



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN: HOTELERÍA Y TURISMO.

TEMA:

TURISMO SUSTENTABLE A PARTIR DE MEDIOS DE VIDA EN LA
PARROQUIA SAN MATEO DE LA CIUDAD DE MANTA, AÑO 2022.

AUTORA:

VERA LOOR MARÍA YAMILEC.

TUTORA:

ING. RUMANIA ALEXANDRA TORRES NAVARRETE. PhD.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi tutora por el tiempo brindado, por ser la guía quién me alumbró en todo el proceso, por su dedicación, ayuda y apoyo constante; gracias por compartir sus conocimientos e ímpetu y darme inspiración cuando hacía falta.

Agradezco infinitamente a mi madre por estar siempre a pie de cañón con su apoyo incondicional, a mi hermana por creer en mí, a mi cuñado por inspirarme, a mi familia, amigos y todas las personas involucradas por acompañarme en el proceso y hacer realidad el alcance de mis objetivos.

A mí misma por persistir y seguir adelante, por querer buscar la luz del conocimiento y estar predispuesta a aprender siempre, luchando por mis propósitos hasta alcanzarlos.

VERA LOOR M. YAMILEC





RESUMEN

Se analizó los medios de vida en la playa San Mateo perteneciente a la ciudad de Manta con el cual la comunidad se sustenta día a día. Para ello, utilizando la metodología de bola de nieve para análisis no probabilísticos se realizaron 80 encuestas a los hogares que generalmente se dedican a la pesca, a brindar servicios de restaurante y el alquiler de carpas en la playa. Los resultados arrojaron que los hogares que se dedican a brindar servicio de alimentación en las cabañas tienen más ingresos mensuales que los que se dedican a la pesca y al alquiler de carpas en la playa. Los días de mayores ingresos es de viernes a domingo. Las personas que como medio de vida tienen la actividad de la pesca, dedican 22 días en altamar y la pesca la venden directamente en el muelle. Las personas que se dedican al servicio de restaurante en las cabañas y las del alquiler de carpas pertenecen a una asociación llamada “Arca de Noé” vigente desde hace 9 años, la cual regula los precios de sus servicios únicamente. No existe una práctica de sustentabilidad aplicada a cada una de sus labores, lo que evidencia un notable desconocimiento, con ello se ha podido concluir que existe ausencia de intervención del ente público, el GAD Municipal y el ente privado, proyectos o asociaciones que se encarguen de gestionar capacitaciones sobre todo en el área de sostenibilidad medioambiental. Se plantearon algunas estrategias enfocadas a mejorar las condiciones de vida de los hogares de San Mateo potenciando los recursos existentes, enfocando estos en la viabilidad del turismo sostenible.

Palabras claves: medios de vida, turismo, sostenibilidad.



ABSTRACT

The livelihoods on the San Mateo beach belonging to the city of Manta with which the community sustains itself day by day were analyzed. To do this, using the snowball methodology for non-probabilistic analysis, 80 household surveys were conducted that are generally engaged in fishing, providing restaurant services, and renting tents on the beach. The results showed that the households that provide food service in the cabins have more monthly income than those that are dedicated to fishing and renting tents on the beach. The busiest days are from Friday to Sunday. People who have fishing as their livelihood, spend 22 days on the high seas and sell the fish directly at the pier. The people who are dedicated to the restaurant service in the cabins and those who rent tents belong to an association called "Arca de Noe" in force for 9 years, which regulates the prices of their services only. There is no sustainability practice applied to each of its tasks, which shows a notable lack of knowledge, with this it has been possible to conclude that there is an absence of intervention by the public entity, the Municipal GAD and the private entity, projects or associations that are in charge managing training, especially in environmental sustainability. Some strategies focused on improving the living conditions of households in San Mateo were proposed, enhancing existing resources, focusing on the viability of sustainable tourism.

Keywords: livelihoods, tourism, sustainability.

Índice

AGRADECIMIENTO.....	ii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	iii
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO.....	vii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
DESARROLLO.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Formulación del problema.....	3
1.3 Justificación.....	4
1.4 OBJETIVOS.....	5
1.4.1 Objetivo General.....	5
1.4.2 Objetivos Específicos.....	5
1.5 SUSTENTO TEÓRICO.....	6
1.5.1 Turismo.....	6
1.5.1.1 Sector turístico.....	6
1.5.1.2 Análisis económico.....	6
1.5.2 Tipos de Turismo.....	7
1.5.2.1 Turismo de sol y playa (tradicional).....	7
1.5.2.2 Turismo de Reuniones.....	8
1.5.2.3 Turismo de Naturaleza.....	8
1.5.2.3.1 El ecoturismo.....	8
1.5.2.3.2 El turismo de aventura.....	8
1.5.2.3.3 El turismo rural.....	9
1.5.2.4 Turismo de salud.....	9
1.5.2.5 Turismo cultural.....	9
1.5.2.6 Turismo LGBT.....	9

1.5.2.7	Más tipos de turismo.....	10
1.5.3	¿De qué hablamos, cuando hablamos de actividades sostenibles y sustentables?.....	11
1.5.4	Turismo sustentable.....	11
1.5.5	Turismo Sostenible.....	12
1.5.5.1	Objetivos para el turismo sostenible.....	13
1.5.5.2	El impacto del turismo.....	15
1.5.7	Playa San Mateo.....	16
1.5.8	Ciudad de Manta.....	17
1.5.8.1	Asentamiento de los Mantas.....	18
METODOLOGÍA.....		20
1.6.1	Localización.....	20
1.6.1.1	Límites del Cantón Manta.....	21
1.7	Metodología de investigación.....	22
1.8	Tipos de investigación.....	23
1.8.2	Investigación bibliográfica-documental.....	23
1.8.3	Método deductivo.....	24
1.8.4	Método Analítico.....	24
1.8.5	Técnicas.....	24
CAPITULO II.....		25
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....		25
2.1	Evaluar las condiciones de vida a nivel de hogar en la Parroquia San Mateo...25	
2.1.1	Capital Humano:.....	25
2.1.2	Capital Social:.....	26
2.1.3	Capital natural.....	27
2.1.4	Capital Físico:.....	30
2.1.5	Capital financiero:.....	31
2.2	Identificar las potenciales estrategias de vida para impulsar el turismo sustentable en la parroquia San Mateo.....	32
2.3	Situaciones detectadas.....	34
2.4	Soluciones planteadas.....	34
2.5	Conclusiones.....	35
Bibliografía.....		36

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapa territorial de la provincia de Manabí.....	20
Ilustración 2 Mapa de límites territoriales del Cantón Manta.....	211
Ilustración 3 Mapa territorial de la Playa San Mateo.....	22

Índice de tablas

Tabla 1 (a) Capital Humano.....	20
Tabla 1 (b) Capital Humano.....	21
Tabla 2 Capital Social.....	22
Tabla 3 Volumen de platos vendidos diariamente.....	20
Tabla 4 Capital Financiero.....	21

Índice de Figuras

Figura 1 Promedio de volumen de carpas alquiladas por día y precios.....	28
Figura 2 Ingreso promedio semanal por la actividad de alquiler de carpas.....	28
Figura 3 Diversidad de platos ofertados por las cabañas.....	29
Figura 4 Especies de peces más pescados.....	30
Figura 5 Número de especies y volumen de pesca en TM.....	30
Figura 6 Lugar de entrega de la pesca.....	31
Figura 7 Promedio de ingresos mensuales por actividad.....	32

Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta a los pescadores.....	38
Anexo 2 Registro fotográfico de encuesta a los pescadores de la playa San Mateo..	39
Anexo 3 Encuesta a las cabañas que brindan servicio de alimentación.....	40
Anexo 4 Registro fotográfico de encuesta a las cabañas.....	41
Anexo 5 Encuesta a los servicios de playa (renta de carpas).....	42
Anexo 6 Registro fotográfico de encuesta a los servicios de playa.....	43

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible/sustentable en su sentido más puro es una industria que se compromete a tener un bajo impacto en el medio ambiente y la cultura local, al mismo tiempo que ayuda a generar ingresos y empleos para las personas. El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas actuales y las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades futuras. Se centra en la gestión de todos los recursos para satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la biodiversidad y los sistemas de soporte de la vida.

El turismo es una gran oportunidad en algunas zonas donde no hay otra actividad económica, por parte del sector servicios, ofrece mayores oportunidades para establecer negocios locales, de allí parten los diferentes medios de vida que la comunidad de San Mateo se ha implantado como método de subsistencia y soporte económico.

