



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO/A EN TURISMO

TEMA:

IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES DE LA
PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO

AUTORES: CORONEL AGUILAR MARÍA JOSÉ

SOCOLA RUEDA CHRISTIAN FABIÁN

DIRECTOR: ECHEVERRÍA CACHIPUENDO GALO OSWALDO. MSc

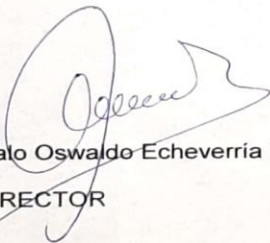
IBARRA – 2022

APROBACIÓN DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Trabajo de Grado "IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO", realizado por la señora María José Coronel Aguilar, con cédula de ciudadanía No. 100356769-8 y el señor Sócola Rueda Christian Fabián, con cédula de ciudadanía No. 070504351-1, previo a la obtención del título de Ingeniero en Turismo.

Una vez concluida la fase investigativa, doy fe que este documento reúne los requisitos y virtudes suficientes para ser sustentado públicamente ante un tribunal evaluador.

Atentamente,



Gato Oswaldo Echeverría Cachipuendo MSc.

DIRECTOR

Yo María José Coronel Aguilar con cédula N° 100356769-8, declaro que este documento de tesis de grado titulado **IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO**, es de mi autoría y ha sido realizado reportando las normas de referencia y bibliografía.

María José Coronel Aguilar
Christian Fabián Socola Rueda
AUTORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100356769-8 070504351-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Coronel Aguilar María José y Socola Rueda Christian Fabián		
DIRECCIÓN:	San Pablo de Lago calle Ibarra y sucre S/N		
EMAIL:	joshe907@gmail.com / csocola_23@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	06291 8159	TELÉFONO MÓVIL:	0994665794/0968 224484

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE LAGO
AUTOR (ES):	Coronel Aguilar María José y Socola Rueda Christian Fabián
FECHA: DD/MM/AAAA	16/06/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ing. Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc Galo Oswaldo Echeverria Cachipundo

Con formato: Interlineado: sencillo

Tabla con formato

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Código de campo cambiado

Código de campo cambiado

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

Con formato: Sangría: Primera línea: 0 cm, Interlineado: sencillo

Con formato: Interlineado: sencillo

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28. días del mes de diciembre de 2022.

LOS AUTORES:



María José Coronel Aguilar



Christian Fabián Socola Rueda

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, María José Coronel Aguilar, con cédula N° 100356769-8 autorizo a la Universidad Técnica del Norte a que publique el presente documento de trabajo de grado de titulación de mi autoría denominado **IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO.**

María José Coronel Aguilar

AUTORA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Christian Fabián Socola Rueda, con cédula N° 070504351-1 autorizo a la Universidad Técnica del Norte a que publique el presente documento de trabajo de grado de titulación de mi autoría denominado **IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO.**

Christian Fabián Socola Rueda

AUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a nuestros PADRES y especialmente A NUESTROS HIJOS, quienes con mucha paciencia, amor y fortaleza nos ayudaron en los buenos y malos momentos, pues ellos son siempre nuestro brazo fuerte y el hombro seguro en donde buscamos refugio para recuperar fuerzas y seguir adelante.

Ellos supieron sacrificar su tiempo con mucho amor constancia con el objeto de ver culminada nuestra primera etapa de estudios.

Otra mención importante merece, nuestros compañeros amigas y amigos, personas que estuvieron durante nuestra etapa de vida estudiantil, quienes con su apoyo moral y sacrificando su tiempo supieron darnos fuerzas, valor para no declinar y seguir adelante hasta llegar al objetivo de culminar mi carrera.

Todos y cada uno de ellos son los verdaderos artífices de ese triunfo.

Los autores

María José Coronel Aguilar

Christian Fabián Socola Rueda

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios por habernos creado; a nuestros padres, a nuestros hijos, quienes son los que nos han dado la fuerza para salir adelante en los momentos que necesitamos de su fortaleza, a los profesores, directores de tesis y a la “UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE” que al habernos dado la oportunidad de realizar nuestros estudios, nos permitió ampliar nuestros conocimientos, habilidades, destrezas y experiencia que nos apoyaron a consolidar nuestra formación personal y profesional para de esta manera convertirnos en profesional del Turismo Ecuatorianos con sólidos conocimientos científicos, teóricos-prácticos y con principios morales y éticos.

Los autores

María José Coronel Aguilar

Christian Fabián Socola Rueda

INDICE

Contenido

APROBACIÓN DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iv ⁱⁱⁱ
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	v ^{iv}
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	viii ^v
DEDICATORIA	ix ^{vi}
AGRADECIMIENTO	xvii ⁱⁱ
ÍNDICE DE TABLAS	xviii ^{xv}
ÍNDICE DE ANEXOS	xix ^{xvi}
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes de la investigación	1
1.2. Planteamiento del problema	7
1.3. Formulación del Problema	8
1.4. Objeto de estudio	9
1.5. Objetivos	9
1.5.1 Objetivo General	9
1.5.2 Objetivos Específicos	9
1.6. Preguntas de investigación	9
1.7. Justificación	10
1.8. Descripción del área de estudio	11
2. MARCO TEÓRICO	14
2.1 Desarrollo turístico en el Ecuador	14
2.2 Impacto económico	15

2.3 Impactos económicos positivos del turismo	15
2.3.1 El Turismo como generador de ingresos	15
2.3.2 La generación de divisas	16
2.3.3 El empleo en el sector turístico	17
2.3.4 Empleo directo	18
2.3.5 Ingresos del Turismo para el sector público	18
2.4 Evaluación del impacto económico	22
2.4.1 El Impacto Turístico	23
2.4.2 Efecto económico.....	26
2.4.3 Efectos positivos y negativos	26
2.5 Evaluación del impacto económico.....	27
2.6 El impacto turístico en la dimensión económica, ambiental y social	27
2.7.1 Impacto económico del turismo.....	27
2.7.2 Impacto ambiental del turismo	29
2.8 Impactos negativos del turismo	32
2.8.1 Económicos.....	32
2.8.2 Socioculturales.....	33
2.8.3 Sobre el entorno cultural.....	34
2.9 IMPACTOS POSITIVOS DEL TURISMO	35
2.9.1 Económicos	35
2.9.1.3 Mejora de la distribución de la renta	35
2.9.1.5 Gran potencial para atraer inversiones	36
2.9.1.6 Diversificación económica.....	36

2.9.1.7 Establecimiento de infraestructuras	36
2.9.1.8 Aportación rápida de divisas que equilibran la balanza nacional de pagos.....	36
2.9.1.9 Sustituto de exportaciones tradicionales	37
2.10 Socioculturales	37
2.10.1 Mejora de la calidad de vida de la comunidad local.....	37
2.10.2 Estímulo del interés de la comunidad local por la cultura propina, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico	37
2.10.3 Rehabilitación y preservación de monumentos, lugares históricos, folklore, artesanía, tradiciones, etc.	37
2.10.4 Mayor movilidad social en comunidades locales muy jerarquizadas	38
2.10.5 Intercambios turistas / residentes.....	38
2.11 Sobre el entorno natural.....	38
2.11.1 Rentabilización de recursos naturales	38
2.11.2 Estímulo para la conservación y mejora del entorno.....	38
2.11.3 Creación de áreas naturales protegidas y preservación de lugares con interés turístico	38
2.11.4 Introducción de medidas de planificación y gestión	39
2.11.5 Sensibilización	39
2.11.6 Impacto económico.....	39
2.12 Tipos de desarrollo	40
2.12.1 Desarrollo económico	40
2.12.2 Desarrollo social.....	41
2.12.3 Desarrollo humano.....	41

2.12.4	Desarrollo turístico sostenible	42
2.12.5	Desarrollo comunitario	42
2.12.6	Desarrollo turístico	43
2.13	Impacto del desarrollo	43
2.13.1	Impacto social dentro del turismo	43
2.13.2	Impacto ambiental dentro del turismo	44
2.13.3	Impacto cultural en el turismo	44
2.13.4	Impacto económico en el turismo.....	44
2.13.5	El Turismo.....	45
2.14	Tipos de turismo	46
2.14.1	Turismo cultural.....	46
2.14.2	Turismo rural.....	47
2.14.3	Turismo urbano.....	47
2.14.4	Turismo cultural.....	48
2.14.5	Turismo alternativo.....	49
2.14.6	Turismo Gastronómico.....	49
2.14.7	Turismo de Aventura.....	50
2.14.8	Turismo Comunitario.....	50
2.14.9	Agroturismo.....	51
2.14.10	Ordenamiento turístico.....	52
2.14.11	Recurso turístico	53
2.14.12	Atractivo natural	53
2.14.13	Atractivo turístico.....	54
2.14.14	Recursos turísticos.....	55

2.15 Evaluación de recursos turísticos	55
2.15.1 Emprendimiento turístico	55
CAPÍTULO III.....	57
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.1 Tipos de investigación	57
3.1.1 Investigación cualitativa	57
3.1.2 Investigación de campo	58
3.2 Técnicas o instrumentos	58
3.2.1 Encuestas	58
3.2.2 Entrevista	59
3.2.3 Ficha técnica	59
3.2.4 Ficha de campo.....	60
3.3 FODA	<u>¡Error! Marcador no definido.</u> 60
3.4 Técnicas e instrumentos.....	61
3.4.1 Población	61
3.4.2 Muestra.....	62
CAPÍTULO IV	64
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	64
4.1 Diagnóstico de la situación actual de los actores del desarrollo económico en San Pablo.....	64
4.2 Impactos económicos generados por el sector turístico.....	104
4.2.1 Impacto que afecta a la economía	104
4.2.2 Impacto que afecta a la cultura	105
4.2.3 Impacto que afecta al Ambiente	106

4.2.3 Actividad agrícola y pecuaria	110
4.2.4 Agro empresas	111
4.2.5 Transporte	113
4.2.7 Hospedaje	115
4.2.7 Turismo	117
4.2.8 Propuesta de una estrategia para el desarrollo económico de San Pablo	118
CAPÍTULO V	129
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
5.1 Conclusiones	129
5.2 Recomendaciones	130
6. REFERENCIAS	132
ANEXOS	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cruce del Lago San Pablo (2021)	3
Figura 2 Zona turística parque acuático (2021).....	6
Figura 3 Líneas de Transporte (2021).....	7
Figura 4 Mapa del Lago San Pablo (2021)	12
Figura 5 Desarrollo Humano (2021).....	42
Figura 6 Impacto ambiental (2021)	44
Figura 7 Turismo urbano (2021)	48
Figura 8 Atractivo natural San Pablo del Lago (2021).....	54
Figura 9 Edad de los turistas	90
Figura 10 Género de los turistas.....	91
Figura 11 Nivel de educación de los turistas.....	92
Figura 12 Ocupación	93
Figura 13 Procedencia 5.....	94
Figura 14 Medio de información 6.....	95
Figura 15 Factor influyente 7	96
Figura 16 transporte 8	97
Figura 17 Inversión.....	98
Figura 18 Tiempo de permanencia 10	99
Figura 19 servicios.....	100
Figura 20 tipo de alojamiento.....	101
Figura 21 Pastel referencial pregunta 13	102
Figura 22 medio de transporte 14	103
Figura 23 Porcentaje de la Participación en las Actividades	108
Figura 24 Ingresos de la actividad agropecuaria.....	111
Figura 25 Tabla de ingresos de las empresas agrícolas	113
Figura 26 Tabla de ingresos del transporte existente en San Pablo	114
Figura 27 Tabla de ingresos del rubro de dotación de alimentos	115
Figura 28 Ingresos del hospedaje en San Pablo.....	116
Figura 29 Plaza de Ponchos.....	148
Figura 30 Laguna de Cubiche.....	149
Figura 31 Hostería cabañas del lago (2021)	150

Figura 32 La hacienda Cusin (2021).....	150
Figura 33 Parque acuático (2021).....	151
Figura 34 Cuerpo del Lago San Pablo (2021).....	151
Figura 35 Comunidades pertenecientes a San Pablo del Lago (2021).....	152
Figura 36 Turistas extranjeros (2021).....	152
Figura 37 Varios	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Emprendimientos agrícolas.....	65
Tabla 2 Emprendimientos Pecuarios	70
Tabla 3 Emprendimientos Florícolas.....	71
Tabla 4 Emprendimientos caucho.....	73
Tabla 5 Emprendimientos Lácteos.....	74
Tabla 6 Emprendimientos Ambulantes 2021.....	76
Tabla 7 Emprendimientos Tiendas 2021.....	77
Tabla 8 Emprendimientos Transporte 2021	79
Tabla 9 Emprendimientos Alimentación 2021	80
Tabla 10 Emprendimientos Hospedaje 2021	82

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Ficha de diagnóstico actores económicos de la parroquia San Pablo de lago y sus comunidades	137
Anexo 2 Fichas de Diagnóstico - Actores Económicos de la Parroquia San Pablo del Lago y sus Comunidades	139
Anexo 3 Encuesta.....	147 <u>145</u>
Anexo 4 Galería.....	148

RESUMEN

INTRODUCCIÓN: en la provincia de Imbabura el turismo se lo considera como una de actividades más importantes, tanto geológicas, naturales debido a los innumerables sitios para explorarlos y presencia de una diversidad cultural. El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

OBJETIVOS: Diagnosticar la situación actual de los actores del desarrollo económico de la parroquia San Pablo del Lago. Determinar el perfil de los visitantes que aportan al desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago. Definir el impacto económico que generan las empresas y emprendimientos turísticos de las comunidades de la parroquia. Establecer estrategias para el mejoramiento del desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago. El trabajo de investigación se la realizo con el objetivo de apoyar el desarrollo técnico y socioeconómico del turismo, tomado en cuenta el incremento de la actividad turística dentro de la región norte del país, debido a que nuestra provincia ha sido declarada geo parque mundial esto compromete a todos los sectores sociales y económicos a mejorar la imagen y la calidad de los servicios con los que debe contar la provincia y la región con el objeto de apoyar a dinamizar el turismo y a través del mismo la economía de los actores sociales involucrados en la actividad. Descripción del área de estudio

METODOLOGÍA: Cualitativa con recolección de datos mediante encuesta, y fichas de observación.

RESULTADOS: En La parroquia San Pablo haya afluencia de operadores de turismo, agricultores, artesanos y personas que migran temporal o permanentemente a diferentes lugares del país, su servicio consta de hospedaje, alimentación, caminatas a lugares estratégicos, cabalgatas que en determinados casos van desde san Pablo del Lago a la parroquia la Esperanza o a el sector de Zuleta, de la misma manera se traslada a el sector la Rinconada de San Pablo del Lago.

