cero, de esa manera apoyar”.

7. CONCLUSIONES

Los estudios relacionados acerca de catástrofes naturales en destinos turísticos se identificaron aspectos muy marcados, primeramente, ningún destino turístico es inmune a desastres naturales como los terremotos, por lo que la supervivencia de ellos depende mucho de la capacidad de reacción de estos ante los acontecimientos. Existe una gran potencialidad en los recursos culturales, ya que al ser muchas veces intangible no tiene la fragilidad ante este tipos de sucesos, se puede evidenciar que la mayoría de acciones realizadas en los lugares para potenciar la actividad fueron enfocadas a actividades relacionadas con el rubro cultural, las misma que a su vez tuvieron la capacidad de mover muchísimos visitantes contribuyendo de manera significativa en la dinamización económica de estos destinos.

Las entidades turísticas públicas y privadas, juegan un rol preponderante en la recuperación de destinos, por lo que su trabajo en conjunto en conjunto será de vital importancia para recuperar la actividad turística

en los destinos. Lastimosamente muy aparte de los “tours solidarios” desarrollados en conjunto con las operadoras y los festivales gastronómicos con los prestadores de servicio de restauración, no se evidencio el trabajo en conjunto especialmente en el ámbito hotelero el cual fue el más afectado, el mismo hasta el momento no cuenta con propuestas formales y conjuntas para su reconstrucción aparte de créditos del estado sin mucha diferencias porcentuales a las habituales.

La ausencia de fuente de datos ágiles y fiables, luego de una catástrofe de estas magnitudes, dificulta el análisis de información secundaria, el cual sería de mucha ayuda para determinar posibles soluciones mientras que la recolección de datos primarios se vuelve más complejo debido al shock y las consecuencias traumáticas post terremoto.

La metodología de entrevista a actores principales de la actividad turística, en este caso resulta efectiva, para poder determinar cualitativamente los efectos ocurridos alrededor del evento, pero esta información se vuelve poco efectiva para su valoración. Por lo que genera mucha subjetividad en la información.

El posicionamiento en el feriado del Noviembre, al situarse como la segunda provincia más visitada dentro del país, deja en claro la efectividad a corto plazo de las estrategias implementadas hacia el turismo nacional. Se debería tener en cuenta la realización de un modelo de gestión turística para el destino Manabí que contribuya con la diversificación de las modalidades turísticas desarrolladas en el mismo, de manera que se encuentren alternativas a la poca capacidad de alojamiento en los cantones afectados, lo que contribuiría a la generación de estrategias a largo plazo y orientadas también al turismo internacional.

REFERENCIAS

- Avraahams, Eli (2016), Destination marketing and image repair during tourism crises: The Egypt. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 28: 41-48
- Barroso, Gabriela y Nicolau, Kella (2010), Marketing turístico internacional. La Marca Brasil. Buenos Aires, ARG, 19 (2): 241-267.
- Diario El Comercio (2016), Alvarado dice que vio ‘muy pocos funcionarios públicos’ en el tour solidario del Gobierno en Manabí. Recuperado en <http://www.elcomercio.com/actualidad/fernandoalvarado-funcionariospublicos-toursolidario-gobierno-manabi.html>. Fecha de consulta: 2 de mayo de 2016
- Diario El Comercio (2016) El turismo de Manabí sufre las secuelas del sismo. Recuperado en <http://www.elcomercio.com/actualidad/turismo-manabi-terremoto-economia-inversion.html>. Fecha de consulta: 27 de abril de 2016
- Diario El Universo (2016), En turismo se estiman pérdidas por \$ 64,5 millones tras terremoto en Ecuador. Recuperado en <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/07/29/nota/5714019/turismo-se-estiman-perdidas-645-millones> Fecha de consulta: 29 de julio de 2016
- Félix, Angel y Doumet, Yamil (2016). *Teoría y práctica del turismo rural. Casos de planificación. Manabí, Ecuador*: Editorial Abya Yala.
- Faulkner, Bill (2001), Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*. 22: 135-147.
- GAD Portoviejo (2016), Las parroquias tendrán su festival gastronómico para la reactivación. Recuperado en <http://www.portoviejo.gob.ec/noticias/las-parroquias-tendran-su-festival-gastronomico-para-la-reactivacion>
- Gutiérrez, Cecilia, Sancho, Amparo, Szmulewicz, Pablo, Cabrer, Bernardí (2014), *Resiliencia: factor clave en la recuperación de destinos turísticos afectados por desastres naturales*. VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén. 1-23
- Instituto Geofísico – EPN- (2016), *Informe Sísmico Especial N° 13. EC*, Fuente: <http://www.igepn.edu.ec/servicios/noticias/1317-informe-sismico-especial-n-13-2016>. Fecha de consulta: 13 de noviembre. 2016
- López, Tomás., Uribe, Claudia, Muñoz, Guzmán y Ríos, Ingrid (2016), Perfil sociodemográfico, valoración de atributos y nivel de satisfacción. Estudio de Festivales gastronómicos, Guayaquil – Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año

- Martínez, Lizzette (2012), Estrategias de promoción turística a través de Facebook. En **Revista Palabra Clave**. 15: Pp. 318-338.
- Marujo, Noemi (2012), Imagen y promoción de los destinos turísticos en internet. El caso de los municipios de la Isla Madeira. En *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4) Pp. 825-837.
- Mendoza, César, Brida, Juan & Garrido, Nicolás (2012), The impact of earthquakes on Chile's international tourism demand, **Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events**, 4:1, Pp. 48-60
- Ministerio de Turismo (2007), Plan Estratégico Para el Turismo Sostenible en Ecuador. Disponible en <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>
- Ministerio de Turismo (2016), **Boletín Mensual 2015-2016**. Disponible en <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>.
- Ministerio de Turismo (2016), Noticia El mejor feriado deja cifras emocionantes y exitosas de turismo interno. Consultado el 20 de Nov del 2016. Formato HTML. Recuperado en <http://www.turismo.gob.ec/elmejorferiadoec-deja-cifras-impresionantes-y-exitosas-de-turismo-interno/>
- Millet, Olga (2011), La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. ES. **Revista Eumednet**. 1 – 122.
- Orchistom, Caroline (2013), Tourism business preparedness, resilience and disaster planning in a region of high seismic risk: the case of the Southern Alps, New Zealand, **Current Issues in Tourism**, 16:5, Pp. 477-494.
- Orchiston, Caroline & Higham, James (2014), Knowledge management and tourism recovery (de)marketing: The Christchurch earthquakes 2010-2011. **Current Issues in Tourism**
- Ritchie, Brent (2004), **Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry**. 25: 669-683.
- Rodríguez, Diego y Álvarez, Jaime (2013), Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: estudio de casos. **Revista Digital de Marketing Aplicado** (2): 137 - 161.
- Scott, Noel, Laws, Erick & Prideaux, Bruce. (2008), 'Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies', **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 23:2, 1-13
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2016), Informe de los costos de reconstrucción. Consultado el 18 de Nov del 2016. Formato HTML. Recuperado en: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Evaluacio%CC%81n-de-los-Costos-de-Reconstruccio%CC%81n-Resumen-Ejecutivo.pdf>.
- Silva, Iván y Sandoval, Carlos (2012), **Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local**. Santiago de Chile. (76): 7- 91.

NOTAS

- 1 El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación: Diagnóstico y lineamientos estratégicos del sector turístico en los principales destinos afectados por el terremoto del "16A" en la provincia de Manabí, desarrollado en la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM-MFL), Provincia de Manabí en el Ecuador.