La playa San Mateo se caracteriza por ser una zona cocalera, por su ambiente cálido relajante de hermosos atardeceres, lo cual hace que se convierta en una de las playas más concurridas turísticamente de la ciudad de Manta, de esta forma los ciudadanos han aprovechado la situación para ofrecer servicios de renta de carpas inmersos en la playa, servicios de restaurante en cabañas alrededor de la playa y por otro lado está la gran parte de la población que se dedica a la pesca, en su mayoría pertenecen a una asociación que regula sus actividades.

No obstante, estas no procuran mantener la sustentabilidad en sus actividades, al igual que en el caso del ente público y privado, no se involucran en fomentar la sustentabilidad a través de capacitaciones o charlas de educación medio ambiental, razón por la cual se ha generado el estudio de este proyecto.

Para el correcto desarrollo de este proyecto investigativo se consideró como principal objetivo evaluar las condiciones de vida a nivel de hogar en la playa San Mateo, priorizando las actividades que estos realizaban para el sustento económico, las que se enfocan en brindar servicios al turista, aprovechando el potencial incremento turístico que la playa dispone y así poder identificar las potenciales estrategias de vida para impulsar el turismo sustentable en la playa San Mateo.

CAPITULO I

DESARROLLO

1.1 Idea o tema de investigación

Turismo sustentable a partir de medios de vida en la parroquia San Mateo de la ciudadde Manta, año 2022.

1.2 Planteamiento del problema

En la playa San Mateo perteneciente a la ciudad de Manta existen varios medios de vida con el cual la comunidad se sustenta día a día, estos se enfocan generalmente a la pesca, a brindar servicios de alimentación y el alquiler de carpas en la playa, en su mayoría pertenecen a una asociación quién regula sus actividades y funcionamiento, sin embargo, esta no se encarga de realizar o promover algún tipo de capacitación para fomentar una ideología sustentable y sostenible en sus actividades. al igual que concurre una inexistente intervención por parte de las autoridades.

Debido a la ausencia de intervención del ente público y privado, el GAD Municipal, de fundaciones u ONG´s que se encarguen de gestionar capacitaciones existe una grandesorientación en el aspecto sustentable/sostenible (medioambiental).

Por lo cual la presente investigación busca identificar y establecer potenciales estrategias de vida para impulsar el turismo sustentable en la playa San Mateo.

1.2.1 Formulación del problema

¿Cómo se fortalece el turismo sustentable a partir de medios de vida en la parroquia San Mateo de la ciudad de Manta?

1.3 Justificación

El estudio de este proyecto busca evaluar los medios de vida existentes en la parroquia de la playa “San Mateo”, perteneciente a la ciudad de Manta y determinar cómo influyen en el turismo sustentable de esta comunidad y cómo se ven reflejados en el aspecto económico, social y medioambiental.

La importancia de esta investigación se basa principalmente en el estudio de los medios de vida para determinar estrategias de turismo sustentable/sostenible, debido a la inexistencia de intervención por parte del ente público y privado para gestionar educación medio ambiental a los ciudadanos que generan ingresos económico en los diferentes servicios que ofrecen al turista local, nacional e internacional que visitan la playa San Mateo, ya que ésta es muy concurrida por sus distinguidos ambientes.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Determinar el turismo sustentable a partir de medios de vida en la parroquia San Mateo.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ⇒ Evaluar las condiciones de vida a nivel de hogar en la Parroquia San Mateo.
- ⇒ Identificar las potenciales estrategias de vida para impulsar el turismo sustentable en la parroquia San Mateo.

1.5 SUSTENTO TEÓRICO

1.5.1 Turismo

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. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (UNWTO, 2020).

1.5.1.1 Sector turístico

El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas (UNWTO, 2020).

1.5.1.2 Análisis económico

El turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos) fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y proveerse. En el análisis económico del turismo se debe distinguir entre la “contribución económica” del turismo, que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la Cuenta Satélite de Turismo, y el “impacto económico” del turismo, concepto mucho más amplio que engloba los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo, y que

debe ser estimado mediante la aplicación de modelos. La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es cuantificar los beneficios económicos, esto es, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad. (UNWTO, 2020).

1.5.2 Tipos de Turismo

A la actividad de viajar y desplazarse por al menos 24 horas fuera de tu lugar de residencia se le conoce como “turismo” el cual se ha visto en constante crecimiento desde que el hombre tiene medios de transporte que le permiten dicho desplazamiento.

Breve descripción de los tipos de turismo que existen y que se fueron desarrollando con el paso del tiempo gracias a las motivaciones propias del viajero. Es pertinente mencionar que a partir de cada uno de estos se pueden desglosar otros, pero los aquí presentados, son los más importantes (Entorno Turístico, 2016):

1.5.2.1 Turismo de sol y playa (tradicional)

Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes «todo incluido» que les permite tener las menores preocupaciones posibles.

Este tipo de turismo hoy en día es visto como un turismo depredador que no respeta la capacidad de carga de los destinos (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.2 Turismo de Reuniones

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.3 Turismo de Naturaleza

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estaren contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones (Entorno Turístico, 2016):

1.5.2.3.1 El ecoturismo

Que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza.

1.5.2.3.2 El turismo de aventura

Tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico.

1.5.2.3.3 El turismo rural

Donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.4 Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las razones para este tipo de viajes son por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.5 Turismo cultural

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención de “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuentan la historia de este (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.6 Turismo LGBT

Este podría ser considerado más una forma de turismo que un tipo de turismo, pues el viajero LGBT no realiza una actividad específica, como sí ocurre con los anteriores tipos de turismo presentados, sino que se refiere al desplazamiento de una

comunidad de la población, es decir, la comunidad LGBT, que podrían realizar el tipo de actividades que a ellos los motive (Entorno Turístico, 2016).

1.5.2.7 Más tipos de turismo

- ⇒ Turismo espacial.
- ⇒ Turismo Negro.
- ⇒ Turismo rojo.
- ⇒ Turismo gastronómico.
- ⇒ Turismo espiritual.
- ⇒ Turismo Accesible.
- ⇒ Turismo de experiencias.
- ⇒ Geoturismo.
- ⇒ Turismo reproductivo.
- ⇒ Turismo slow.
- ⇒ Turismo funerario.
- ⇒ Turismo Hipster.
- ⇒ Turismo virtual.
- ⇒ Tipos de turismo no convencionales.
- ⇒ Turismo esotérico.
- ⇒ Turismo ufológico.
- ⇒ Turismo paranormal.
- ⇒ Necroturismo (Entorno Turístico, 2016).

1.5.3 ¿De qué hablamos, cuando hablamos de actividades sostenibles y sustentables?

Es aquel desarrollo, que expresa la consideración de los ambientes naturales y culturales, para así satisfacer las necesidades del presente, asegurando poder satisfacerlas en el futuro, la gestión de este desarrollo emplea los recursos de manera consciente sin agotarlos, posibilitando su renovación, respetando los procesos que permiten hacerlo; los aspectos principales que se tienen en cuenta son (Esposito, 2018):

- **El económico:** a través de una gestión eficiente de los recursos, para garantizarla rentabilidad económica empresarial, de los empleados y la comunidad donde se encuentra sosteniéndose en el tiempo, que genere beneficios a corto y largo plazo.
- **El social y cultural:** donde la actividad da fuerza y consistencia a la estructura sociocultural.
- **El ambiental:** equilibrando la actividad, para producir los menores impactos antrópicos sobre el ambiente, respetando los ecosistemas, admitiendo la regeneración de estos.

Cuando el desarrollo se produce dentro de estos aspectos, se le llama «la triple rentabilidad», donde una empresa, negocio o gobierno gestionan obteniendo beneficios para sí, para los ecosistemas naturales y las comunidades (Esposito, 2018).

1.5.4 Turismo sustentable

El término desarrollo sustentable se perfiló por primera vez como concepto en el Club de Roma en el año de 1972, aludiendo al vínculo existente entre crecimiento económico global y escasez de recursos naturales. Más adelante, en la década de los noventa del siglo pasado, aparece el término turismo sustentable, para describir un desarrollo ideal del turismo que no impliquen impactos ambientales y sociales

negativos, definiéndose en el 41 congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) como “un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales”.