CONCLUSIONES: Es importante realizar mayor promoción de los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia de San Pablo de Lago, ya que se conoce principalmente el cantón Otavalo en donde se ha realizado tradicionalmente el turismo por lo que se debe buscar alternativas de turismo como rutas turísticas, gastronómicas, actividades culturales, así como turismo agrícola y los turistas tengan una relación directa con la parroquia y sus comunidades.

PALABRAS CLAVES: Turismo, San Pablo, cabalgatas, economía, atracción.

ABSTRACT

INTRODUCTION: In the province of Imbabura, tourism is considered one of the most important activities, both geological and natural, due to the innumerable sites to explore and the presence of cultural diversity. Rural tourism is usually directed and attended by the same owners of the fields or ranches. These owners, in general, show the visitor the agricultural activities that are typical of rural life. **OBJECTIVES:** Diagnose the current situation of the economic development actors of the San Pablo del Lago parish. Determine the profile of visitors who contribute to the economic development of the parish of San Pablo de Lago. Define the economic impact generated by tourism companies and ventures in the communities of the parish. Establish strategies to improve the economic development of the parish of San Pablo de Lago. The research work was carried out with the objective of supporting the technical and socioeconomic development of tourism, taking into account the increase in tourist activity within the northern region of the country, due to the fact that our province has been declared a global geopark, this compromises to all social and economic sectors to improve the image and quality of the services that the province and the region should have in order to support the revitalization of tourism and through it the economy of the social actors involved in the activity . **Description of the study area** **METHODOLOGY:** Qualitative with data collection through a survey and observation sheets. **RESULTS:** In the San Pablo parish there is an influx of tourism operators, farmers, artisans and people who temporarily or permanently migrate to different parts of the country, their services consist of lodging, food, walks to strategic places, horseback riding that in certain cases range from San Pablo del Lago to the Esperanza parish or to the Zuleta sector, in the same way it is transferred to the Rinconada sector of San Pablo del Lago. **CONCLUSIONS:** It is important to carry out greater promotion of the tourist attractions that the parish of San Pablo de Lago has, since the Otavalo canton is mainly known, where tourism has traditionally been carried out, so tourism alternatives must be sought as routes tourist, gastronomic, cultural activities, as well as agricultural tourism and tourists have a direct relationship with the parish and its communities.

KEY WORDS: Tourism, San Pablo, parades, economy, attraction.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes de la investigación

El turismo en la provincia de Imbabura es considerado una de las actividades más importantes, que se diferencia de otras provincias fundamentalmente por sus características geológicas, naturales y presencia de una diversidad cultural en un territorio relativamente cercano. “Aquí confluyen complejos volcánicos como el Imbabura, Mojanda, Cotacachi – Cuicocha y Chachimbiro con lagos o lagunas, prácticamente en todos los cantones; cascadas, fuentes de agua, diferentes pisos climáticos y atractivos geomorfológicos (Geo parque Mundial del Ecuador, 2019).

Con fecha del 17 de abril del 2019, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), declaró a Imbabura como geo parques mundiales de la Unesco, junto a sitios adicionales en otras regiones del mundo (Geo parque Mundial del Ecuador, 2019).

Imbabura cuenta con 6 cantones y 36 parroquias rurales. Otavalo es el cantón de mayor confluencia turística, tanto nacional como internacional, debido a la presencia del pueblo kichwa Otavalo y la presencia de atractivos reconocidos a nivel local, nacional e internacional, entre ellos se puede mencionar atractivos turísticos naturales y culturales como: la cascada de Peguche, el Lago San Pablo, el parque acuático de Araque, parque del Cóndor, el monasterio de Cusín, la hacienda Cusín, entre otros. El turismo está considerado como un pilar fundamental dentro de los ingresos económicos locales y regionales (Lisiardi, 2013).

A pesar de que el turismo constituya una actividad económica importante para la provincia de Imbabura, los avances no son del todo significativos, lo que da cuenta de la necesidad de impulsar acciones que

tengan mayor fuerza para el desarrollo. Refiriéndose a la parroquia de San Pablo del Lago, motivo de este trabajo de investigación, se identifican algunos problemas socio económicos, como son niveles considerables de desempleo, e inestabilidad económica de las familias, dando lugar a la migración forzada, por no contar con las suficientes plazas de trabajo local.

El cantón Otavalo, cuenta con una importante actividad comercial, que son la elaboración de artesanías tradicionales, especialmente en tela, que son exhibidas en la famosa Plaza de Ponchos, la cual ha logrado posesionarse a nivel nacional e internacional en las últimas décadas, dando lugar a la oferta de productos manufacturados por los pobladores de provincia especialmente del sector rural (Aviles, 2021).

Es importante mencionar que Otavalo es llamada la “Capital Intercultural del Ecuador”; la afluencia de turistas nacionales y extranjeros en el cantón mantiene como una ciudad de paso para los turistas ya que se realiza turismo de compra; por lo que se convierte en un lugar de travesía para cubrir las rutas del resto de la provincia de Imbabura, en donde existe también la actividad de compras. (Telégrafo, 2022)

La Plaza de los Ponchos es el mercado artesanal más grande de Latinoamérica donde tenemos la visita de turistas nacionales e internacionales todos los días del año. Sin embargo, los meses de verano son especiales debido al clima, a la temporada de vacaciones y el ambiente festivo (Alcaldía de Otavalo, 2021)

Como datos importantes tenemos que mencionar que los ponchos son emblemáticos dentro de la cultura indígena, la artesanía, y su cultura del indígena otavaleño es reconocida a nivel del mundial, la elaboración de un poncho tiene un aproximado de un mes.

En lo que se refiere a San Pablo del Lago; debemos indicar que, cuenta con atractivos e infraestructura turística muy importante, entre los atractivos

debemos mencionar el Lago San Pablo, el volcán Imbabura, la laguna de Cubilche, la Rinconada, entre otros.

El lago San Pablo según (Aviles, 2021) ,es uno de los más grandes del Ecuador, y por su belleza y la de los paisajes que lo rodean se ha convertido en un importante centro de atracción turística, pues cada año se realizan en él variadas competencias náuticas El lago tiene una dimensión de 3.5 km de largo por 2.2km de ancho, y es alimentado por un pequeño río llamado Itambí.

La Parroquia San Pablo de Lago, se remonta hasta los años 1570, en la cual según el sacerdote Antonio Borja fue fundada como pueblo mediante Reducción Eclesiástica ordenada por el Obispo Alonso de la Peña, el 29 de junio de 1576. Otra versión menciona que San Pablo fue fundado el 30 de agosto de 1806.



Lago San Pablo

Figura 1 Cruce del Lago San Pablo (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

Es en 2002 que una nueva generación inyecta su energía. Tania Drewniok Merino se pone el mando del proyecto iniciado por sus padres y amplía la visión a no sólo ver y disfrutar de un bello paisaje sino a vivirlo; con ella llega la Marina, para hacer uso de este lugar como un sitio único en la Sierra para realizar deportes acuáticos.

Como dato histórico tenemos 2 grandes referentes de turismo dentro de la Parroquia San Pablo del Lago, la hacienda Cusín, y las Cabañas del Lago; estas últimas han dado inicio a sus operaciones en los años 70, impulsado por Martha Merino y Reamolde Drewniok, quienes, refiriéndose a la primera cabaña construida, mencionan: “fue así como -poco a poco- esa primera cabaña se fue transformando a lo largo de los años en una hostería Cabañas del Lago abrió sus puertas en 1975” (Cabañas del Lago, 2021).

Las cabañas del lago es una empresa posicionada en el sector que acoge a turistas de nivel nacional e internacional, el marketing y las campañas publicitarias los maneja por los diferentes medios de comunicación como son redes sociales, difusión de radio y televisión, razón por la cual hace que sea un lugar de preferencia en la zona (Cabañas del Lago, 2021) .

Dentro de los factores que influyen los costos en el turismo es la oferta, la demanda, y la competencia, de ahí que cada empresa turística maneja sus paquetes turísticos de acuerdo a sus factores particulares, la cabaña del lago en sus servicios maneja costos muy elevados para el turista local.

Los servicios con los que cuenta son: Bañera de hidromasaje privada cubierta, Entretenimiento - Smart TV de 32 pulgadas (Televisión por cable), internet – Wifi, entre otros.

La hacienda Cusín, con más de 400 años de antigüedad y ubicada a solo 90 minutos de Quito, nuestra hacienda restaurada goza de una ubicación ideal para explorar los mercados de Otavalo, así como la naturaleza y cultura increíblemente diversas de la provincia de Imbabura (*Hacienda Cusin*, 2020).

El enfoque de turismo, huéspedes que maneja la hacienda Cusín es de nivel de internacional, razón por la cual los costos para el turista nacional son elevados.

Las tarifas incluyen el 12% de servicios y el 10% de recargo por impuestos de servicio. Es una edificación andina, con habitaciones rusticas y sus colchas son tejidas a mano con decoraciones antiguas y los costos del hospedaje de una oscilan entre los 100\$ a 120\$ dólares americanos.

Las comunidades de San Pablo del Lago no están aprovechando los espacios para consolidar actividad turística, y solo se ha dedicado a recibir turistas de paso los mismos que llegan por la gastronomía, artesanías, bordados a mano en la ruta de San Pablo del Lago – Zuleta (Hacienda Zuleta, 2016).

Se ha creado también, el parque de recreación parque acuático de San Pablo ubicado en el barrio Araque siendo un atractivo turístico para la venta de artesanías, actividades turísticas, deportivas y distracción familiar; la infraestructura turística (hospedaje) está en manos de la empresa privada, razón por la cual la comunidad no se cuenta con un beneficio.

El lago San Pablo, está ubicado a una altitud de 2.700 metros sobre el nivel del mar. tienen un área de 3,5 x 2,2 km que cubren alrededor de 583 hectáreas y una profundidad aproximada de 83 m (Naveda Gaibor, 2020).

La tendencia turística en la provincia de Imbabura es activa en particular en el Lago San Pablo, y sus parroquias aledañas, gracias a sus atractivos turísticos se ha te tenido impactos positivos y negativos. Por una parte, hay ingresos económicos, y en otras partes afectaciones de ámbito cultural, natural y medio ambiente.

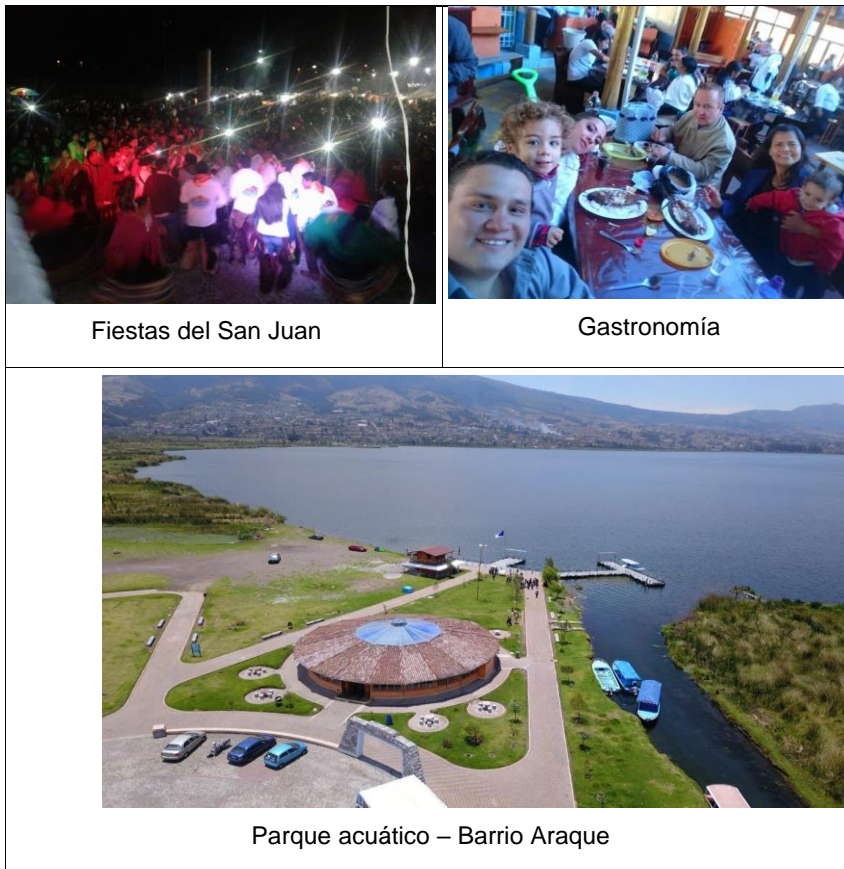


Figura 2 Zona turística parque acuático (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

El lago está rodeado de hosterías, fincas y restaurantes donde puede pasar uno o un par de días de puro entretenimiento y diversión. Puede también contratar los servicios de una barca que lo llevará alrededor del lago.

El turismo en la zona de San Pablo, se está fortaleciendo de manera muy activa, como también las comunidades que aportan y son participes con el turismo comunitario, han incrementado paraderos de comida típica de la

zona y con su cultura, para el turista nacional y extranjero la zona cuenta con varias líneas de buses que recorren las orillas del lago.



Figura 3 Líneas de Transporte (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

1.2. Planteamiento del problema

La presente investigación se denomina ***“Impacto Económico del Turismo en las Comunidades de la Parroquia San Pablo del Lago”*** debido a que se evidencia que existen algunas causas que afectan al turismo en las comunidades de San Pablo del Lago, una de ellas, y la principal es el escaso apoyo para las autoridades, y organismos especializados en el tema, dando lugar a los pequeños emprendimientos en las comunidades.

La provincia de Imbabura viene desarrollando diversas actividades turísticas que son el sustento económico de la población. Por estar en una posición privilegiada geográficamente, cuenta con pisos climáticos variados. Por esta razón es que se ha convertido en uno de los lugares más visitados dentro de la provincia (Prefectura de Imbabura, 2021).

El turismo se ha convertido en una actividad económica prioritaria para muchos países del mundo. En la actualidad, según los estudios realizados sobre temas de turismo, la provincia evidencia un alto nivel de ingresos

provenientes de visitantes nacionales y extranjeros, que mueven cadenas de producción para satisfacer la demanda turística.

Por consiguiente, esto no ha permitido que se defina un plan de manejo turístico técnicamente diseñado lo que a su vez ha traído como consecuencia el bajo desarrollo de la actividad, lo que conlleva a una escasa o nula promoción turística y por ende a una escasa afluencia de parte de los turistas debido a que no cuentan con suficiente información ni con una guía técnica para poder optar por otras alternativas que no sean los de la zona urbana de Otavalo lo que no ha permitido el desarrollo turístico en las parroquias del cantón y especialmente en San Pablo del Lago.

En los últimos años, San Pablo del Lago se ha venido desarrollando turísticamente, aprovechando los atractivos turísticos existentes no aprovechados, debido también al desarrollo e incremento de actividad turística en la parroquia no se han interesado los dirigentes y las personas para realizar la actividad turística en las comunidades y la parroquia, tal es así que el Parque Acuático de la comunidad de Araque aprovecha el recurso para fomentar la economía en las familias del lugar, además se cuenta con una gran infraestructura hotelera la misma que a su vez se ha mejorado e incrementado, lo que facilita el desarrollo de esta actividad pues se cuenta con los elementos adecuados para la misma.

En el presente trabajo de investigación se plantea la necesidad de contar con una línea base turística, en la que se comprobará en primer lugar, las principales actividades turísticas existentes en la parroquia; así como también se determinará el impacto económico, social y cultural del desarrollo de dicha actividad para las comunidades de San Pablo del Lago.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto económico que genera el desarrollo turístico en la población de San Pablo del Lago?

1.4 Objeto de estudio

Impacto económico del turismo en la población de las comunidades de San Pablo del Lago.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Evaluar el impacto económico que generan los establecimientos turísticos de la parroquia de San Pablo de Lago para establecer una propuesta de mejoramiento en la economía turística de la parroquia.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los actores del desarrollo económico de la parroquia San Pablo del Lago.
- Determinar el perfil de los visitantes que aportan al desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago.
- Definir el impacto económico que generan las empresas y emprendimientos turísticos de las comunidades de la parroquia.
- Establecer estrategias para el mejoramiento del desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago.

1.6 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la situación actual de los actores del desarrollo económico de la parroquia San Pablo del Lago?
- ¿Cuál es el perfil de los visitantes que aportan al desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago?
- ¿Es importante determinar el impacto económico que generan las empresas y emprendimientos turísticos de las comunidades de la parroquia?
- ¿Para qué se deben establecer estrategias para el mejoramiento del desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago?

1.7 Justificación

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el impacto económico que generan los establecimientos y empresas turísticas de la parroquia de San Pablo de Lago. El trabajo de investigación se la realizo con el objetivo de apoyar el desarrollo técnico y socioeconómico del turismo, tomado en cuenta el incremento de la actividad turística dentro de la región norte del país, debido a que nuestra provincia ha sido declarada geo parque mundial esto compromete a todos los sectores sociales y económicos a mejorar la imagen y la calidad de los servicios con los que debe contar la provincia y la región con el objeto de apoyar a dinamizar el turismo y a través del mismo la economía de los actores sociales involucrados en la actividad.

Con este conocimiento se llegará a plantear alternativas de mejoras en todos los aspectos de la actividad con el objetivo de hacerla mucho más viable y a su vez rentable y sostenible y sustentable.

Para poder alcanzar estos objetivos debimos realizar algunas actividades entre las que se anota el diagnostico socioeconómico de la situación actual de los actores directos del turismo para de esta manera determinar cuál es el perfil de estos y cuál es su estrategia para mejorar su oferta turística.

Para el planteamiento de las propuestas fue necesario determinar el perfil de los visitantes que se recibía y de acuerdo a eso plantear alternativas para adaptar a la economía de los mismos sin dejar de lograr réditos para los prestadores de servicios de turismo.

Con todos estos elementos se realizó el análisis del impacto económico que generan las empresas de turismo dentro de la economía de la parroquia el mismo que determinara el aporte que brinda esta actividad al desarrollo de esta en todos los aspectos y principalmente en el económico.

Con todos estos elementos investigados y analizados técnicamente permitió plantear estrategias que apoyen a un desarrollo armónico de la actividad turística y a su vez las mejoras que deben realizarse dentro de la misma, así como también para el trabajo que deben desarrollar los operadores turísticos para alcanzar la eficiencia económica.

Cabe anotar que el impacto económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios. Es decir, los primeros son consecuencia directa de la actividad turística, por cuanto los gastos de los visitantes se convierten en ingresos de los comercios, estos a su vez, se emplean para financiar la actividad (sueldos y salarios), rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo.

La dificultad, o limitación en el desarrollo de la presente investigación, constituyó la escasa información primaria y secundaria que existe referente al tema en la parroquia, cantón y la provincia. Esta situación se presume se da debido al poco interés por parte de los entes encargados en apoyar dicha actividad. Igualmente, se debe señalar que, los pobladores de San Pablo no ven al turismo como una alternativa acertada en el dinamismo y la creación de fuentes de trabajo tanto locales como para el sector de la provincia de Imbabura y del país en general.

1.8 Descripción del área de estudio

San Pablo del Lago se ubica al norte de Quito a 90 Km. de distancia y a 2670 m. de altura, al sur oriente de la ciudad de Otavalo. Su población es de 13.000 habitantes, en su entorno se encuentran las comunidades de: Araque, Gualabí, Cochaloma, Casco Valenzuela, El Topo, Ugsha, Lomakunga y Abatag.

San Pablo está situado en la hoya central occidental del Chota, entre los nudos de Boliche al Norte y el Mojanda Cajas al Sur. La cadena volcánica de Mojanda- Cusín y el grupo volcánico de Imbabura son los factores de relieve

más importantes de la zona, San Pablo del Lago está situado a una altura de 2.697 m.s.n.m., su temperatura oscila entre los 12°C. Y los 19°Cy un promedio de 15, 5°C.

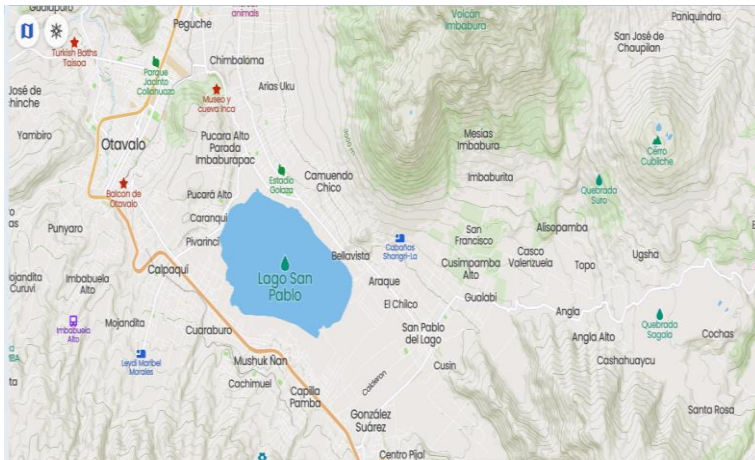


Figura 4 Mapa del Lago San Pablo (2021)

Fuente: (Lago San Pablo - Mapa, 2021)

La parroquia, se creó el 29 de mayo de 1.861 mediante ordenanza Municipal. La población de acuerdo al último censo del año 2.010 es de 9.901 habitantes y representa el 9,44% de la población total del cantón de Otavalo.

Las principales actividades económicas a las que se dedica la población es la agricultura, ganadería (30,7% de la población económicamente activa), la construcción (13,1%), la enseñanza (11,2%) los tejidos y bordados (7,1%) así como el comercio (7%) como los más relevantes.

Entre los principales productos se puede identificar el maíz que ocupa el 35%, frutilla 20%, uvilla 19%, quinua que ocupa el 15% de la superficie de área cultivada, mientras que el chocho el 11%.

La parroquia cuenta con todos los servicios básicos, como una buena infraestructura educativa, y centro de salud, poseedora de una riqueza cultural intangible como las festividades del Inti Raymi, fiesta a la virgen de agua santa.

Posee una red vial que conecta a la parroquia con las comunidades y entre las comunidades.

Las comunidades aledañas a la parroquia de san pablo del lago tienen el servicio de transporte de movilidad humana como son: las cooperativas los lagos, Otavalo, al igual que camionetas y taxis.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Desarrollo turístico en el Ecuador

Para el Ecuador, el turismo constituye uno de los rubros de generación de divisas, de empleo y de redistribución de la riqueza integradora y complementaria con múltiples actividades, debido a que por cada empleo directo que se genera en turismo, se crea entre 6 y 3 puestos de empleo indirecto (Santamaría-Freire, E , López-Pérez, S., 2019).

El turismo es un pilar importante dentro de la economía del Ecuador. El sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Alcívar, 2018).

En el escenario económico actual, el turismo emerge como una de las actividades más dinámicas del capitalismo global. Su importancia se aprecia en la aportación a la generación de riqueza, según la Organización Mundial del Turismo. En este contexto, el capital trasnacional ha penetrado con gran fuerza en la actividad turística, sin embargo, los efectos resultantes en términos de sostenibilidad no han sido favorables (Loor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez Pérez, M, 2018).

Ecuador no ha escapado de esta dinámica, aun cuando el propio Ministerio del Turismo establece la armonía necesaria entre esta actividad económica y el desarrollo sostenible. Por tanto, el trabajo que se presenta tiene como objetivo analizar la dinámica existente entre el turismo consciente y el turismo tradicional, en el modelo de desarrollo ecuatoriano.

Como resultados principales se analiza la consolidación del capital transnacional turístico en el Ecuador, y se expone el caso específico de la cadena hotelera Royal Decamerón, desde el paradigma del desarrollo

sostenible, en el contexto del nuevo modelo económico, referido en la Constitución de 2008 de Ecuador.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que es generado por el desplazamiento de personas de un lugar a otro, durante un período de tiempo inferior a un año, De acuerdo a la OMT¹.

2.2 Impacto económico

Con origen etimológico en el vocablo latino impactus, impacto es un concepto que refiere a un golpe, ya sea físico o simbólico. Lo económico, por su parte, es aquello vinculado a la economía: la ciencia centrada en el análisis de la distribución de los recursos para la satisfacción de las necesidades materiales del ser humano.

La idea de impacto económico, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.

2.3 Impactos económicos positivos del turismo

2.3.1 El Turismo como generador de ingresos

La actividad turística, como es de suponer, genera ingresos monetarios para gobiernos, empresarios y comunidades receptoras en distintas partes del mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), a nivel global los ingresos por turismo significaron en el 2016 unos US\$ 1.220.000, distribuidos mayormente entre América del Norte, Europa, el Sudeste Asiático y Oceanía. El turismo ocupa de esta forma el tercer puesto como categoría de exportación a nivel mundial, detrás de los combustibles y productos químicos, aunque por delante de los productos alimenticios (OMT, 2021)

¹ OMT: Organización Mundial del Turismo.

Ahora bien, los ingresos producidos por el turismo no sólo tienen en cuenta al turismo receptor, sino que también hay que considerar al turismo interno, es decir, el realizado por residentes de un país dentro de las propias fronteras nacionales. De esta forma, el gasto de los visitantes se transforma en un incremento de los ingresos de la economía receptora, a través del consumo turístico interior y la mejor forma de cuantificar este efecto es a través de una Cuenta Satélite del Turismo.

Los indicadores más importantes que se pueden obtener son el valor agregado generado por las actividades características del turismo, producto Interno Bruto Turístico, que, a diferencia del anterior, incluye el valor agregado generado en respuesta al consumo turístico interior en todas las actividades económicas vinculadas con la actividad, y la demanda turística total, que es la suma6toria del consumo turístico interior, la inversión y el consumo colectivo - gasto público (Gómez, 1990)).

2.3.2 La generación de divisas

Este efecto se origina exclusivamente en el turismo internacional, y en principio, se refiere el ingreso de moneda extranjera para el país receptor, producto de los gastos de turistas no residentes. Si bien es un caso particular del efecto de generación de ingresos, su estudio como un efecto particular se vincula con la importancia que tiene para los países en desarrollo captar divisas que permitan financiar el déficit de la Balanza Comercial (exportaciones menos importaciones) y los intereses de la deuda externa.

Miguel Acerenza (1997) en su escrito denominado Conceptualización origen y evolución del turismo al describir este impacto, menciona tres indicadores: "contribución del turismo a la cobertura de las importaciones, contribución a la cobertura de la deuda externa, e importancia del turismo en el sector exportador" (Acerenza, 1997).

Efectivamente, en el marco de considerar al turismo como estrategia de desarrollo nacional, la generación de divisas era percibida como el principal beneficio que podía aportar el turismo receptivo, dado el carácter de exportación invisible que tienen los gastos de los turistas no residentes en el país.

El contenido de bienes importados de estos consumos, pronto se analizó como una de las principales disminuciones o fugas de este efecto positivo. La Balanza de Pagos, es el instrumento de la Contabilidad Nacional que registra las transacciones económicas entre los residentes de un país y los no residentes. El impacto del turismo en la Balanza de Pagos tiene importancia no sólo por los ingresos de divisas sino también por los egresos, aunque también en este aspecto se presentan dificultades metodológicas para su estimación. La Balanza Turística o cuenta externa del turismo es una metodología adicional, que tiene por objetivo identificar y reagrupar los datos del turismo internacional referidos al movimiento de divisas (Vellas, 2004).

2.3.3 El empleo en el sector turístico

Según la OMT, 1 de cada 10 puestos de trabajo a nivel mundial pertenecen al sector turístico, y este dato es elocuente para afirmar la importancia de este impacto.

En tanto, Mathieson y Wall (1990), en un texto clásico sobre impactos, "Turismo Repercusiones económicas, físicas y sociales", existe una relación causal entre el ingreso generado por el turismo y el empleo, pero aclaran que no son necesariamente de igual magnitud. En general, el turismo es una actividad intensiva en mano de obra, y esto significa que, en comparación con otras actividades, genera más empleo por unidad de inversión (Mathieson, S y Wall, G, 1990).

Se puede encontrar con la diversidad de actividades involucradas en el turismo y esto repercute en las dificultades metodológicas que surgen para

cuantificar los impactos y también en la heterogeneidad de situaciones al interior de las categorías.

En consecuencia, las mediciones varían en el tiempo y existen marcadas diferencias entre sectores, como, por ejemplo, hotelería y gastronomía. Pero no es correcto suponer que, si el turismo aporta un 1% al PBI, genera el 1% de los empleos de esa economía. Según la CST de España (2014) el turismo aporta el 10,9% del PBI español, mientras que el aporte al empleo según la Encuesta de Población Activa (EPA) era en el 2015 del 13% (Mathieson, S y Wall, G, 1990).

Sobre las categorías más utilizadas son empleo directo, indirecto e inducido, aunque es interesante observar que no siempre tienen el mismo contenido.

2.3.4 Empleo directo

Es el generado en las Actividades Características del Turismo.

2.3.4.1 Empleo indirecto

Generado en actividades conexas no incluidas en la categoría anterior (ACT) pero que también prestan servicios a los turistas y, por lo tanto, tienen contacto con los visitantes. El caso más representativo es el comercio.