1.5.5 Turismo Sostenible

El turismo sostenible es la clase de turismo que minimiza los impactos negativos, promoviendo los beneficios, satisfaciendo la necesidad del turista, pero también las de las comunidades receptoras, fomentando oportunidades en el presente y el futuro, complaciendo los aspectos económicos de las empresas, los prestadores de servicios, generando empleo digno, sin comprometer la integridad cultural, causando inclusión, equidad, puesta en valor del patrimonio local, incentivando la identidad de los lugares, favoreciendo el intercambio cultural genuino; estimando el patrimonio natural, preservando los recursos naturales al hacer un uso responsable de los mismos, y respetando la biodiversidad (Esposito, 2018).

Es un turismo que ordena el modelo económico, para mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras, aportando una experiencia de calidad medioambiental al turista, con una visión a largo plazo, su eje principal es la búsqueda de la sostenibilidad (Esposito, 2018).

El turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente. La clave principal es que la explotación de un recurso sea por debajo del límite de renovación de este. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además, el aspecto económico busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona (BBVA, 2020).

La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo internacional vinculado a Naciones Unidas desde 1976, considera que uno de los elementos fundamentales para desarrollar el turismo es “dar un uso óptimo a los recursos medioambientales”. Para ello es necesario mantener los procesos ecológicos esenciales y ayudar a conservar la biodiversidad y los recursos naturales. Hay tres claves fijadas por esta organización para lograr que el turismo pueda ser sostenible (BBVA, 2020).

- 1. Optimizar los recursos medioambientales.** Sin ecosistema no hay turismo, por ello es importante cuidar el entorno natural. Sólo conservando los recursos naturales y cuidando la diversidad biológica es posible que pueda haber turismo.
- 2. La autenticidad de la cultura local.** Un factor fundamental para entender un lugar son sus gentes, los valores tradicionales de la comunidad anfitriona, su cultura, la arquitectura... Sin el respeto hacia la cultura, el turismo no puede ser sostenible.
- 3. Distribución de la riqueza.** La economía es otro de los factores fundamentales dentro del turismo: garantizar actividades económicas que perduren en el tiempo y que haya equilibrio en la distribución de los beneficios socioeconómicos. Uno de sus objetivos es generar oportunidades de empleo estable, obtener ingresos y servicios sociales, y reducir la pobreza en las comunidades locales (BBVA, 2020).

El año 2017 fue declarado por las Naciones Unidas como el Año Internacional del Turismo Sostenible, con el objetivo de que el turismo, bien designado y administrado, puede contribuir a las tres dimensiones del desarrollo ambiental sostenible, social y económico. Esta iniciativa tuvo como finalidad fomentar un cambio en las políticas, las prácticas de empresa y el comportamiento de los consumidores para promover un sector turístico más sostenible (Saeteros, Da Silva, & Flores, 2019).

1.5.5.1 Objetivos para el turismo sostenible

En 2005 la Organización Mundial del Turismo y el Programa de Naciones

Unidas para el Medio Ambiente establecieron 12 objetivos que constituyen un modelo:

1. **Económico:** asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo.
2. **Prosperidad local:** orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión.
3. **Calidad del empleo:** consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo, tanto cualitativamente como numéricamente. Además de asegurar las condiciones se tiene en cuenta que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas.
4. **Equidad social:** consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora (BBVA, 2020).
5. **Satisfacción del visitante:** proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social.
6. **Control local:** se trata de involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área. (BBVA, 2020)
7. **Bienestar de la comunidad:** mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión. Para ello es necesario dotar a estas comunidades de los recursos necesarios y que puedan necesitar, tanto a nivel logístico en infraestructuras como servicios. Es fundamental que esto no suponga una degradación o explotación del ecosistema ni de su sociedad.
8. **Riqueza cultural:** respetar y mejorar el patrimonio histórico o respetar la cultura local y su carácter distintivo es fundamental.
9. **Integridad del ecosistema:** mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales. Se trata de evitar la degradación del entorno.
10. **Identidad biológica:** apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño.
11. **Eficiencia de los recursos:** consiste en minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables.
12. **Pureza ambiental:** reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra como en reducir la generación de residuos (BBVA, 2020).

1.5.5.2 El impacto del turismo

La eclosión del turismo se debe en buena parte a la mejora de las infraestructuras, proliferación de hoteles sostenibles y el desarrollo de los medios de transporte. Este hecho ha provocado que su impacto se manifieste en el ámbito económico, ambiental y sociocultural.

1. **Económico:** es uno de los principales beneficios del turismo en la sociedad. La creación de empleo, la mejora de las infraestructuras y el aumento de la actividad productiva de la región son claros ejemplos de prosperidad. Sin embargo, este impacto también viene aparejado de un coste. En el apartado económico, el impacto se puede apreciar en el turismo estacional donde los empleos pueden ser inestables. Incluso la creación de nuevas estructuras puede estar vinculada a necesidades generadas únicamente por el turismo y no por criterios locales que favorecen a la población autóctona (BBVA, 2020).
2. **Ambiental:** es el motor de todo. El principal reclamo turístico es el paisaje, pero es el más frágil. La construcción de infraestructuras o la contaminación pueden impactar directamente sobre el entorno. Por ello, es necesario que el turismo sirva como herramienta a la hora de velar por la reposición de los recursos naturales y la protección y conservación de la biodiversidad.
3. **Sociocultural:** el turismo impacta sobre la sociedad anfitriona. Las necesidades de los turistas en muchas ocasiones se imponen sobre la cultura local. El turismo sostenible se basa en el respeto de las sociedades locales y fomenta que el turismo que se genera sea a partir de lo que caracteriza a una sociedad (BBVA, 2020).

1.5.6 Medios de vida sustentable

Los medios de vida sustentables (MVS) han sido utilizados en numerosos estudios empíricos en Latinoamérica, para medir la relación entre la pobreza y las

estrategias de los medios de vida. Los activos y el acceso a éstos constituyen la base bajo la cual los hogares rurales generan sus medios de vida. Los activos se convierten en capitales cuando son utilizados para generar bienes se dividen en cinco tipos: 1) humano, 2) social, 3) natural, 4) físico y 5) financiero. La evidencia empírica observada por sugieren que la educación, la experiencia laboral y la edad son factores determinantes para seleccionar las actividades económicas. Adicionalmente, hallaron que la educación es el principal mecanismo que permite a los hogares participar en actividades no agropecuarias. Resultados similares se han encontrado en otras partes del mundo, en los que el capital humano es un aspecto central en la diversificación productiva y el bienestar (Fierro & Ávila, 2017).

El capital financiero ha sido estudiado ampliamente mostrando que los activos principales son: el acceso a los mercados, el ingreso, el acceso al crédito y el ahorro.

Otro activo que los estudios han señalado como importante es el capital social. La cooperación entre hogares, la organización comunitaria, las relaciones con organizaciones externas a la comunidad y las redes migratorias son algunos aspectos clave en las decisiones de los medios de vida (Fierro & Ávila, 2017).

1.5.7 Playa San Mateo

San Mateo, una bahía abierta que tiene 3 km aproximadamente, que se extiende desde zona de acantilados. Goza de un clima muy agradable y amplia extensión de playa donde podrá disfrutar de nadar, pescar, pasear en lancha, o una lunada de confraternidad.

San Mateo pertenece a la zona de vida de bosque tropical. La playa es bordeada por cocoteros, escasamente se puede encontrar especies arbóreas ornamentales y pastizales: a una distancia de 300 m se encuentra el estuario, el mismo que conserva a un manglar.

Esta playa es conocida por su ambiente propicio para relajarse y por su bello atardecer. En la playa se instalan puestos de comida regional y mariscos que duran toda la temporada vacacional (ECOPLAYAS, 2022).

La región de San Mateo ha sido recientemente caracterizada por los turistas como un ambiente tranquilo, de bella naturaleza y con posibilidades de practicar surf y otros deportes de playa.

Sus aguas cristalinas y el sol de San Mateo hacen de este lugar propicio para descansar y disfrutar de las bondades naturales y sobre todo el vuelo de las gaviotas y hasta las ballenas se divisan en el mar de San Mateo en los meses de julio, agosto y principios de septiembre. Actualmente es uno de los rincones preferidos de quienes gustan de la tranquilidad y el sol a pleno. Playa San Mateo conquista a surfistas con olas hermosas (ECOPLAYAS, 2022).

1.5.8 Ciudad de Manta

Es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde cada año llegan decenas de cruceros. Tiene gran actividad de exportación e importación.

Cuenta con un aeropuerto internacional. En las playas de Santa Marianita y San Mateo se practican deportes extremos. Su actividad nocturna es intensa.

En su interior cuenta con montañas como Pacoche, San Lorenzo y el Aromo, situados en el centro del territorio cantonal, que ofrecen vegetación y fauna, por donde se hacen recorridos de excursión (Gobierno de Manabí, 2019).

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. Está asentado en una espléndida bahía, que le ha dado la característica de puerto

internacional en el Océano Pacífico. En la época aborígen Manta se llamaba Jocay, que quiere decir casa de los peces.

El conquistador Pedro Pizarro describió a Jocay como “una ciudad muy grande, en la que se llegaba al templo por una gran avenida, a cuyos lados se levantaban estatuas de hasta 2.5 metros de altura, construidas en piedra, que representaban a sus jefes y sacerdotes, desnudos de cuerpo, por lo cual los conquistadores españoles las destruyeron”. (Gobierno de Manabí, 2019)

En la época prehispánica fue el centro administrativo y religioso de una gran parcialidad llamada Cultura Manteña.

La ciudad de Manta está comunicada con todo el país por vía aérea, terrestre y marítima. Su aeropuerto internacional Eloy Alfaro, facilita el flujo constante de turistas y visitantes; por otro lado, las carreteras que la comunican con las más importantes ciudades del país y la provincia dan las debidas facilidades a la transportación (Gobierno de Manabí, 2019).

1.5.8.1 Asentamiento de los Mantas

Manta fue asentamiento de la cultura Manteña, en los años 500 a 1526 después de Cristo. Los aborígenes llamaron al lugar Jocay, que en lengua maya significa “casa de los peces”. El hombre de esta tribu se caracterizaba por tener la nariz aguileña, que era perforada para ponerse narigueras, también se perforaban las orejas para adornarlas con orejeras. Se hacían deformaciones craneanas fronto-occipitales (Gobierno de Manabí, 2019).

Entre sus principales actividades destacan la agricultura, habiéndose encontrado terrazas agrícolas en los cerros de Hojas y Jupe. También se dedicaron a la caza de venados, saínos, llamas, patos y al comercio.

Se han encontrado gran cantidad de conchas, que fueron usadas para la fabricación de anzuelos y adornos. La mujer se dedicaba al cultivo del maíz, yuca, frejoles, papa, ají, zapallo, maní y a la elaboración de cerámicas. La antigua Jocay, según Marshall Saville, se extendió varios kilómetros por la orilla del Océano Pacífico. Numerosas ruinas de casas y templos se encuentran en los Cerros Jaboncillo, Hojas y Bravo, lo que indica una población numerosa.

Los Mantas fueron politeístas. Cieza de León atestigua una gran religiosidad. Hacían sacrificios humanos y quemaban incienso en sus templos. Tenían una diosa con poderes curativos, era una esmeralda del tamaño de un huevo de avestruz a la que llamaban “Umiña”, y le ofrecían esmeraldas menores para recibir de ella salud. Se presume que tenían una diosa de la fertilidad, se encuentra representada en numerosas estelas de piedra, sellos y otras piezas de cerámica, llamada por los científicos “Venus de los Cerros” (Gobierno de Manabí, 2019).

METODOLOGÍA

1.6 Técnicas aplicadas para la recolección de la información

1.6.1 Localización

La provincia de Manabí tiene una extensión territorial de 18.400 km², y corresponde al 7,36% del territorio nacional, con una longitud sur-a norte de 250 km y un ancho este –oeste de 80 km, con un total de 354 km de línea de costa, su capital es el Cantón Portoviejo, ocupando el segundo lugar en tamaño geográfico entre las provincias de la costa después de Guayas. Su altitud media es de 6-350 msnm.



Ilustración 1 Mapa territorial de la provincia de Manabí

El Cantón Manta está ubicado en la saliente más occidental de América del Sur sobre el Océano Pacífico. Se extiende a ambos lados de la línea equinoccial, de 0°25 minutos de latitud norte hasta 1°57 minutos de latitud sur y de 79°24 minutos de longitud oeste a los 80°55 minutos de longitud oeste (PDOT-GAB Manta, 2019).

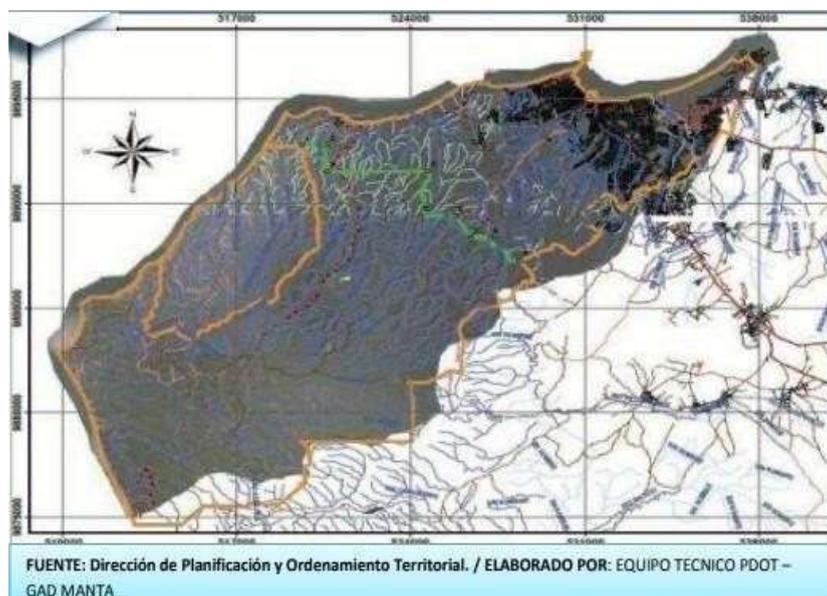


Ilustración 2 Mapa de límites territoriales del Cantón Manta

1.6.1.1 Límites del Cantón Manta

Nombre del GAD	Municipal Cantón Manta
Fecha de creación del cantón	4 de Noviembre de 1922
Población total al 2014	247463 proy. Inec 2010
Extensión	306Km ²
Límites	<p>Norte: limita con el Océano Pacífico. Sur: limita con el Cantón Montecristi. Este: limita con los cantones de Jaramijó y el Cantón Montecristi. Oeste: limita con el Océano Pacífico.</p> <p>Existe un conflicto de límites internos entre Manta y Montecristi a la altura de la ubicación de la refinería del Pacífico, y Manta con Jaramijó, en el sector de Villamarina.</p>
Rango altitudinal	6m.n.s.m.

1.6.1.2 Características de San Mateo:

⇒ **Región:** Costa

⇒ **Provincia:** Manabí

⇒ **Latitud:** 0° 57' 37.57" S

⇒ **Longitud:** 80° 48' 46.69" O

⇒ **Clima:** 24° C a 29° C (EcosTravel, 2019)



Ilustración 3 Mapa territorial de la Playa San Mateo

1.7 Metodología de investigación

1.7.1 Diseño de investigación

Se aplicó una encuesta a los jefes de hogar, utilizando la plantilla de Red de pobreza la encuesta estuvo distribuida en función de la teoría de capitales: 1) humano, 2) social, 3) natural, 4) físico y 5) financiero (B, F, M, & C., 2022) tuvo una duración de 45 min aproximadamente por jefe de hogar. Se adoptó el muestreo tipo bola de nieve probabilístico ya que las condiciones de vida han generado que las personas se han poco participativas e introvertidas; esta técnica permite identificar un primer

informante clave y que él mismo, recomiende a los siguientes informantes que cuenten con la apertura para brindar la información.

Se realizaron 80 encuestas que fueron analizadas en función de la teoría de capitales, las variables respuestas fueron la media, desviación estándar y moda, se utilizó el programa estadístico Excel, que es una potente herramienta de análisis de datos que combina una amplia gama de procedimientos analíticos con extraordinarios gráficos interactivos para proporcionar un entorno integrado de análisis que fue aplicado en cada una de las fases de este proyecto.

1.8 Tipos de investigación

1.8.1 Investigación cuali-cuantitativo

Partiendo desde la perspectiva del análisis, el proceso investigativo a seguir en el presente proyecto es a través el método cuali-cuantitativo dónde se realizará la correspondiente evaluación de los medios de vida de la parroquia San Mateo para el análisis y creación de las potenciales estrategias para lograr un turismo sustentable y sostenible en la ya mencionada playa.

1.8.2 Investigación bibliográfica-documental

La siguiente investigación se respalda bajo teorías bibliográficas para obtener así unabase más teórica, fundamental y confiable con respecto a la investigación científica, la información fue recopilada desde sitios web, artículos científicos, libros, entre otros.

De esta forma se podrá partir de fundamentos, premisas y medidas tomadas en casos ya aprovechados, dándole así mayor importancia al tema en cuestión.