2.3.4.2 Empleo inducido

Generado en actividades que no tienen contacto con los turistas, pero que forman parte de la cadena productiva. Por ejemplo, los empleos generados en el sector agropecuario, la industria, la construcción, etc. (Vellas, 2004)

2.3.5 Ingresos del Turismo para el sector público

Los ingresos producidos tanto por el turismo receptor como por el turismo interno, repercuten en las economías nacionales debido a las ganancias que generan para el sector privado, los salarios pagados a los

residentes a causa del empleo en el sector o bien por los recursos que pueden reportar para el sector público. En este último caso, la recaudación fiscal es uno de los mecanismos tradicionales que poseen los gobiernos para financiarse. Uno de los principales recursos del que dispone el sector público son los denominados tributarios. Entre ellos, quizás los más conocidos son los impuestos, los cuales son aportes de naturaleza pecuniaria generados por una obligación establecida por el Estado sobre cada contribuyente, con el objetivo de financiar gastos públicos para la comunidad en su conjunto (Pastor, 2015).

La actividad turística significa para muchos gobiernos alrededor del mundo una buena fuente de ingresos. La política tributaria en materia turística persigue los siguientes fines:

Fines recaudatorios: En este sentido, la presión fiscal en el turismo mediante impuestos para recaudar fondos está sustentada por motivos económicos. La administración pública grava las actividades turísticas para obtener recursos.

Cubrir sobrecostes: Los impuestos turísticos pueden servir para cubrir aquellos sobrecostes originados por los turistas en la provisión de determinados bienes y servicios públicos como seguridad y saneamiento. En este caso, si no existiera el tributo, probablemente la población residente (Pastor, 2015).

2.3.5.1 Inversiones turísticas

Seguramente, la elección de un determinado destino por parte de un individuo para disfrutar de sus vacaciones se verá influida por los atractivos que ese lugar posea. Para que un determinado recurso pueda ser objeto de visita, se requieren de una serie de transformaciones e inversiones sobre el mismo. Una inversión puede ser definida como “el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicio y generar una utilidad” (Mirabet, 2017).

2.3.5.2 El impacto del Turismo sobre los precios

Como se explicó al principio de este artículo, la actividad turística produce una serie de impactos que, entre otras cosas, se trasladan a los precios de distintos bienes y servicios.

Según explica Bote Gómez (1990) puede existir un incremento de los precios turísticos por dos causas fundamentales:

- Exceso de demanda (inflación de demanda)
- Aumento de los costos de producción (inflación por costos) (Gómez, 1990)

El primer caso se relaciona directamente con el carácter estacional de la demanda.

Durante las épocas de mayor concentración de visitantes puede existir un aumento de los precios debido a la imposibilidad de la oferta para hacer frente a la totalidad de la demanda. Por otro lado, resulta posible que en los momentos de mayor afluencia se incrementen los precios de los factores productivos o las cargas impositivas para los empresarios. Estos incrementos en los costos son trasladados al precio final del producto o servicio que el turista consume.

Es así, que (Gómez, 1990) explica que la inflación que el turismo puede generar es, en general, de carácter local, moderada y limitada a un periodo de tiempo específico; sin embargo, puede adquirir una importancia mayor en el caso de que el turismo tenga un peso significativo en la estructura económica a nivel nacional (Gómez, 1990).

2.3.5.3 Los efectos de la estacionalidad

En un estudio de Variabilidad estacional del mercado turístico de Andalucía, se menciona que: la estacionalidad es una de las características más distintivas del turismo (López Bonilla J. & López Bonilla L., 2007).

Entendiéndose que se refiere a un desbalance temporal del fenómeno turístico que puede ser expresado en función de una serie de variables como: el número de visitantes, el gasto, el tráfico en las carreteras y otros medios de transporte, el empleo y la concurrencia a las atracciones.

La estacionalidad puede ocasionar diversas dificultades:

- Problemas para el acceso al capital
- Imposibilidad de retener o contratar personal de forma permanente
- Bajos niveles de rentabilidad
- Sobreutilización de las instalaciones
- Sub utilización de las instalaciones (López Bonilla J. & López Bonilla L., 2007)

Teniendo en cuenta esto, tanto el sector público como el privado tienden a buscar soluciones para evitar la concentración de la demanda en un periodo determinado. Es en este respecto en el que desde la planificación turística orientada a diversificar los productos se pueden lograr buenos resultados.

2.3.5.4 La dependencia estructural del turismo

Tal y como plantean Mathieson y Wall (1982), existen casos en los que las economías de determinados territorios dependen excesivamente del turismo. Se puede llegar a estas circunstancias cuando la estructura económica se desarrolla exclusivamente en base a satisfacer la demanda turística. Estos territorios, al no desarrollar otras actividades económicas tienden a quedar expuestos ante las variaciones de la demanda (Mathieson, S y Wall, G, 1990).

Existen diversos sucesos que pueden modificar drásticamente la orientación de los flujos de visitantes como la expansión de algún tipo de epidemia (gripe A o fiebre amarilla), un desastre natural que afecte los principales recursos (inundación o huracanes) o un simple cambio de modas.

Estas y otras circunstancias de igual carácter generan una interrupción de los beneficios provenientes del turismo y pueden desencadenar crisis económicas y desequilibrios sociales.

Por este motivo resulta benéfico que la estructura productiva se encuentre lo suficientemente diversificada que sea posible encontrar nuevas fuentes de riqueza en caso de que algún evento no planificado ocurra. Aquellos países en los que el turismo contribuye de manera más notoria en el PBI generando la mayor parte del empleo, exportaciones e inversiones, pueden considerarse como los más dependientes. En este sentido resulta oportuno remarcar que, en general, se trata de territorios con bajos niveles de desarrollo en los que resulta dificultoso encauzar actividades económicas alternativas (Gardey, 2012).

2.4 Evaluación del impacto económico

Precisamente por esta razón es tan importante evaluar el potencial impacto económico de un proyecto antes de ponerlo en marcha. Este concepto se relaciona con el de impacto social, que es la consecuencia que produce una acción dada en una comunidad. Si bien los planos en los que repercuten directamente cada uno de ellos son diferentes, están íntimamente ligados: un despido provoca la ausencia de ingresos económicos y muchas veces también la pérdida de confianza en uno mismo.

El efecto dominó que puede tener un movimiento en el ámbito empresarial es realmente peligroso. Durante el proceso de planeamiento, por lo tanto, debemos hacernos preguntas acerca de las consecuencias positivas y negativas que podemos causar en cada individuo, en la comunidad y, dependiendo de la magnitud de la empresa, a nivel nacional o internacional. ¿Generaremos nuevos puestos de trabajo? ¿Atentaremos contra la continuidad de otra empresa? ¿Tenemos el capital suficiente para hacer frente a la primera etapa del negocio?

2.4.1 El Impacto Turístico

El Turismo tiene un papel primordial en la economía global, aunque también afecta de manera desfavorable la dimensión ambiental y social. A continuación, el impacto de cada una de los aspectos antes mencionados.

- Mayores ingresos, ya que los centros turísticos suelen pagar precios más altos que el promedio nacional.
- En los países en desarrollo, los trabajos en turismo también significan educación adicional, ya que generalmente se requiere un idioma extranjero y se necesitan otras habilidades.
- Mejora en servicios públicos. Dado que los turistas están acostumbrados a la comodidad, a la expectativa y a la demanda, el desarrollo de infraestructura como el tráfico, el transporte público, las comunicaciones, el agua, las aguas residuales y la electricidad se ve influido positivamente en los países visitantes. Estos solo pueden financiarse con fondos del turismo, pero también son de gran importancia para otros sectores económicos (por ejemplo, rutas de transporte como aeropuertos, carreteras, instalaciones de comunicación).
- El turista es un usuario final típico, es decir, el dinero que gasta permanece en el lugar, en el país que visita.
- El turismo internacional es una fuente importante de divisas. Como resultado, estos países también pueden comprar en el extranjero nuevamente. Es especialmente importante para los países en desarrollo.
- Como los visitantes pueden disfrutar de las cosas que han llegado a conocer en vacaciones, esto puede generar exportaciones.
- Se impulsa la economía local, por ejemplo, comprando alojamientos de hoteles a proveedores locales (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)

- No todos los efectos económicos del turismo son positivos para los países visitantes:
- Los países en desarrollo con una alta dependencia del turismo tienen monocultivos peligrosos, es decir, cuando el turismo disminuye, vuelve a la economía nacional.
- Los turistas quieren la misma comodidad que en casa. Muchos productos tienen que importarse, por lo que la moneda extranjera que el turista trae al país sale de este. Sin embargo, esto no solo es negativo, ya que dará como resultado un volumen de compra mínimo para que los productos extranjeros se puedan ofrecer a un precio asequible para parte de la población nacional.
- Las grandes inversiones, como los hoteles, a menudo solo pueden ser realizadas por inversores extranjeros. Estos inversores no dejan que las ganancias que se logran se queden en el país. Esto significa que el dinero ganado en turismo en parte no permanece en el país.
- Los inversores exigen que el gobierno proporcione la infraestructura (tráfico, comunicación). Esto le cuesta dinero a los países, que no ganan al invertir nuevamente.
- Los inversores requieren exenciones de impuestos antes de invertir, es decir. El gobierno pierde los ingresos fiscales que necesita para otras tareas. (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)

Dentro de esta política los gobiernos acuerdan la protección de áreas verdes, resguardándolas como zonas protegidas, que incluyen el cuidado y protección del agua, flora y fauna de dichas regiones; estas serán inmunes a cualquier efecto turístico que ocasione un daño o perjudique el desarrollo de las mismas.

Tiene como objetivo primordial el apoyo e impulso de empleos bien remunerados en zonas de alto nivel turístico de algún país; estos empleos son de carácter temporal durante las temporadas de apogeo turístico y en

algunos lugares donde el turismo es la actividad principal el gobierno impulsa la contratación por largas temporadas; esto con la finalidad de luchar contra el desempleo y la pobreza social.

El desarrollo de la actividad turística tiene consecuencias sobre el entorno – destino, ciudad, región, etc. en que se desarrolla; no es, pues, una actividad neutral. Denominamos impactos a estas consecuencias, y pueden ser positivos y negativos.

Impacto psicológico en el turismo, catalogada como una dirección fundamentalmente nueva del turismo, tiene su popularidad, debido a que las personas de zona urbana constantemente viven en un estado de stress por el veloz crecimiento de la ciudad. (CEUPE, 2022).

El escándalo, el ruido, la falta de oportunidades para descansar y el apuro constante tienen un impacto negativo en el estado físico y emocional de una persona. Como salida de esta situación, los operadores turísticos han desarrollado el turismo psicológico. El turismo psicológico le permite restaurar el estado psicológico de una persona, que durante una parte importante del día está rodeado de problemas y tareas rutinarias. Tales vacaciones son necesarias para aquellos que están comprometidos con el desarrollo y la mejora continua. Es una gran oportunidad para liberar el potencial interno del cliente y prepararlo para acciones positivas.

Cabe señalar que, además del estrés físico y mental, el sistema nervioso humano está sujeto al agotamiento emocional. Las experiencias negativas, como la ira, el miedo o el mal humor disminuyen la capacidad de trabajo, privándolo de la fuerza y la tranquilidad. Las nuevas emociones e impresiones recibidas del viaje ayudarán al cliente a dirigir su vida por un camino más armonioso. Si los turistas al mismo tiempo recibieran un curso de habilidades psicológicas, al final del recorrido podrían observar cambios positivos en sí mismos.

2.4.2 Efecto económico

El impacto económico está asociado al efecto de una medida o decisión sobre la economía.

Supongamos que un gobierno anuncia un incremento masivo de los impuestos y de las tarifas de los servicios públicos. Esta decisión tiene un impacto económico en la población ya que las personas deberán destinar un porcentaje mayor de sus ingresos para cumplir con sus obligaciones ante el Estado y para cubrir sus necesidades básicas. Esto, a su vez, hará que tengan menos dinero disponible para otros gastos: es decir, contratarán menos servicios y comprarán menos productos. La actividad económica de la nación, de este modo, sufrirá una contracción. En definitiva, el impacto económico del anuncio gubernamental es evidente (Agüera, Francisco Orgaz, 2014).

2.4.3 Efectos positivos y negativos

Para graficar lo expuesto en el párrafo anterior pensemos en la siguiente situación hipotética: una persona decide emprender por su cuenta el desarrollo de una aplicación informática con el objetivo de comercializarla; su lanzamiento es todo un éxito y por lo tanto decide seguir adelante con nuevos proyectos, pero esta vez con la colaboración de otro experto. El impacto económico de este proyecto pequeño, por lo tanto, alcanzó la vida del otro profesional, ya que le proporcionó la oportunidad de conseguir un puesto de trabajo. (Bravo, O., & Zambrano, P., 2018)

El caso opuesto también genera un impacto económico, aunque sea negativo: no es necesario pensar en la quiebra de una gran compañía de presencia internacional para ejemplificar este fenómeno, ya que basta con que una actividad o una decisión generen un efecto en la economía de un individuo.

2.5 Evaluación del impacto económico

Precisamente por esta razón es tan importante evaluar el potencial impacto económico de un proyecto antes de ponerlo en marcha. Este concepto se relaciona con el de impacto social, que es la consecuencia que produce una acción dada en una comunidad. Si bien los planos en los que repercuten directamente cada uno de ellos son diferentes, están íntimamente ligados: un despido provoca la ausencia de ingresos económicos y muchas veces también la pérdida de confianza en uno mismo. (ESPE, 2022)

El efecto dominó que puede tener un movimiento en el ámbito empresarial es realmente peligroso. Durante el proceso de planeamiento, por lo tanto, debemos hacernos preguntas acerca de las consecuencias positivas y negativas que podemos causar en cada individuo, en la comunidad y, dependiendo de la magnitud de la empresa, a nivel nacional o internacional. ¿Generaremos nuevos puestos de trabajo? ¿Atentaremos contra la continuidad de otra empresa? ¿Tenemos el capital suficiente para hacer frente a la primera etapa del negocio?

2.6 El impacto turístico en la dimensión económica, ambiental y social

El Turismo es una actividad estratégica de gran importancia, que tiene un impacto tanto positivo como negativo en tres distintos aspectos: económico, ambiental y sociológico.

2.7 El Impacto Turístico

El Turismo tiene un papel primordial en la economía global, aunque también afecta de manera desfavorable la dimensión ambiental y social.) se comparte el impacto de cada una de los aspectos antes mencionados.