Se realizará el análisis de cada una de las respuestas brindadas por los ciudadanos de la parroquia San Mateo con la finalidad de definir la ausencia y necesidad que existe de aplicar capacitaciones, medidas y estrategias para potenciar un turismo sustentable/sostenible en dicho entorno.

1.8.3 Método deductivo

Basándonos en la información general, la información recopilada ha sido analizada para obtener los resultados y realizar las conclusiones concernientes, de esta forma se conseguirá establecer estrategias para un mejor desarrollo del sector económico, social y medio ambiental, enfocándonos en el aspecto de la sustentabilidad y permitiendo un mejor desarrollo al proyecto de investigación.

1.8.4 Método Analítico

El uso de este método permitió resumir los datos obtenidos en las encuestas aplicadas en el área de estudio, en la parroquia San Mateo de la ciudad de Manta, mediante esta se logró tener una idea más clara con respecto a los medios de vida y cómo estos influyen y deberían acoplar estrategias sustentables/sostenibles, aplicándolo a los 3 aspectos en cuestión. (social, económico y medio ambiental).

1.8.5 Técnicas

Para lograr los objetivos planteados, la herramienta utilizada en la investigación realizada fue un cuestionario distribuido en cinco aspectos en función de la teoría de capitales: 1) humano, 2) social, 3) natural, 4) físico y 5) financiero, cada prospecto disponía de sus preguntas correspondientes y estaba dirigido a un público determinado; a personas que se dedican a prestar servicios de renta de carpas en la playa, servicios de restaurante y a los pescadores de la comunidad, una vez ejecutada la encuesta se procedió a realizar los análisis y estrategias detectadas.

CAPITULO II

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

2.1 Evaluar las condiciones de vida a nivel de hogar en la Parroquia San Mateo

Para evaluar las condiciones de vida a nivel de hogar en la parroquia San Mateo se utilizó la teoría de capitales analizando cinco capitales: capital humano, capital social, capital natural, capital financiero y capital físico. Se efectuó una encuesta a nivel de hogares en la parroquia San Mateo ya que los habitantes del cantón se dedican en su totalidad a las actividades turísticas y de pesca, se clasificó a los hogares en los que alquilan carpas, los que tienen cabañas de comida y los que se dedican a la pesca tomando en consideración la variable de actividad a la que se dedican. De esta manera se desprenden los siguientes resultados.

2.1.1 Capital Humano:

Los hogares encuestados fueron 15 los que se dedican al alquiler de carpas en la playa, 15 hogares que se dedican a brindar el servicio de restaurantes y 50 hogares que se dedican a la actividad pesquera. En cuanto al nivel de educación de los jefes de hogares encuestados, tenemos que en los hogares que se dedican a alquilar carpas todos han aprobado la secundaria. En los hogares que se dedican al servicio de alimentación en cabañas, el 13,33% solo tienen un nivel de primaria; y, en los hogares que se dedican a la pesca el nivel primario supera el 50%. Se evidencia además que ninguno de los hogares en las tres clasificaciones ha recibido capacitación alguna por parte del gobierno local o institución privada. (Tabla 1 (a.))

En cuanto al número de personas que viven en los hogares encuestados, tenemos que en los tres casos tienen resultados similares en cuanto al total de hombre, mujeres,

jóvenes y niños (25, 35, 25 y 13% respectivamente). Por el contrario, en cuanto a las personas que trabajan en el hogar en la categoría de pesquero se evidencia que aparte del hombre (pesca) y mujer (trabajos domésticos), hay un 23% de jóvenes que también trabajan. (Tabla 1 (b.))

Tabla 1 (a) Capital Humano

Categoría	Hogar	Edad	Educación (%)			Ha recibido capacitación (%)		Se contagio de COVID	
			Primaria	Secundaria	Tercer Nivel	Si	No	Si	No
Carpas	15	30,73	0,00	100,00	0,00		100,00	33,33	66,67
Cabañas	15	32,93	13,33	86,67	0,00		100,00	53,33	46,67
Pesca	50	43,96	52,00	38,00	10,00		100,00	36,00	64,00

Tabla 2 (b) Capital Humano

Cuántas personas viven en el hogar (%)				Cuántas personas trabajan (%)			Cuántas personas estudian (%)			
Hombres	Mujeres	Jóvenes	Niños	Hombres	Mujeres	Jóvenes	Hombres	Mujeres	Jóvenes	Niños
25,42	35,59	25,42	13,56	50,00	43,33	6,67			63,64	53,33
28,17	28,17	29,58	14,08	50,00	34,21	15,79		3,23	64,52	32,26
28,51	28,92	28,11	14,96	60,00	16,36	23,64			53,42	46,58

2.1.2 Capital Social:

En este apartado, podemos ver que todos los encuestados de la categoría de carpas y cabañas se consideran mestizos; mientras que, en la categoría de pesca, el 13% se

consideran blanco. El lugar de nacimiento de más del 93% es la provincia de Manabí, el resto es de la provincia de Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, pero desde muy chicos migraron a Manabí. El 100% de los encuestados tanto en la categoría de Carpas, cabañas, pertenecen a una asociación respectivamente y obtienen beneficios por pertenecer a ella. No así con las personas que se dedican a la pesca, el 100% de ellos no pertenecen a ninguna asociación. (Tabla 2).

Tabla 2. Capital Social

Categoría	Etnia		Lugar de nacimiento Provincia (%)			Pertenece a asociación de comerciantes (%)		Recibe beneficio de la asociación	
	Mestizos (%)	Blanco	Manabí	Los Ríos	Santo Domingo	Si	No	Si	No
Carpas	100		93	7		100	0	100	0
Cabañas	86,67	13,33	100	0		100	0	100	0
Pesca	100		96	2	2	0	0	0	0

2.1.3 Capital natural

Alquiler de carpas: Los hogares que tienen como medio de vida el alquiler de carpas, lo tienen como actividad económica principal. Cada hogar tiene en promedio 20 carpas, 40 sillas y 40 hamacas. El número de carpas en promedio que alquilan por día es de 3,8 carpas de lunes a viernes, y 7,20 carpas los sábado y domingos. El alquiler de la carpa incluye dos sillas playeras y dos hamacas. Existen pocos hogares que reemplazan las hamacas por sillas, entregando la carpa solo con cuatro sillas. El precio de alquiler varía de acuerdo con el día, los días de lunes a viernes el valor es de \$7,00 usd, mientras que los días sábado y domingo el valores de \$8,00 usd. (Figura 1).

El ingreso por esta actividad en total es en promedio de \$84,20 usd semanales (Figura 2).

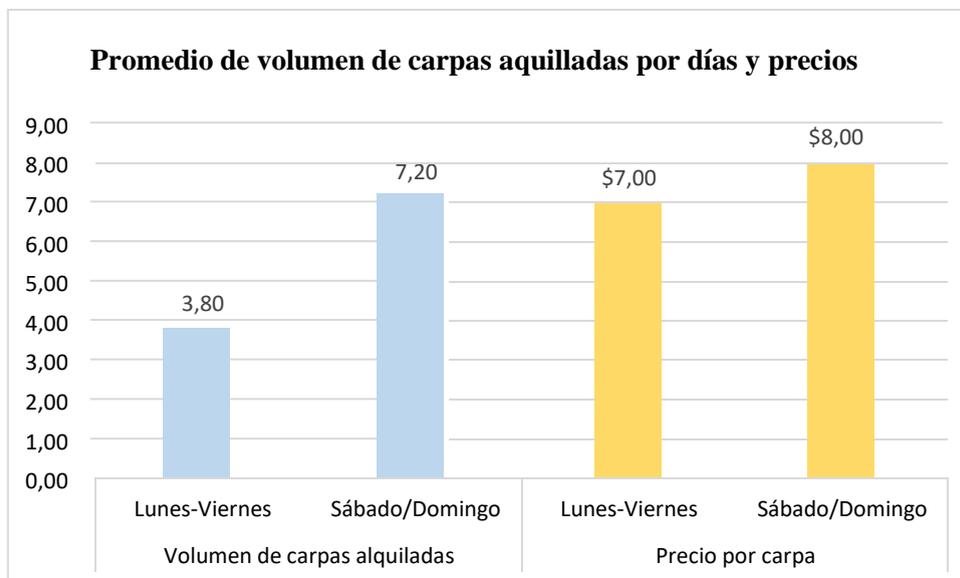


Figura 1 Promedio de volumen de carpas alquiladas por día y precios.

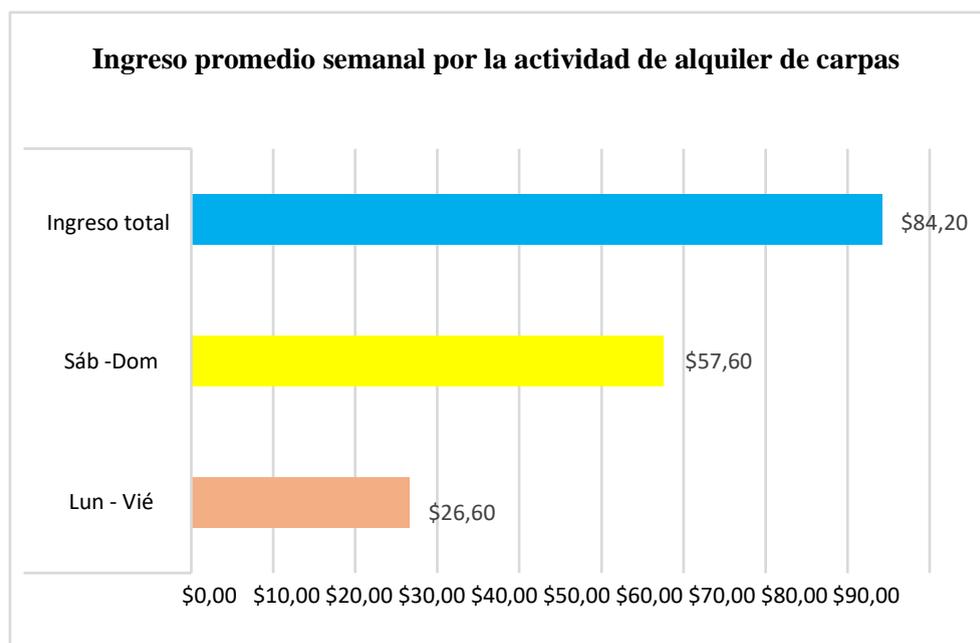


Figura 2 Ingreso promedio semanal por la actividad de alquiler de carpas.

Cabañas – restaurante: Las cabañas restaurantes están ubicadas al pie de la

playa San Mateo. Son lugares especializados en ofrecer comida a base de mariscos. Todos los locales tienen una dimensión de 180m². Ofrecen en promedio 7 variedades de ceviches, 23 variedades de platos a la carta y 3 tipos de bandeja familiar de mariscos. (Figura 3).

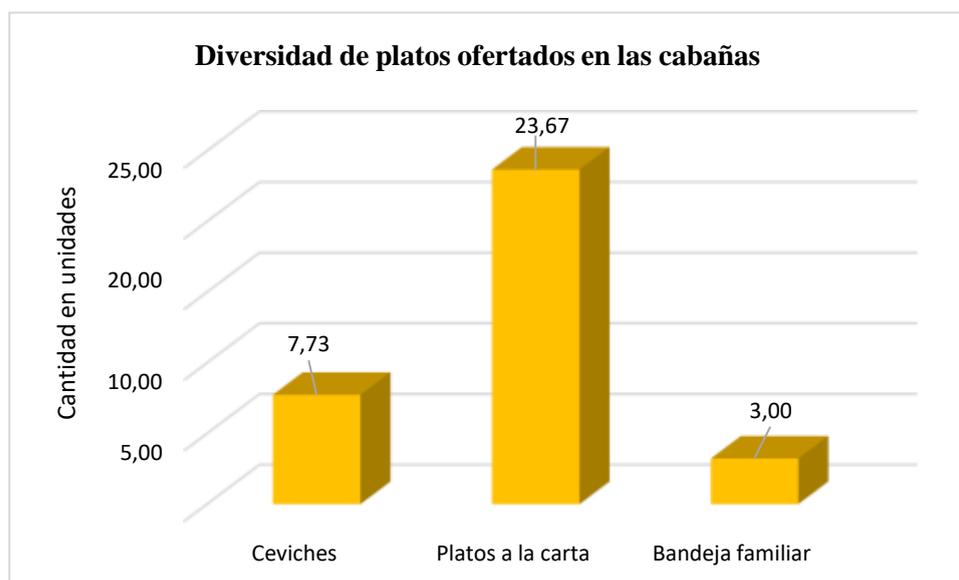


Figura 3 Diversidad de platos ofertados por las cabañas

Los platos más vendidos son los diferentes tipos de ceviche y arroz marinero. La cantidad de platos vendidos diariamente en promedio es de 80. (Tabla 4)

Tabla 4. Volumen de platos vendidos diariamente

Platos más vendidos	Volumen de venta platos diarios
Ceviche de pescado	100
Arroz marinero	62

Pesca: Los hogares que se dedican a la pesca en su mayoría lo hacen en un área promedio de 308 millas. El número de especie de peces que pescan es en promedio es de 9,72, entre ellos tenemos picudo 18%, albacora 22%, tiburón 21%, gacho 20% y dorado

19%. Sin embargo, los más cotizados por los clientes son el picudo y albacora. En total el volumen de pesca promedio cada vez que salen al mar por pescadores de 2,56Tm. (Figura 4 y 5).



Figura 4 Especies de peces más pescados.

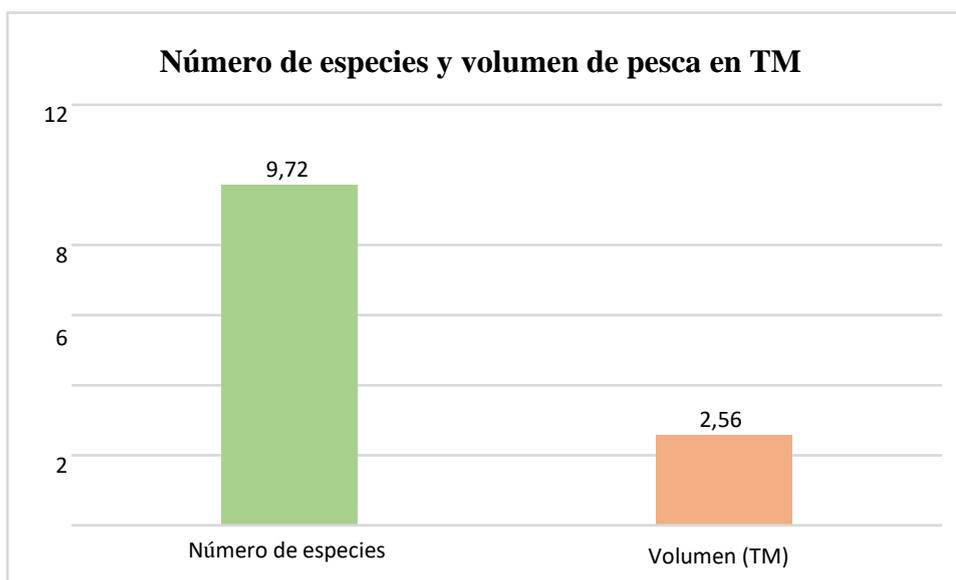


Figura 5 Número de especies y volumen de pesca en TM.

2.1.4 Capital Físico:

El 100% de los hogares encuestados tanto en la categoría de carpas, cabañas y pesca, tienen acceso a internet y a telefonía móvil, lo que significa que poseen las herramientas tecnológicas de vanguardia. Igualmente, el 100% de los encuestados son dueños de sus bienes de trabajo como las carpas, las cabañas restaurante y las lanchas para pescar.