2.7.1 Impacto económico del turismo

Como ya se mencionó el turismo es un factor económico significativo, lo que denota en detalle:

- Suscita numerosos empleos en hoteles, restaurantes, guías turísticas y área de servicio en general.
- Negocios de Baja Inversión, es decir, incluso las pequeñas empresas o individuos no capitalizados pueden crear empleo.
- Mayores ingresos, ya que los centros turísticos suelen pagar precios más altos que el promedio nacional.
- En los países en desarrollo, los trabajos en turismo también significan educación adicional, ya que generalmente se requiere un idioma extranjero y se necesitan otras habilidades.
- Mejora en servicios públicos, dado que los turistas están acostumbrados a la comodidad, a la expectativa y a la demanda, el desarrollo de infraestructura como el tráfico, el transporte público, las comunicaciones, el agua, las aguas residuales y la electricidad se ve influido positivamente en los países visitantes; estos solo pueden financiarse con fondos del turismo, pero también son de gran importancia para otros sectores económicos (por ejemplo, rutas de transporte como aeropuertos, carreteras, instalaciones de comunicación).
- El turista es un usuario final típico, es decir, el dinero que gasta permanece en el lugar, en el país que visita.
- El turismo internacional es una fuente importante de divisas. Como resultado, estos países también pueden comprar en el extranjero nuevamente. Es especialmente importante para los países en desarrollo.
- Como los visitantes pueden disfrutar de las cosas que han llegado a conocer en vacaciones, esto puede generar exportaciones.
- Se impulsa la economía local, por ejemplo, comprando alojamientos de hoteles a proveedores locales.

- No todos los efectos económicos del turismo son positivos para los países visitantes
- Los países en desarrollo con una alta dependencia del turismo tienen monocultivos peligrosos, es decir, cuando el turismo disminuye, vuelve a la economía nacional.
- Los turistas quieren la misma comodidad que en casa. Muchos productos tienen que importarse, por lo que la moneda extranjera que el turista trae al país sale de este. Sin embargo, esto no solo es negativo, ya que dará como resultado un volumen de compra mínimo para que los productos extranjeros se puedan ofrecer a un precio asequible para parte de la población nacional.
- Las grandes inversiones, como los hoteles, a menudo solo pueden ser realizadas por inversores extranjeros. Estos inversores no dejan que las ganancias que se logran se queden en el país. Esto significa que el dinero ganado en turismo en parte no permanece en el país.
- Los inversores exigen que el gobierno proporcione la infraestructura (tráfico, comunicación). Esto le cuesta dinero a los países, que no ganan al invertir nuevamente.
- Los inversores requieren exenciones de impuestos antes de invertir, es decir. El gobierno pierde los ingresos fiscales que necesita para otras tareas.

2.7.2 Impacto ambiental del turismo

Existen pocos ejemplos de influencias ambientales positivas del turismo.

- Las áreas individuales donde antes se practicaba la agricultura intensiva y se usaban muchos herbicidas se ven menos afectadas por el uso turístico en la actualidad. (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)

- En las zonas turísticas altamente desarrolladas, en particular las unidades más pequeñas, como las islas, donde la naturaleza es el "producto principal", la protección del medio ambiente es cada vez más importante. (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)
- Las instalaciones turísticas como hoteles y clubes, transporte y otras infraestructuras turísticas deben complementar la naturaleza, no pueden reemplazarla.

Por otro lado, afecta el medio ambiente de numerosas maneras:

- **Deportes:** para esquiar, las pendientes se nivelan, el espacio requerido por los nuevos remontes, los caminos hacia las estaciones de esquí, la destrucción de la cobertura del suelo / vegetación, la limpieza (deterioro de la función forestal protectora), la activación de la erosión, la actividad intensiva de avalanchas, la destrucción del paisaje, la amenaza / destrucción de vegetación y especies animales.
- **Movilidad:** viajar en automóvil, necesidad de carreteras y estacionamientos, contaminación del aire por gases de escape, daños a la flora a lo largo de las carreteras "Hormigón" de la costa mediterránea, las instalaciones turísticas se construyen en la costa, esta, sin embargo, es una entidad ecológica muy frágil.
- Las aguas residuales de las instalaciones turísticas se descargan en parte directamente al mar, contaminando el medio ambiente.
- Muchos turistas producen grandes cantidades de residuos.
- Es posible que el turismo necesite recursos escasos en grandes cantidades (por ejemplo: agua dulce en islas pequeñas), lo que significa que puede ser costoso importar.
- La recolección de recursos naturales, en particular la captura excesiva de peces y animales marinos.

- Donde un solo turista hace poco daño, miles pueden causar una gran destrucción. Por ejemplo, el transporte de piezas de coral u otros recuerdos hechos de plumas.

2.7.2.1 Impacto social del turismo

Lo favorable que se obtiene del turismo en el ámbito social son:

- Los empleos generados por el turismo exigen un mayor nivel de educación (idioma extranjero).
- La infraestructura financiada por el turismo también brinda un mejor nivel de vida a las personas que no participan directamente en ella. Estas instalaciones pueden incluir: carreteras, ferrocarriles, aeropuertos, agua potable, saneamiento, gestión de residuos, equipos de comunicación, radio, televisión, electricidad, etc.

2.7.2.2 Las causas negativas sobre la sociedad del país visitante

- Conflictos sociales. Ejemplo: crimen
- Los trabajos en la industria del turismo a menudo son solo trabajos auxiliares como camareras, camareros. Esto le da a la población local el sentimiento de inferioridad.
- La mayoría de los turistas provienen de sociedades con otros valores de estilos de vida distintos al suyo. Como regla general, los turistas de las sociedades occidentales vienen con formas de vida más liberales y menos tradicionales. Además, en vacaciones a menudo se gasta más y más dinero que en casa. La población local entonces piensa que este es el estilo occidental normal y siente que esto es muy deseable.
- Los turistas no prestan atención a las costumbres y valores morales locales, esto tiene efectos a largo plazo en las empresas del país anfitrión.
- Éxodo rural, en el Mediterráneo, hay una clara brecha entre la zona costera y el interior. (CEUPE, 2022)

- Neocolonismo: el turista tiene la única palabra, determina con su dinero lo que sucede.

2.8 Impactos negativos del turismo²

La actividad turística supone la presencia de algunos impactos positivos o negativos, en el caso de los negativos, según el plan de desarrollo turístico deben preverse para controlarlos y neutralizarlos.

Entre los más importantes podemos destacar los siguientes:

2.8.1 Económicos

1. **Incompatibilidad con otras actividades:** presencia en el territorio de otras actividades incompatibles con el desarrollo turístico, por la existencia de restricciones en el uso del espacio, por ejemplo, en el caso de los Espacios Naturales protegidos.
2. **Inflación:** el turismo suele traer acompañado un proceso de inflación como consecuencia del aumento de la demanda sobre la oferta establecida, lo cual implica el desarrollo de competencias entre diferentes actores que pueden conducir a un aumento de los precios (en especial en el mercado del suelo e inmobiliario), así como en alimentación y otros servicios complementarios, que afectan negativamente a los residentes.
3. **Especulación:** es uno de los impactos negativos más comunes, la tendencia a especular en las ofertas y los precios de los servicios, en especial, durante las temporadas de mayor afluencia de visitantes.
4. **Estacionalidad laboral:** el carácter estacional de la industria turística crea problemas económicos para los destinos que son altamente dependientes del sector, como: inseguridad laboral, y por lo tanto económica, reconocimiento de experiencia, difícil acceso a los seguros sociales, condiciones laborales complicadas, etc.

² <https://www.ceupe.com/blog/impactos-negativos-del-turismo.html>

5. **Distorsiones en la economía local:** como consecuencia de la concentración excesiva en un sola región o zona turística, o bien por la atracción de trabajadores de otros sectores que se ven atraídos por el dinamismo económico de ese territorio debido al turismo.
6. **Excesiva dependencia de la actividad turística:** (monocultivo económico), bien por la sustitución de anteriores actividades, o por la sobreposición a otras más tradicionales, con lo cual, en momentos coyunturales de crisis los ingresos y los beneficios económicos se pueden ver afectados.

2.8.2 Socioculturales

1. Resentimiento hacia el turismo rural cuando se establecen “ghettos” de lujo en lugares dominados por la pobreza: si bien el turismo rural es considerado como un buen mecanismo para enfrentar la situación de pobreza de las comunidades rurales este puede convertirse, igualmente, en formas de discriminación y exclusión social como consecuencia de las diferencias entre quienes disfrutan del lujo turístico de un lado, y la pobreza del resto de los residentes, por el otro. Una situación frecuente en áreas rurales de países en vías de desarrollo, con el establecimiento de los grandes complejos turísticos, mientras que en el modelo de turismo rural europeo esta situación no se da (mayor presencia de pymes rurales).
2. Tensión social debido a la creación de empleos con salarios superiores a la media: los empleos generados en un territorio rural por el turismo pueden constituir un factor de distorsión social debido al aumento de los ingresos de parte de esos empleados, al disponer de rentas mayores al promedio de la población residente. Esta circunstancia es frecuente en áreas turísticas de países en vías de desarrollo, mientras que en territorios rurales hasta el momento no alcanza tal repercusión. (CEUPE, 2022)
3. Nueva forma de colonialismo: basada en la dependencia de ingresos turísticos, especialmente si el turismo se convierte en la única forma de obtener ingresos en la comunidad de destino.

4. **Desculturización del destino y fusión de imágenes estereotipadas:** se asumen patrones culturales diferentes a las tradiciones, que pueden degenerar en una serie de imágenes estereotipadas, que no responden a la realidad local y que a veces, incluso, se utilizan como atributos en la promoción del destino turístico, dañando seriamente la sensibilidad local, a corto y medio plazo.

2.8.3 Sobre el entorno cultural

1. **Degradación del entorno:** efectos negativos como la contaminación del turismo en las áreas rurales, depuración de aguas residuales, gestión de residuos, agotamiento de los recursos, erosión del suelo por impacto de los visitantes, deterioro y destrucción de la fauna y la flora local, Estos impactos son cuanto más importantes si se trata de áreas naturales y/o protegidas. (Linares, Hermys Lorenzo; Morales Garrido, Geily, 2014)
2. **Desarrollo de usos no compatibles con el espacio:** el desarrollo del turismo rural supone la puesta en marcha de actividades complementarias al alojamiento, y en ocasiones estas actividades no son respetuosas ni compatibles con el espacio, dado el riesgo que para el medioambiente puede suponer su práctica.
3. **Desarrollo urbano no integrado en el entorno:** existe, aunque cada vez menos, la contaminación arquitectónica y el deterioro del paisaje rural construido.
4. **Congestión del tráfico – ruido:** la congestión del tránsito y el ruido de los vehículos a motor afectan de manera importante a las condiciones de vida de la población local, así como la población turística, esencialmente como consecuencia del incremento del transporte en todo el territorio objetivo.
5. **Rivalidad por el uso de suelo:** la especulación con los precios de la tierra, el acceso a ciertos recursos naturales, los cuales ven elevados sus precios reales por el simple hecho de estar inmersos o bien limítrofes a áreas naturales protegidas o de alto valor. Y la lucha de la reordenación de

terrenos rurales en urbanizables, motivados por la especulación urbanística

2.9 IMPACTOS POSITIVOS DEL TURISMO³

La convicción de forjar impactos positivos en el destino constituye una de las principales motivaciones cuando se emprende un negocio de turismo rural. Sin embargo, se debe ser conscientes de los impactos negativos generados por el turismo. (CEUPE, 2022)

Entre los principales impactos positivos que pueden esperarse destacamos los siguientes:

2.9.1 Económicos

2.9.1.1 Generación de Renta

Parece obvio, como en cualquier negocio o actividad que se emprenda, pero la visión va más allá y nos habla de la necesidad de que la renta generada sea sustentable (rentabilidad sostenida) para que así puedan asegurarse recursos económicos en beneficio de la calidad de vida de la población implicada.

2.9.1.2 Creación de empleo

Generación de empleos directos, indirectos e inducidos en otros sectores, relacionados con los diferentes proveedores y servicios complementarios que se establecen alrededor del turismo rural. Es lo que también denominamos efecto multiplicador.

2.9.1.3 Mejora de la distribución de la renta

La actividad turística contribuye a una mejora en la distribución de la renta entre los diferentes actores que participan de la misma, haciendo más

³ <https://www.ceupe.com/blog/impactos-positivos-del-turismo.html>

participativo el acceso a los diferentes beneficios económicos que se desprenden de esta actividad económica.

2.9.1.4 Mayor control sobre precios

Los precios de los servicios y productos turísticos pueden ser mucho mejor controlados que los precios de materias primas, por ejemplo, siempre desde una perspectiva relativa.

2.9.1.5 Gran potencial para atraer inversiones

La atracción de inversiones en los núcleos receptores de turismo rural constituye, de por sí, uno de los alicientes más importantes de la actividad económica que se desarrolla alrededor de la actividad turística.

2.9.1.6 Diversificación económica

Esta fue una de las razones principales para apostar en los territorios rurales por el turismo rural. En la realidad, aunque esta actividad productiva se orientó en la línea de constituir un complemento para diversificar la economía de base agraria del medio rural, en la mayoría de los casos ha conducido más a una sustitución de la actividad principal que a una diversificación económica real.

2.9.1.7 Establecimiento de infraestructuras

El turismo rural exige el establecimiento de infraestructuras y equipamientos adecuados a las exigencias de los productos y servicios ofertados, y esto va en beneficio de una mejor calidad de vida de los residentes en las comunidades locales de destino. (Varisco, 2014)

2.9.1.8 Aportación rápida de divisas que equilibran la balanza nacional de pagos

Cuando el turismo rural tiene potencial para atraer turismo receptivo internacional los destinos turísticos se benefician con el ingreso de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos de la economía nacional.

2.9.1.9 Sustituto de exportaciones tradicionales

Asimismo, el turismo concebido como un mecanismo para la atracción de divisas puede convertirse, parcialmente, en un sustituto de exportaciones tradicionales cuya fluctuación puede ser más incierta que el turismo como actividad exportadora (sobre todo en regiones en vías de desarrollo, y en el caso de exportación de materias primas).

2.10 Socioculturales

2.10.1 Mejora de la calidad de vida de la comunidad local

El principal objetivo del desarrollo turístico local es incrementar o mejorar la calidad de vida de la población implicada. El turismo rural posee un gran potencial para convertirse en un instrumento eficaz que sirva para combatir la pobreza de las áreas rurales y elevar su calidad de vida.

2.10.2 Estímulo del interés de la comunidad local por la cultura propina, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico

En países donde existe cierta tradición turística en sus pueblos ha quedado patente, como esta industria de microempresas ha logrado revitalizar el patrimonio rural, infravalorado primero por la propia comunidad y posteriormente puesto en valor. En muchas ocasiones el turismo rural ha servido para revitalizar culturas que se estaban perdiendo o bien se veían amenazadas. (CEUPE, 2022)

2.10.3 Rehabilitación y preservación de monumentos, lugares históricos, folklore, artesanía, tradiciones, etc.

En un origen el turismo rural se basó en la utilización del patrimonio arquitectónico rural (con la rehabilitación y adaptación de construcciones para alojamiento). En diferentes núcleos rurales el patrimonio arquitectónico estaba infravalorado y era más un símbolo de retraso y pobreza que de progreso. Los nuevos emprendimientos turísticos, que apostaron por recuperar o bien imitar esa arquitectura tradicional, así como las costumbres y el folklore, han

demostrado su viabilidad, logrando un gran efecto demostrativo, provocando así un cambio en la actitud local.