Se debe resaltar que en la categoría carpas, los dueños las alquilan con dos sillas y dos hamacas. Los días de mayor demanda de alquiler son los sábados y domingo. en cuanto a los hogares que se dedican a la pesca manifiestan que en promedio se están 22 días en alta mar, pescan alrededor de 2,56 TM y el 70% de los pescadores entregan su producto directamente en el muelle y solo el 30% van a entregar la pesca a las empresas. (Figura 6)



Figura 6 Lugar de entrega de la pesca

2.1.5 Capital financiero:

Los hogares que se dedican al alquiler de carpas, cabañas restaurantes y pesca, tienen acceso a créditos bancarios en 46.67%, 53.33% y 44% respectivamente. Igualmente, todos tienen un nivel de deuda que supera el 60%. El total de sus ingresos mensuales son en promedio de \$540,00 para los que trabajan con las carpas, \$2213,00

para los que trabajan con las cabañas restaurantes, y, \$1078,00 para los que se dedican a la actividad pesquera. Hay que señalar también que los hogares que se dedican al alquiler de carpas, debido al nivel de ingresos que poseen, el 60% de ellos no logran cubrir sus deudas. Como dato adicional tenemos que del 100% de las personas que tienen como sustento de vida la actividad de alquiler de carpas, las cabañas restaurantes, de las personas que se dedican a la pesca, no reciben el bono de desarrollo humano que otorga el estado. (Tabla 5) (Figura 7)

Tabla 5. Capital financiero

Categoría	Acceso a crédito		Tiene deudas		Recibe bono		Con los ingresos paga las deudas	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Carpas	46,67	53,33	73,33	26,67	0,00	100,00	40,00	60,00
Cabañas	53,33	46,67	73,33	26,67	0,00	100,00	73,33	26,67
Pesca	44,00	56,00	64,00	36,00	0,00	100,00	68,00	32,00

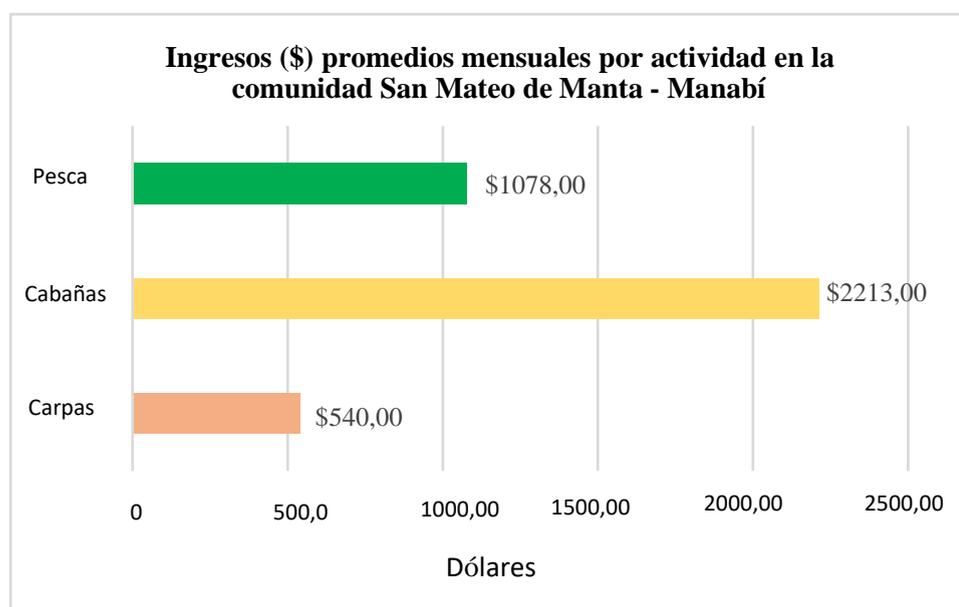


Figura 7 Promedio de ingresos mensuales por actividad

2.2 Identificar las potenciales estrategias de vida para impulsar el turismo

sustentable en la parroquia San Mateo.

Entre las principales estrategias para desarrollar el turismo gastronómico y de esparcimiento en la parroquia San Mateo se plantean las siguientes:

- Diseñar un plan estratégico de desarrollo del turismo gastronómico y de descanso (hoja de ruta a mediano y largo plazo), con una visión compartida y consensuada entre los actores en línea con la visión global del destino y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Impulsar un modelo de gobernanza con liderazgo, transparente y participativo donde se incluye al sector gubernamental, empresarial, productivo, academia, y demás agentes que intervienen en el sector turístico.
- impulsar programas de sensibilización de cultura gastronómica y producto local en los diferentes niveles educativos: educación primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional y universidades, con la finalidad de crear conciencia de la gastronomía como eje dinamizador del desarrollo local.
- Desarrollar programas de capacitación formales y no formales, tanto al sector de alquiler de carpas, cabañas restaurantes y pesca, como intérpretes del territorio, para un turismo sustentable y sostenible.
- Segmentar y analizar las distintas tipologías de turistas, desarrollar herramientas para mejorar su posicionamiento online: sitio Web, blog, perfiles en redes sociales, campañas de posicionamiento en buscadores y publicidad.
- Promocionar la formación y la integración en la cadena de valor del turismo de mujeres, jóvenes y segmentos de la población menos favorecidos.
- Desarrollar programas de fomento del uso de productos y servicios locales sostenibles que generen empleo y beneficios locales.
- Promocionar buenas prácticas relativas a la economía circular, como el uso racional del plástico y la energía, la reducción del desperdicio alimentario, etc.
- Aprovechar el recurso natural (mar) y la experiencia local para fomentar paquetes turísticos como paseos en lancha, pesca, etc.

- Solicitar créditos para sus diferentes actividades, aprovechar las oportunidades que brinda el gobierno para acceder a créditos financieros solos o asociados y de esta manera impulsar más sus actividades de servicios turísticos.

2.3 Situaciones detectadas

Una vez obtenida la caracterización de los medios de vida de los hogares de la parroquia San Mateo, aplicando la teoría de capitales (humano, social, natural, financiero y físico), se establece el *turismo gastronómico y de descanso o esparcimiento* como estrategia principal de desarrollo de la población y como medio de vida de los hogares.

El turismo gastronómico o turismo culinario es un tipo de turismo cuyas actividades principales se enfocan en la cultura culinaria de un determinado sitio turístico. Representa, junto al paisaje, el alojamiento y el clima, uno de los pilares fundamentales que constituye un producto turístico.

El turismo de descanso o de esparcimiento es aquel que proporciona a los turistas un breve momento de relajamiento, además de proporcionar y liberar el estrés, disfrutar de los maravillosos paisajes que le ofrezca el lugar que haya decidido visitar.

2.4 Soluciones planteadas

Las diferentes estrategias planteadas buscan garantizar un mejor desarrollo de las actividades que mantienen como medio de vida los habitantes de la playa San Mateo, mediante programas de fomento del uso de productos y servicios sostenibles que generen empleo y beneficios locales; Promocionar buenas prácticas relativas a la economía circular, como el uso racional del plástico y la energía, la reducción del desperdicio alimentario y aprovechar el recurso natural (mar) y la experiencia local para fomentar paquetes turísticos como paseos en lancha, pesca, etc.

2.5 Conclusiones

- ⇒ Las personas que conforman y habitan la playa San Mateo de la ciudad de Manta se dedican a la pesca, renta de carpas y servicio de alimentación (cabañas) estas actividades las realizan como medio de vida para suplir sus gastos y necesidades.

- ⇒ Los habitantes encuestados tienen limitado conocimiento de los términos sostenibles y medioambiental razón por la que sus actividades no están sujetas al cuidado y prevención del entorno en que laboran.

- ⇒ El desinterés parte desde los mismos entes reguladores, públicos y privados que no sitúan en marcha algún proyecto enfocado en la educación medio ambiental, es muy imprescindible realizar un plan estratégico del desarrollo del turismo que involucre todos los medios de vida, en el cual emerjan capacitaciones a los mismos habitantes para una correcta administración de los servicios y acogida a los turistas.

Bibliografía

- BBVA. (01 de Enero de 2020). *BBVA*. Obtenido de BBVA:
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>
- ECOPLAYAS. (08 de Julio de 2022). *ECOPLAYAS*. Obtenido de ECOPLAYAS:
<https://www.ecoplayas.ec/playa-san-mateo/>
- EcosTravel. (01 de Enero de 2019). *EcosTravel*. Obtenido de EcosTravel:
<https://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/manabi/playa-san-mateo.php#mapa>
- Entorno Turístico. (17 de Enero de 2016). *Entorno Turístico*. Obtenido de Entorno Turístico:
<https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>
- Esposito, L. G. (03 de Agosto de 2018). *Entorno Turístico*. Obtenido de Entorno Turístico:
<https://www.entornoturistico.com/turismo-sustentable-por-que/>
- Fierro & Ávila. (08 de Enero de 2017). *Eird.org*. Obtenido de Eird.org:
<https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/8-MediosdeVida.pdf>
- Fierro, I., & Ávila, S. (01 de Enero de 2017). *Scielo*. Obtenido de Scielo:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362017000400107
- Gobierno de Manabí. (01 de Enero de 2019). *Gobierno de Manabí*. Obtenido de Gobierno de Manabí:
<https://www.manabi.gob.ec/sitio2020/cantones/manta>
- PDOT-GAB Manta. (01 de Enero de 2019). *PDOT-GAB Manta*. Obtenido de PDOT-GAB Manta:
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/13600009800

01_pdot%20final%20gad-manta_28-12-2016_12-38-21.pdf

Saeteros, A., Da Silva, V., & Flores, M. (01 de Enero de 2019). *ULL*. Obtenido de ULL:

<https://www.redalyc.org/journal/881/88165933011/html/>

UNWTO. (01 de Enero de 2020). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO:

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

Anexos

Universidad Técnica de Babahoyo

1

1. Información General

Nombre del Encuestado			No. de Encuesta	_____
Nombre de la Parroquia	Nombre del sector:		_____	
Coordenadas UTM	X: _____	Y: _____	_____	
Elevación misma	_____			

2. Capital Humano (jefe del hogar)

2.1 Género: Masculino: _____ Femenino: _____	2.2 Edad (años): _____	2.3 Educación (años): _____
2.4 En los últimos 2 años ha recibido alguna capacitación (sí / no):	Sí: _____ No: _____	Estado: _____ ONGs: _____
2.5 Se contagió con COVID (sí / no):	Sí: _____ No: _____ No sé: _____	
2.6 Cuántas personas viven en el hogar:	Hombres: _____ Mujeres: _____	Jóvenes: _____ Niños: _____
2.7 Cuántas personas del hogar trabajan:	Hombres: _____ Mujeres: _____	Jóvenes: _____ Niños: _____
2.8 Cuántas personas del hogar estudian:	Hombres: _____ Mujeres: _____	Jóvenes: _____ Niños: _____

3. Capital Social

3.1 Etnia: Mestizo: _____	Blanco: _____	Indígena: _____	Afrodescendiente: _____
3.2 Lugar de nacimiento (país):	Provincia: _____	Cantón: _____	Estranjero: _____
3.3 En que año migró: _____	desde que lugar: _____	Provincia: _____	
3.4 Perteneció alguna asociación de productores, pescadores o comerciantes:	Sí: _____ No: _____		
3.5 Recibe algún tipo de beneficio de la asociación	Sí: _____ No: _____		
3.6 Confía en sus compañeros:	Sí: _____ No: _____		

4. Capital Natural

4.1 Área total de la pesca (km ²) _____	4.2 Diversidad de especies pescadas: _____
4.3 Que pescado es el más cotizado: _____	4.5 Volumen de pesca: _____ quintales
4.4 Existen fuentes de agua naturales para el riego	Sí: _____ No: _____
4.6 Que peces (especies) pesca: _____	
4.7 Que tiene líneas: Sí _____ No _____	Que produce: _____

5. Capital Físico

5.1 Tiene acceso a internet	Sí _____ No _____	5.2 Posee escrituras de su casa	Sí _____ No _____
5.3 Tiene celular	Sí _____ No _____	5.4 Tiene lancha	Sí _____ No _____
5.5 Tiene equipo pesca artesanal	Sí _____ No _____	5.6 Tiene congeladores	Sí _____ No _____
5.7 Cuanto tiempo en lancha es desde el puerto al lugar de pesca _____ (min)			
5.8 Cual es la distancia desde el puerto al lugar de venta del pescado _____ (km)			

6. Capital Financiero

6.1 Tiene acceso a crédito	Sí _____ No _____	6.4 Tiene deudas	Sí _____ No _____
6.2 Recibe Bono del Estado	Sí _____ No _____	6.5 Los ingresos de la pesca son suficientes para pagar las deudas	Sí _____ No _____
6.3 Tiene ingresos fuera de la pesca	Sí _____ No _____	6.7 Los ingresos de la pesca son suficientes para cubrir los gastos de hogar de _____	No _____
6.6 Cual es su ingreso económico mensual del hogar _____			



Anexo 2 Registro fotográfico de encuesta a los pescadores de la playa San Mateo.

Universidad Técnica de Babahoyo



1. Información General

Nombre del Encuestado _____ No. de Encuesta _____
Nombre de la Parroquia _____ Nombre del sector: _____
Coordenadas UTM X: _____ Y: _____
Elevación msnm _____

2. Capital Humano (jefe del hogar)

2.1 Género: Masculino: ___ Femenino: ___ 2.2 Edad (años): ___ 2.3 Educación (años): ___
2.4 En los últimos 2 años ha recibido alguna capacitación (si / no): Si: ___ No: ___ Estado: ~~OK~~
2.5 Se contagio con COVID (si / no): Si: ___ No: ___ No sé: ___
2.6 Cuántas personas viven en el hogar: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___
2.7 Cuántas personas del hogar trabajan: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___
2.8 Cuántas personas del hogar estudian: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___

3. Capital Social

3.1 Etnia: Mestizo: ___ Blanco: ___ Indígena: ___ Afrodescendiente: ___
3.2 Lugar de nacimiento (país): Provincia: ___ Cantón: ___ Extranjero: ___
3.3 En que año migró: _____ desde que lugar: Provincia: _____
3.4 Perteneció alguna asociación de productores, o comerciantes: Si ___ No ___
3.5 Recibe algún tipo de beneficio de la asociación Si ___ No ___
3.6 Confía en sus compañeros: Si ___ No ___

4. Capital Natural

4.1 Área total del local (m²) _____ 4.2 Diversidad de plato ofertados: No _____
4.4 Que plato es el más cotizado: _____ 4.5 Volumen de venta: _____ platos
4.7 Existe servicio de agua Si: ___ No: ___

5. Capital Físico

5.1 Tiene acceso a internet Si ___ No ___ 5.2 Posee escrituras de su casa Si ___ No ___
5.3 Tiene celular Si ___ No ___ 5.4 El local es: Propio ___ Arrendado ___ Comodato ___
5.5 Tiene refrigeradores Si ___ No ___
Cuántos: _____

6. Capital Financiero

6.1 Tiene acceso a crédito Si ___ No ___ 6.4 Tiene deudas Si ___ No ___
6.2 Recibe Bono del Estado Si ___ No ___ 6.5 Los ingresos del local son suficientes para pagar las deudas Si ___ No ___
6.3 Tiene ingresos fuera del local Si ___ No ___ 6.7 Los ingresos del restaurante son suficientes para cubrir los gastos del hogar Si ___ No ___
6.6 Cual es su ingreso económico mensual del hogar: _____





Anexo 4 Registro fotográfico de encuesta a las cabañas (servicio de alimentación).

Universidad Técnica de Babahoyo

1. Información General

Nombre del Encuestado _____ No. de Encuesta _____
Nombre de la Parroquia _____ Nombre del sector: _____
Coordenadas UTM X: _____ Y: _____
Elevación msnm _____

2. Capital Humano (jefe del hogar)

2.1 Género: Masculino: ___ Femenino: ___ 2.2 Edad (años): ___ 2.3 Educación (años): ___
2.4 En los últimos 2 años ha recibido alguna capacitación (si 1; no 0): Si: ___ No: ___ Estado: ~~ONG~~ ~~ONG~~
2.5 Se contagió con COVID (si 1; no 0): Si: ___ No: ___ No sé: ___
2.6 Cuántas personas viven en el hogar: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___
2.7 Cuántas personas del hogar trabajan: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___
2.8 Cuántas personas del hogar estudian: Hombres ___ Mujeres ___ Jóvenes ___ Niños ___

3. Capital Social

3.1 Etnia: Mestizo: ___ Blanco: ___ Indígena: ___ Afrodescendiente: ___
3.2 Lugar de nacimiento (antes) Provincia: ___ Cantón: ___ Extranjero: ___
3.3 En que año migró: _____ desde que lugar: Provincia: ___
3.4 Perteneció alguna asociación de comerciantes: Si ___ No ___
3.5 Recibe algún tipo de beneficio de la asociación Si ___ No ___
3.6 Confla en sus compañeros: Si ___ No ___

4. Capital Natural

4.1 número de carpas _____
4.2 Volumen de alquiler de sillas _____

5. Capital Físico

5.1 Tiene acceso a internet Si ___ No ___ 5.2 Posee escrituras de su casa Si ___ No ___
5.3 Tiene celular Si ___ No ___ 5.4 La carpa es: Propio ___ Arrendado ___ Comodato ___
5.5 Cuántas sillas tiene _____

6. Capital Financiero

6.1 Tiene acceso a crédito Si ___ No ___ 6.4 Tiene deudas Si ___ No ___
6.2 Recibe Bono del Estado Si ___ No ___ 6.5 Los ingresos del local son suficientes para pagar las deudas Si ___ No ___
6.3 Tiene ingresos extra a la actividad Si ___ No ___ 6.7 Los ingresos de la actividad son suficientes para cubrir los gastos de hogar Si ___ No ___
6.6 Cual es su ingreso económico mensual del hogar _____



Anexo 6 Registro fotográfico de encuesta a los servicios de playa (renta de carpas).