2.10.4 Mayor movilidad social en comunidades locales muy jerarquizadas

Desde el punto de vista social el turismo puedes ser un modelo mediante el cual las comunidades rurales pueden ayudar a romper sistemas jerárquicos tradicionales impulsando un sistema de movilidad social más justo y equitativo.

2.10.5 Intercambios turistas / residentes

Las posibilidades que se establecen con la llegada de los visitantes y turistas con la población local, ya que les ayuda a estos últimos a tener una visión más abierta de la sociedad y comunicarse mejor son los segmentos de la población.

2.11 Sobre el entorno natural

2.11.1 Rentabilización de recursos naturales

Partiendo de la consideración de que el medio natural es una de las principales motivaciones para viajar a los espacios rurales, es obvio plantearse que se debe conservar ese capital natural lo mejor posible, ya que es un recurso básico para el turismo rural. (CEUPE, 2022)

2.11.2 Estímulo para la conservación y mejora del entorno

Después de años de experiencia tanto las empresas del sector, las autoridades locales, como la propia población local se han dado cuenta de la importancia de la conservación del medio natural, como fuente de recursos económicos, gracias al turismo rural.

2.11.3 Creación de áreas naturales protegidas y preservación de lugares con interés turístico

En la actualidad constituye un gran valor para la oferta turística estar asociada a un área natural protegida o bien estar inmersa en el territorio de la

misma. La demanda turística rural evalúa este hecho como algo atractivo y de gran valor social.

2.11.4 Introducción de medidas de planificación y gestión

La planificación y gestión de los espacios naturales están sujetos a planes y medidas, que regulan la actividad turística en el espacio y el tiempo, considerándola a esta como una buena herramienta para la financiación de la conservación de estos territorios. (Naveda Gaibor, 2020)

2.11.5 Sensibilización

La sensibilización tanto de las comunidades locales como de los turistas y visitantes a los lugares naturales visitados constituye una acción clave para el éxito de un turismo sostenible.

2.11.6 Impacto económico

Es la contribución que produce una actividad en la economía de una región. En este caso particular la actividad es la minería realizada por medio de una empresa. Los elementos económicos que se seleccionaron para medir el impacto económico fueron: el empleo, la generación de riqueza y la matriz insumo producto. (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)

El empleo: la llegada de la industria minera a una región mueve de manera directa la bolsa de empleos, debido a que la industria en la mayoría de las veces requiere una planta de personal grande para solventar sus necesidades en producción. ¿Este déficit de empleo lo solventan en su mayoría las personas de las poblaciones cercanas a la empresa; estos empleos los llamaremos empleos directos.

También se conoce que las empresas mineras requieren una infraestructura comercial e industrial, que le abastezca los insumos necesarios para su funcionamiento. Dichos sectores económicos generan empleos que, de no existir la minería, no tendrían razón de ser. Entonces los empleos que genera la minería en otros sectores económicos de la región, por la adquisición

de bienes y servicios, inversiones en salud, educación, obras sociales e infraestructura se conocerán como empleos indirectos.

La generación de riqueza es definida en este contexto como el dinero que la empresa aporta a la economía de la región. Esta puede ser bruta o neta. La primera es donde se tiene en cuenta todo el dinero que recibe la economía de la región y en la segunda, se observa solamente el dinero que los sectores económicos dejarían de ganar en el caso eventual de que la industria minera no existiera

En tanto, matriz insumo - producto es una matriz que muestra la relación económica que existe entre los diversos sectores productivos de una región. Por medio de ésta se puede demostrar la dependencia de ciertos sectores económicos con otros, dónde adquieren los insumos los sectores productivos de una región y dónde venden sus productos los mismos sectores (Agüera, Francisco Orgaz, 2014)

2.12 Tipos de desarrollo

2.12.1 Desarrollo económico

El desarrollo económico en la actualidad toma un papel muy importante esto se debe a que en el desarrollo personal las personas van tomando mayor importancia y relevancia en su mejorar de calidad de vida.

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de producir, y obtener riqueza, a nivel personal, local, zonal, como países, o regiones. Ya sea en uno o en otro caso, ya que el desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar.

El desarrollo económico se consigue cuando el sistema de producción crece durante un tiempo sostenido, favoreciendo la creación de riqueza y la acumulación de capital. Los gobiernos deben encargarse, a través de la política económica.

2.12.2 Desarrollo social

El desarrollo social se considera como la evolución y el mejoramiento de las condiciones de vida de cada una de las personas de una sociedad, en las relaciones que estos llevan entre sí y dentro de grupos e instituciones que conformen una nación. Dentro del desarrollo social encontramos que abarcan algunos aspectos como es la salud, educación, seguridad y el empleo y esto hace que concrete la disminución de los niveles de pobreza, exclusión, vulnerabilidad, aislamiento de los grupos más necesitados.

El desarrollo social deberá ser entendido como un proceso de mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad. Se considerará que una comunidad tiene una alta calidad de vida cuando sus habitantes, dentro de un marco de paz, libertad, justicia, democracia, tolerancia, equidad, igualdad y solidaridad, tienen amplias y recurrentes posibilidades de satisfacción de sus necesidades

El desarrollo social es el mejoramiento de las condiciones de vida y las relaciones entre las personas sin distinción de etnia, raza o cultura.

Es decir, el desarrollo social es la situación donde una sociedad o entidad obtiene mejores resultados de vida de forma sustentable (Ucha, Florencia, 2009).

2.12.3 Desarrollo humano

El desarrollo humano, es una condición de mejoramiento en la calidad de vida que la conforman sus integrantes de familia, los bienes con los que cuentan y con los que puedan proveer de sus necesidades básicas.

El desarrollo humano es la causa en el cual una sociedad mejora las condiciones de vida en todos los actores que la conforman, el desarrollo humano tiene como función desarrollar el potencial de los seres humanos, incrementar sus posibilidades de crecimiento intelectual, familiar, y económico.

Desarrollo humano significa que cada persona alcance todo su potencial (PNUD, 2017)



Figura 5 Desarrollo Humano (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

2.12.4 Desarrollo turístico sostenible

El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Linares, Hermys Lorenzo; Morales Garrido, Geily, 2014)

El desarrollo sostenible propone que las necesidades básicas de una población sean el cobijo, ropa, vivienda. El objetivo fundamental del turismo sustentable es maximizar la rentabilidad, protegiendo los recursos naturales y respetando e involucrando a la población de la zona referente.

2.12.5 Desarrollo comunitario

El desarrollo comunitario es un proceso donde los miembros de una comunidad se reúnen para realizar acciones y de esta manera generar soluciones a problemas comunes de la comunidad. Mención importante en el desarrollo comunitario hace referencia a la participación concreta lo que quiere

decir que no existe intervención de las administraciones públicas dentro de las comunidades.

El desarrollo comunitario puede definirse como la agregación de valor económico que proviene de pequeños núcleos culturales; sean estos la familia, pequeñas asociaciones o grupos comunes. Las limitaciones económicas no permiten desarrollo local y rural, básicamente el subempleo y el empleo poco formal es la realidad existente y palpable en toda América.

2.12.6 Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se define específicamente como el suministro de las instalaciones, se puede hablar de un desarrollo turístico cuando existe un progreso en todos los procesos que involucra a las actividades turísticas, para cumplir con todas las expectativas que tiene el visitante nacional, local e internacional. El mejoramiento de los servicios implica una generación de puestos de trabajo dentro del área turística.

2.13 Impacto del desarrollo

2.13.1 Impacto social dentro del turismo

El Turismo tiene un papel primordial en la economía global, aunque también afecta de manera desfavorable la dimensión ambiental y social. (Linares, Hermys Lorenzo; Morales Garrido, Geily, 2014)

Los empleos en las diferentes empresas como pequeñas y medias empresas de turismo son solo trabajos auxiliares como camareras, camareros. Esto genera en la población local la impresión de inferioridad.

La mayoría de los turistas provienen de sociedades con otros valores de estilos de vida distintos al suyo. Como regla general, los turistas de las sociedades occidentales vienen con formas de vida más liberales y menos tradicionales. Además, en vacaciones a menudo se gasta más y más dinero que en casa. La población local entonces piensa que este es el estilo occidental normal y siente que esto es muy deseable.

2.13.2 Impacto ambiental dentro del turismo

El impacto ambiental se refiere a los efectos y consecuencias del accionar del hombre en el medio ambiente. La ecología es la ciencia que se dedica fundamentalmente a analizar dichas consecuencias y la magnitud del impacto producido.

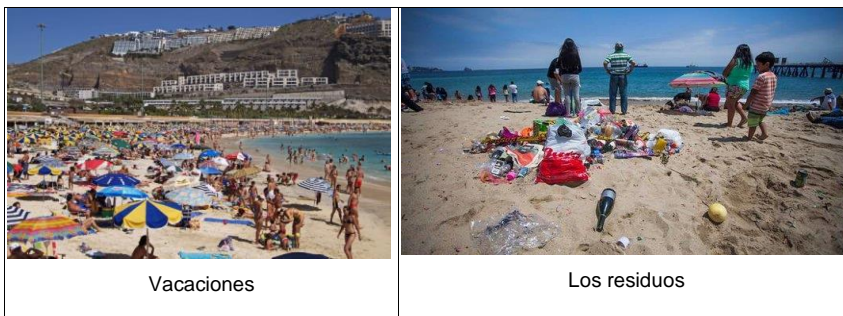


Figura 6 Impacto ambiental (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

2.13.3 Impacto cultural en el turismo

El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

El turismo rural es un producto de bajo impacto ambiental y sociocultural, que tiene como finalidad realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, de tal manera que se pueda conocer sus expresiones sociales, culturales y productivas.

2.13.4 Impacto económico en el turismo

Se entiende por impacto económico los beneficios y los costos económicos que manejan en sus servicios y paquetes en el desarrollo de la actividad turística.

Los impactos provocados por el desarrollo turístico, es el impacto económico, esto debido a los costos y beneficios económicos que puedan expresarse en términos cuantitativos, a diferencia de los impactos sociales y culturales muchos de los cuales se expresan en términos cualitativos que son más difícilmente evaluables.

La actividad turística se está volviendo cada día más importante debido a que en los lugares donde se practica esta actividad deja una derrama importante para las personas que ofrecen servicios y para los habitantes en general de la zona donde se practica. (Gardey, 2012)

2.13.5 El Turismo

El turismo comprende diferentes actividades que realizan las personas realizan durante sus viajes, y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual. En tal sentido, el turismo es el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual.

De acuerdo a la Secretaría de Turismo en el Ecuador, el turismo es la actividad que involucra el desplazamiento temporal de personas de su lugar de origen (viajeros) y la recepción de los visitantes por una cierta comunidad (anfitriones).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales (OMT, 2021).

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de nuestro país y en especial de nuestra región. El turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en la calidad de vida de nuestros habitantes, y una mantención de

nuestros atractivos naturales, en el manejo, y conservación del medio ambiente y recursos naturales.

Partiendo de lo descrito anteriormente, en el año 2009 se establece dentro de la legislación turística, a la actividad turística comunitaria como un modelo de desarrollo, dando hincapié para que esta actividad que ha sido desarrollada por varias décadas, sea un proceso de ejemplo a seguir a nivel de Latinoamérica, ya que en otros países se considera al turismo comunitario como un tipo de turismo. (Palomeque Jaramillo, J. M., Lalangui Ramírez, J. I., & Ramírez Arias, L. E, 2018)

El marco legal que sustenta la consolidación de la actividad sostiene que un mismo territorio se puede ejercer varias actividades que serán realizadas por los actores como forma de trabajo, lo que exige que sea articulado al Estado como una forma de generación de empleo y apoyo técnico. Es por ello que, al incluirse al turismo comunitario dentro de la Ley de Turismo como modelo de organización, la actividad turística tiene el sustento para ser política pública, lo que obliga al Estado a articular todas sus acciones en beneficio y desarrollo de los diferentes encadenamientos que se generen por la misma actividad, partiendo de capacitación, inyección de capital, apoyo técnico y promoción – difusión.

2.14 Tipos de turismo

2.14.1 Turismo cultural

En lo referente al Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

El conjunto de actividades que facilita al turista en la variedad de actividades que pueden realizar dentro del turismo cultural. El turismo es el tercer sector productivo no petrolero que más divisas genera para la

economía del Ecuador (*Turismo Cultural Patrimonial y Ecológico Ecuador, 2016*).

Por lo tanto, los ingresos derivados del turismo ayudan significativamente a reducir inequidades y desigualdades, mejorando de esta manera la calidad de vida, generando empleo, descanso, recreación y nuevas oportunidades de emprendimiento.

2.14.2 Turismo rural

Se refiere a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. Es un turismo respetuoso con el medio el ambiente, y el ecosistema que intenta unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales.

El turismo rural se desarrolla en el área rural, donde los visitantes realizan actividades relacionadas con el campo, como es agricultura, la pesca la caza. El turismo en las comunidades es una forma de organizar la actividad turística, que es iniciada y operada por gente capacitada y organizada de la comunidad local y los beneficios obtenidos se reinvierten en la comunidad.

2.14.3 Turismo urbano

El Turismo Urbano es una modalidad de turismo que se desarrolla específicamente dentro de una ciudad (o cualquier espacio geográfico urbano) y engloba todas las actividades que los visitantes realicen dentro de ella durante su estancia: desde conocer y visitar sus puntos de interés (plazas, edificios públicos e históricos, museos, monumentos) hasta realizar actividades relacionadas con la profesión y los negocios.

El turismo urbano trata de la actividad de tiempo libre que se puede desarrollar en una gran ciudad durante un tiempo prolongado, en un fin de semana a una semana. Las principales actividades que se pueden desarrollar

en el turismo urbano son: visitas urbanísticas, histórico-monumentales y museísticas, exposiciones estables manifestaciones culturales, actividades gastronómicas y enológicas, manifestaciones culturales como cine, teatro, ópera y compras en grandes almacenes.



Figura 7 Turismo urbano (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

2.14.4 Turismo cultural

Se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita. El turismo cultural comprende el desplazamiento de personas con motivos especialmente culturales, pueden ser viajes de carácter artístico, folclórico, histórico, asistencia a festivales y otras expresiones culturales, con el objetivo de aprender de otros seres humanos y de obtener nuevas experiencias.

Se puede afirmar que el turismo cultural es el conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar al turista unos conocimientos con el objetivo de ampliar su cultura, dada la gran variedad de actividades que se pueden realizar dentro del turismo cultural. Para el desarrollo de este producto el destino ha de disponer de una amplia gama de recursos culturales, además

de las infraestructuras que permitan su acceso y el desplazamiento por el mismo.

2.14.5 Turismo alternativo

La búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, y la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los sitios turísticos, en Europa y Estados Unidos al surgimiento del turismo alternativo. El turismo alternativo considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística. (Mirabet, 2017)

2.14.6 Turismo Gastronómico

El cambio del papel económico y social de las zonas rurales ha supuesto una evolución de la tradicional función productora de productos alimenticios a la reestructuración de la estructura productiva, ofreciendo nuevas oportunidades laborales para la población.

El turismo no debe ser la principal fuente de rentas de las zonas rurales, pero si una fuente generadora de ingresos complementarios para los habitantes rurales. Los cambios que se están produciendo en los últimos años en la actividad turística están posibilitando la aparición de nuevos destinos que, lejos de los tradicionales de sol y playa, generan vías complementarias de riqueza y creación de empleo.

La creación de rutas turísticas, entre las que destacan las rutas alimentarias, surgiendo un nuevo concepto de turismo, el gastronómico, entendido como el desplazamiento de visitantes, tanto turistas como excursionistas, cuyo motivo principal es la gastronomía, que involucra prácticas que van desde el mero desplazamiento del lugar de residencia hacia

un restaurante donde degustar un plato típico, o conocer el proceso de elaboración del mismo.

La creación de una ruta gastronómica demuestra la amplia oferta que permite consolidar a la cocina (Romero Corral, 2018).

2.14.7 Turismo de Aventura

El turismo de aventura puede definirse como el turismo de gran aventura, es una actividad realizada al aire libre considerada normalmente única y fascinante, y el turismo de pequeña aventura es menos activo, puede utilizar transporte de tracción mecánica o alojamiento más cómodo, como pensiones con alojamiento y desayuno o un centro turístico.

Es importante mencionar que se relaciona al turismo de aventura con la práctica de actividades físicas o deportivas, donde el turista o visitante tiene más contacto con la naturaleza y logra experimentar ciertos niveles de riesgos depende de la actividad que se efectúe, estas actividades se pueden realizar en el aire, agua, y tierra. Se puede mencionar el kayak, snorkeling, buceo, senderismo, escalada, parapente entre otros.

Por consiguiente, es una forma de turismo que utiliza el entorno o medio natural para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes. Está asociado con actividades de experimentar y formar parte de las tradicionales atracciones turísticas.

El turismo de aventura es aquel que tiene el propósito de explorar nuevas experiencias, generalmente está asociado a retos personales e involucra cierto grado de riesgo controlado. Consiste en una combinación de esfuerzos físicos y mentales en lugares naturales o exóticos. (Romero Corral, 2018)

2.14.8 Turismo Comunitario

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades

locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

El turismo comunitario es un modelo de acción colectiva en un territorio comunitario para dejar de ser objetos pasivos del turismo, y convertirse en actores activos de un modelo de desarrollo territorial. Bajo políticas estatales de auspicio podría convertirse en un elemento clave para lograr sus indicadores de desarrollo.

El turismo comunitario es aquella modalidad turística que involucra a las comunidades de cada sector, donde dan a conocer sus costumbres y tradiciones a los visitantes interesados. Todos los miembros de la comunidad participante tienen el control turístico y económico de la actividad, garantizando en manejo adecuado de sus recursos naturales, patrimoniales, culturales y territoriales.

Se habla de turismo rural cuando el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos tiene lugar en espacios rurales, ganando competitividad cuando es la familia rural la emprendedora, trayendo consigo valores territoriales materiales e inmateriales (Bravo, O., & Zambrano, P., 2018).

2.14.9 Agroturismo

El agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

Partiendo de los señalamientos anteriores, el agroturismo es una modalidad turística que se desarrolla en las zonas rurales atrayendo a turistas

que quieren tener un contacto con la naturaleza, se complementa con las actividades agrícolas que realizan los pequeños o grandes productores, obteniendo una remuneración económica adicional al que consigue en su negocio principal.

El agroturismo genera servicios recreativos vinculados con las costumbres y tradiciones de cada pueblo al momento de realizar su jornada laboral, atrayendo a visitantes interesados en conocer el trabajo que realizan las personas agropecuarias y adquiriendo simultáneamente otros servicios complementarios. El agroturismo es un tipo de turismo rural que ofrece la oportunidad de observar y participar de actividades agrícolas y ganaderas en un entorno rural, rodeado de naturaleza. (Ordóñez, 2001)

Finalmente, modo de conclusión en este apartado, se debe indicar que el agroturismo aporta al desarrollo económico – turístico del sector, el cual añade un valor importante a las actividades cotidianas que realizan los agricultores. Por la falta de capacitaciones e información a la población, no se ha podido potencializar adecuadamente esta actividad turística, pero por esfuerzos personales de la gente que conforman el sector agrícola, tratan de involucrarse cada día más en el agroturismo por las oportunidades que ofrece a nivel económico y social.

2.14.10 Ordenamiento turístico

La importancia del territorio como componente del producto y del destino turístico aconseja que los procesos de planificación turística integren tanto las políticas de ordenación territorial como el modelo espacial del ámbito en el que se desarrollen.

Sin embargo, en los últimos tiempos algunas comunidades autónomas han construido marcos globales de planificación integral del territorio turístico, que permiten entrever esperanzas de resolución en el conflicto que hasta ahora ha enfrentado al turismo con el territorio y el medio ambiente.

2.14.11 Recurso turístico

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre, y de los medios con que cuenta, y hacen posible la actividad turística y satisfagan las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico. (Loor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez Pérez, M, 2018)

El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad de un determinado espacio.

2.14.12 Atractivo natural

Atractivos Naturales son aquellos creados por la naturaleza sin que el hombre haya intervenido en ello. Lo que hace que los atractivos sean únicos y tengan un motivo muy importante para que no dejen intervenir a las personas.

- Geomorfológicos: Formados por la naturaleza durante la evolución del planeta.
- Biogeográficos: Son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.
 - Agrupaciones vegetales, selvas, bosques.
 - Agrupaciones animales.
 - Fauna Silvestre, Zonas de caza.



Figura 8 Atractivo natural San Pablo del Lago (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

2.14.13 Atractivo turístico

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país.

El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos.

2.14.14 Recursos turísticos

Recursos turísticos definido por la (OMT, 2021)son: “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.

Se considera un patrimonio turístico en el momento en que los visitantes se interesan por él, y es recurso turístico cuando mediante la intervención humana es utilizable turísticamente.

Para que exista turismo debe haber un recurso a consumir y una motivación por parte del visitante para consumirlo, por lo que es necesario que primero exista el recurso, de forma que éstos se consideren como la materia prima del turismo.

2.15 Evaluación de recursos turísticos

Proceso que permite definir la importancia actual y futura de un recurso turístico. Los factores internos son aquellos que hacen referencia a las cualidades y valores específicos que posee cada recurso.

Los factores externos son los que, de una manera sensible, ejercen o pueden ejercer una influencia en el flujo turístico con destino al recurso, determinando la posición de éste con respecto a la demanda por ejemplo pantano, se crea y aparecen nuevas personas demandándolo.

2.15.1 Emprendimiento turístico

Los estados están utilizando los destinos turísticos con la finalidad de potenciar las ventajas económicas y sociales de las regiones que cuentan con estas fortalezas. Este trabajo tiene como objetivo en esta investigación diseñar una estrategia, desde el valor de la creatividad, para potenciar los actores fundamentales de la comunidad (Palomeque Jaramillo et al., 2018).

En los últimos años se han creado varios emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Imbabura, con la finalidad de implementar un turismo sostenible basado en la convivencia, respetando las costumbres y tradiciones locales. Esos emprendimientos brindan servicios de alojamiento y tours especializados en turismo de cultura, naturaleza y aventura. (Ordóñez, 2001)

Estas rutas ofrecen la oportunidad de convivir con las comunidades locales, en la cual ofrecen una variedad de actividades al aire libre como: cabalgatas, ciclismo de montaña, senderismo, avistamiento de aves, recorridos por cascadas y pequeñas lagunas, visita a talleres artesanales, gastronomía local y turismo místico.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación son las estrategias, procesos o técnicas utilizadas en la recolección de datos o de evidencias para el análisis, con el fin de descubrir información nueva o crear un mejor entendimiento sobre algún tema.

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará las metodologías, de investigación cualitativa, e investigación de campo; mismas que nos ayudaran a recolectar información y poder identificar, analizar el segmento de mercado, perfil del cliente-turista y el comportamiento en social con enfoque al servicio turístico. La metodología utilizada, nos ayudara a examinar los aspectos adecuados para poder obtener una eficiente gestión para el desarrollo económico del turismo en la parroquia de San Pablo del Lago.

3.1 Tipos de investigación

Para la recolección de información utilizaremos emplearan la investigación: investigación cualitativa, e investigación de campo.

3.1.1 *Investigación cualitativa*

La investigación cualitativa es el método científico de observación para recopilar datos no numéricos que realizamos durante una investigación para determinar lo que deseamos, se suelen determinar o considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas al experimento. Es decir, entrevistas, encuestas grupos de discusión o técnicas de observación y observación participante

La investigación cualitativa, así, permite comprender la profundidad de un fenómeno a partir de la mirada de los actores sociales.

3.1.2 Investigación de campo

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes” (Arias, 2010, p.85).

En consecuencia a lo señalado, se observa claramente que el estudio abordado se inserta en una investigación de campo, debido a que cada una de las operaciones que el investigador realiza debe hacerlo tomando en cuenta la información proveniente de la realidad de los sujetos que forman parte de la investigación, la cual implica un mayor nivel de confianza, por cuanto permite a la persona que investiga detectar directamente las condiciones reales en que se han recolectado los datos y en caso de que las circunstancias lo requieran aplicar algunos correctivos.

3.2 Técnicas o instrumentos

3.2.1 Encuestas

Según García la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (García.1993, p.141)

De acuerdo a los señalamientos del autor se indica que la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz

Esta técnica se utilizó para la recolección de la información acerca de los impactos, la cual se aplicó para diagnosticar el perfil del visitante de la

Parroquia de San Pablo. (J.Anguitaa, JR.Repullo Labrador, J.Donado Campos, 2003)

3.2.2 Entrevista

Para Denzin y Lincoln la entrevista es una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Es decir, consiste en el encuentro entre dos personas, un investigador y el entrevistado, en el que el investigador hace preguntas que pueden ir desde las encuestas de opinión o los cuestionarios, es decir, instrumentos altamente estructurados y las entrevistas abiertas donde es posible, incluso, que el investigador sea preguntado e interpelado por el informante.

La entrevista se realizó de acuerdo a cada objetivo específico y fue aplicada al Departamento de Turismo del Municipio de Otavalo, a los propietarios y dirigentes de los establecimientos y emprendimientos turísticos y hoteleros, igualmente aplicada a los propietarios y dirigentes de los establecimientos y emprendimientos turísticos y hoteleros.

3.2.3 Ficha técnica

De producto o servicio es un documento en el cual se detallan todas las características de un producto incluyendo su composición, características físicas y técnicas, recomendaciones, modos de uso y otros datos relevantes.

La ficha técnica es un instrumento de investigación que sirve para obtener información específica y necesaria a través de cuestionarios los cuales serán aplicados a los diferentes actores económicos de la parroquia, que generan la economía en la parroquia y sus comunidades; las preguntas que se utilizaron son como fuente de información más adecuada para descubrir la opinión de las personas, la ficha técnica consta de preguntas específicas y claves para poder obtener una información de primera mano y adecuada; cuyo

objetivo al ser aplicada es el de conocer y analizar los principales actores económicos presentes, que influyen en la economía de la parroquia y sus comunidades.

3.2.4 Ficha de campo

Las fichas de observación o campo permiten llevar un registro ordenado de los datos de observaciones más importantes de una investigación. Además, sirven como una herramienta de aprendizaje. (Diario del exportador , 2022)

Se usan mayormente para comenzar el proceso de observación pueden complementarse con una entrevista o con una ficha de registro en donde se detalle datos e información que el observador le parezca importante incluir.

La ficha técnica de campo se la aplico a los diferentes actores de la actividad económica de la parroquia de San Pablo de Lago para determinar sus características sus condiciones en las que desarrollan su actividad, así como también los beneficios que obtienen de la misma, la ficha se aplicó a las personas involucradas directamente con los emprendimientos, vendedores ambulantes , ventas, agricultores, ganaderos, hoteles, florícolas y las pequeñas empresas existentes en la parroquia de San Pablo de Lago.

3.3 FODA

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El principal objetivo de la FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Al momento de comenzar el análisis FODA se hace una distinción concluyente entre las cuatro variables por separado y se debe determinar los

Técnicas e instrumentos			
Instrumentos objetivo 1	Instrumentos objetivo 2	Instrumentos objetivo 3	Instrumentos objetivo 4
Ficha de técnica	Encuesta	Ficha técnica	(FODA)

elementos corresponden a cada una. A su vez, en cada punto del tiempo en que se realice dicho análisis, se aconseja no sólo construir la matriz FODA correspondiente al presente, sino también proyectar distintos escenarios de futuro con sus consiguientes matrices FODA y plantear estrategias alternativas.

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre las ellas modificando los aspectos internos.

3.4 Técnicas e instrumentos

3.4.1 Población

En el desarrollo de la presente investigación se consideró el total de 45.965,69 el dato se refiere al número de turistas nacionales y extranjeros que llegaron a la Parroquia San Pablo del Lago en el año 2016; de acuerdo con datos obtenidos en un acercamiento para recabar información secundaria en el Municipio de Otavalo. (Con el coordinador de proyectos turísticos del municipio de Otavalo Ing. Marco Anrango en el año 2017-2018).

Con este dato se definió que el número a encuestar son 245 turistas que visitan la parroquia de San Pablo de Lago a los diferentes establecimientos turísticos establecidos con anterioridad y a su vez a los nuevos emprendimientos que generan establecidos de manera más reciente,

los mismos que generan economía en la parroquia, con el fin de medir la satisfacción del cliente con la accesibilidad de los precios y saber cuál sería de manera general la inversión de un turista en las visitas a la parroquia y así mismo determinar la generación de economía de la parroquia

3.4.2 Muestra

Fórmula para el Cálculo de la muestra

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E= Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación)

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{0,25 \cdot (45.965,69)}{(45.965,69 - 1) \frac{0,02^2}{2,5^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{(45.965,69) \frac{0,004}{6,25} + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{(45.965,69)(0,00064) + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{0,26816 + 0,25}$$

$$n = \frac{105}{0,51816}$$

$$n = 254 \text{ encuestas}$$

Muestra

Fórmula para el Cálculo de la muestra

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

(N-1)= Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E= Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación)

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

Cálculo de la muestra.

$$n = \frac{0,25 \cdot (45.965,69)}{((45.965,69 - 1) \cdot [0,02]^2 / [2.5]^2 + 0,25)}$$

$$n = 105 / ((45.965,69) \cdot 0,004 / 6,25 + 0,25)$$

$$n = 105 / (45.965,69) \cdot (0,00064) + 0,25 \quad n = 105 / (0,26816 + 0,25)$$

$$n = 105 / 0,51816$$

$$n = 254 \text{ encuestas}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Diagnóstico de la situación actual de los actores del desarrollo económico en San Pablo

Podemos indicar que luego de pasar revista a la situación socioeconómica de la población de San Pablo, se deduce que los medios de producción económica que se encuentran presentes en San Pablo podemos indicar que los emprendimientos se encuentran tanto en el sector urbano como en el sector rural de la población entre los principales podemos anotar los siguientes:

El agrícola el mismo que se encuentra dividido en algunas acciones como podemos indicar, la producción de cereales, (Maíz, Trigo, Cebada, Quinua).

- Leguminosas (Frejol, Habas, chocho, vicia)
- Tubérculos (Papa, Mellocos, ocas, mashua)
- Frutales (durazno, manzana, Claudia, taxo, granadilla, cítricos), y
- Hortalizas (Col, Lechuga, acelga, remolacha, rábano, espinaca)

Los mismos que se siembran con doble propósito para el autoconsumo, así como con los excedentes se los ubica en los mercados locales, para de esta manera poder contar con cierto número de ingresos para completar las necesidades básicas de la familia, de la misma manera se los utiliza para la reinversión de la producción lo que ayuda a contar con dotación de productos alimenticios que ayudan a la alimentación de la familia y se realiza además el trueque entre los miembros de la comunidad.

De la misma manera debemos indicar que esta actividad se la realiza tanto a nivel urbano y rural, la parte urbana se emplea la producción para la

dotación de alimentos para los emprendimientos turísticos de la zona baja de la parroquia (Araque, San Pablo)

El tamaño de las parcelas de hortalizas está en el rango de los 100 hasta los 500 m² donde se realiza una siembra variada de los productos anotados anteriormente.

Los cereales especialmente la cebada, maíz y trigo se siembra en extensiones más grandes que están entre los 1500 a 5000 m² en donde se producen de manera rotativo los diversos cultivos pero el principal es el maíz el que culturalmente a nivel andino se lo viene sembrando desde tiempos inmemoriales, las producciones de los cereales es relativamente baja puesto que no se cuenta con semillas de calidad así como tampoco se cuenta con agua para el riego, lo que disminuye ostensiblemente la producción que en su mayor parte es para el autoconsumo.

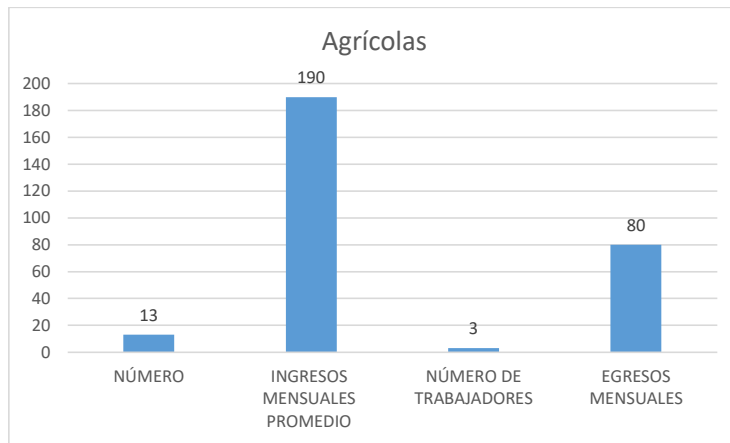
Los frutales se los siembra más por curiosidad y se cuenta con producción exclusiva para el autoconsumo, puesto que no hay un manejo tecnificado de los mismos y además se dificulta su trabajo por el problema de falta de agua para riego.

Tabla 1 Emprendimientos agrícolas

EMPRESARIO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Agrícolas	13	190	3	80

Elaborado: Los Autores

Gráfico 1 Emprendimientos Agrícolas 2021



Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hicieron a 13 emprendimientos agrícolas se determinó lo siguiente: que cada uno de los emprendimientos luego del estudio se pudo determinar que tienen unos ingresos mensuales de 190 dólares, y si esto lo multiplicamos por los 13 emprendimientos podemos decir que este rubro aporta a la economía de San Pablo con un valor de 2470 USD al mes y que da ocupación a 39 Trabajadores, lo que es un aporte significativo tomando en cuenta que la agricultura en la parroquia es estacional.

El Pecuario, el mismo que se encuentra relacionado a la producción de animales mayores y menores, los mismos que son al igual que la producción agrícola es para el autoconsumo, así como también para el mercado, debemos indicar también que se encontró las siguientes producciones:

Animales Mayores.- (ganado vacuno de doble propósito- carne y leche), debemos indicar además que estos animales son de raza criolla

contando cada familia con 2 a 5 animales, los mismos que se alimentan con los materiales que produce la granja o propiedad como s las malezas, los desechos de la cosecha de maíz y trigo, así como del pastoreo en el páramo, lo que afecta de alguna manera el ambiente; a decir de los productores en épocas de siembra se los utiliza en la época de preparación de suelo para esta actividad, de la misma manera las ventas de estos animales esta por precios bajos en el mercado de Otavalo, llegando a cotizarse entre los 400 a 600 USD cada animal, lo que les permite anualmente cubrir algunas necesidades básicas.

Animales Menores (Cerdos, Cuyes, Ovejas, pollos de carne y aves de corral criollas) el tipo de producción de aves de corral criollas que a decir de las familias con las que se conversó, es tradicionalmente su crianza y manejo ya además como testimonio se tiene el siguiente "*La mujer que no tiene gallinas y cuyes es una carishina*" y es mal vista en la comunidad donde vive. Cada familia llega a tener entre 5 a 20 gallinas de acuerdo a la ubicación las mismas que se convierten en la alcancía de las familias rurales ya que cuando se necesita para la alimentación o para contar con recursos se toma y se come o se saca al mercado cuyos precios fluctúan entre 7 y 15 USD los mismos que sirven para cubrir necesidades urgentes de la familia, cabe señalar que esta aves son de doble propósito para la producción de carne y huevos estos últimos se venden a 0,50 USD cada unidad por ser criollos y el numero semanal fluctúa entre los 15 a 30 unidades.

Los pollos de carne se los produce en confinamiento aunque es más en el sector urbano ya que en el sector rural se los hace de la manera que se indicó anteriormente, respecto a la producción de los pollos de carne o de incubadora como se los conoce se lo realiza mediante la ubicación de un espacio donde se los encierra a los animales y se les da la alimentación los mismos que entre las 8 a 12 semanas de vida están listos para la venta alcanzando pesos de entre 3 y 5 libras los mismos que se los vende a 4,5 y 7

USD, el número de animales que se crían están entre los 15 a 30 animales y casi todos salen al mercado.

El poblador rural además cría ovejas como parte de su producción mixta de la granja dichas ovejas son de raza criolla y además como no tienen un manejo tecnificado se ha degenerado la raza por lo que los animales son pequeños y de baja calidad, estos animales producen lana que se la utiliza para la confección de prendas de vestir y a su vez los animales que salen a la venta su precio fluctúa entre los 40 a 80 USD dependiendo del tamaño del animal así como también de la época de comercialización.

El número de animales con los que cuentan las familias fluctúa entre los 10 a 50 animales y no pueden tener más puesto que el espacio de tierras para pastoreo se ha reducido debido al incremento de la población y por ende la construcción de viviendas, el pastoreo se los realiza en los terrenos comunitarios o en los terrenos donde se ha realizado la cosecha de alguno de los cultivos indicados en párrafos anteriores. Se convierten en la alcancía de las familias.

Cuyes, este tipo de animal también es de producción tradicional y casi no hay casa donde no se cuente con la cría de este tipo de animal, el mismo que se lo cría de varias maneras en la cocina familiar sin ningún tipo de infraestructura específica llegando a contar con 15 a 30 animales, llegando a no poder contar con más animales debido a que no se cuenta con suficiente alimento para poder alimentarlos. Estos animales se lo utilizan en ceremonias especiales como matrimonios, primeras comuniones, confirmaciones, etc. y es un plato muy especial, se lo utiliza también en las fiestas del Inti Raymi (Fiesta del Sol). Estos animales su precio fluctúa los de raza criolla entre los 5 y 8 USD, mientras que la crianza a nivel urbano y semi urbano ya se lo realiza en Jaulas llegando a contar con un número que va desde los 20 a 50 animales los mismos que cuando salen al mercado su precio fluctúa entre los 8 y 12 USD el número de animales que se venden al año está por las 40 unidades.

Los cerdos son animales que se crían en el sector rural en conjunto con la manda de ovejas su número está entre los 3 a 5 animales y como son animales criollos sus precios están por el orden de los 50 a 120 USD que se venden anualmente 1 a 2 de acuerdo con la necesidad.

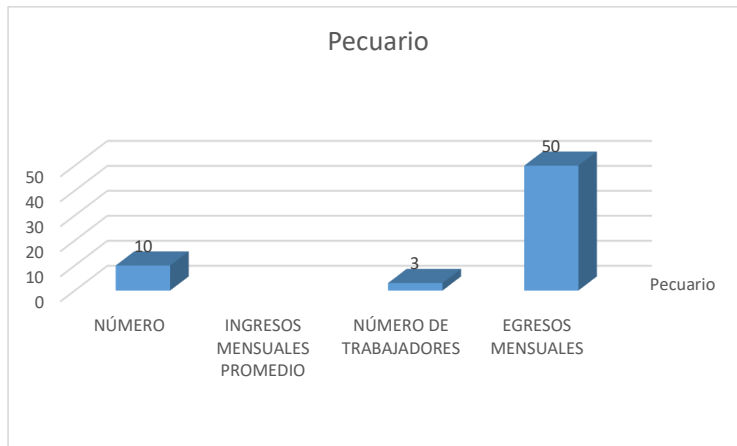
Debemos indicar que en el sector semi urbano también se cría cerdos los que son de raza y criados de manera más tecnificada que en la producción anteriormente citada los mismos se crían en porquerizas o chancheras cuyo número depende del propósito de la crianza pues hay personas que producen pies de cría los mismos que tienen de 3 a 4 cerdas madres las mismas que producen de 5 a 10 lechones o cerditos los mismos que en el peor de los casos se los vende a 30 USD y cuando están de mejor calidad y condiciones su precio está por los 60 USD, este proceso requiere de cuidados especiales puesto que se debe contar con el mayor número de animalitos para poder alcanzar un mejoramiento en la economía los animalitos que se venden esta por un precio promedio de 40 USD lo que si sumamos un promedio de 8 animales por cerda se tendría una producción de 320 USD por cerda por parto y como se pueden obtener hasta tres partos por año se puede ver el negocio que representa.

Así mismo se realiza la producción de animales de engorde los mismos que están por un numero de entre 2 a 4 animales en explotaciones pequeñas llegando a tener entre 12 a 15 en producciones más grandes lo que si tomamos en cuenta que se venden entre 120 y 200 USD cada animal se tendría una producción importante en esta actividad anotando además que en este tipo de exploración se puede sacar dos camadas al año.

Tabla 2 Emprendimientos Pecuarios

EMPRESA	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Pecuario	10		3	50

Gráfico 2 Emprendimientos Pecuarios 2021



Elaborado por: Los Autores (2021)

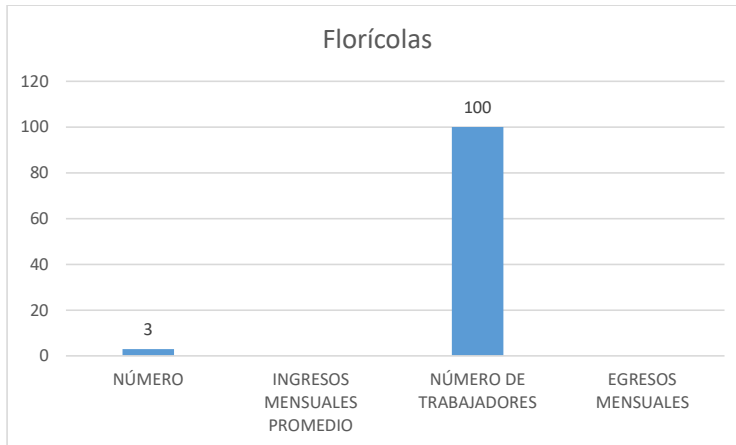
En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hicieron a 10 emprendimientos pecuarios se determinó lo siguiente: que cada uno de los emprendimientos luego del estudio se pudo determinar que no cuentan con ingresos mensuales debido a que las producciones pecuarias casi siempre están determinadas por periodos trimestrales en adelante dependiendo de la producción, lo que sí se pudo determinar que esta actividad da ocupación a 30 trabajadores, lo que es un aporte significativo tomando en cuenta que la producción pecuaria es más de autoconsumo y en casos muy

escasos se la realiza de manera comercial como se indicó en párrafos anteriores..

Otra de las actividades productivas de la parroquia se encuentra **las florícolas** que en número de 2 se encuentran dinamizando la economía dela misma, la manera de incidir en la economía de la población es mediante la creación de fuentes de empleo para parte de los pobladores especialmente jóvenes (hombres y mujeres) de la parroquia así como también por el requerimiento de mano de obra se contrata mano de obra no calificad de otras partes de la provincia de Imbabura y también de la provincia de pichincha, es de anotar que la mano de obra calificada es procedente de otras provincias y en algunos casos de fuera del país(Colombia), además debemos anotar que la mano de obra requerida por las mismas fluctúa entre 120 y 220 personas que no son permanentes si no que hay temporadas de alta producción (Madres, Valentín, Navidad) en donde se contrata además del personal fijo, personal flotante solo por la temporada. También hay que indicar que la producción la mayor parte está para la exportación y un 2-a 5% aproximadamente queda como flor nacional para ser vendida en los mercados nacionales.

Tabla 3 Emprendimientos Florícolas

EMPRESARIO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Florícolas	3		100	

Gráfico 3 Emprendimientos Florícolas 2021

Elaborado por: Los Autores (2021)

De lo que se pudo investigar y lo que se plasma en el gráfico anterior que en la parroquia de San Pablo del Lago se encuentran funcionando 3 empresas florícolas, las mismas que por razones obvias no permitieron el acceso a los datos económicos, pero uno de los aspectos que se pudo determinar es las mismas dan acogida a un promedio de 100 trabajadores por plantación, lo que suma un número de 300 plazas de trabajo, de las cuales un 25% son de la mano de obra de San Pablo del Lago y el resto es de otros lugares de la provincia y el país, de esta manera aportan estas empresas a la economía de San Pablo del Lago.

Industrias y agroindustrias

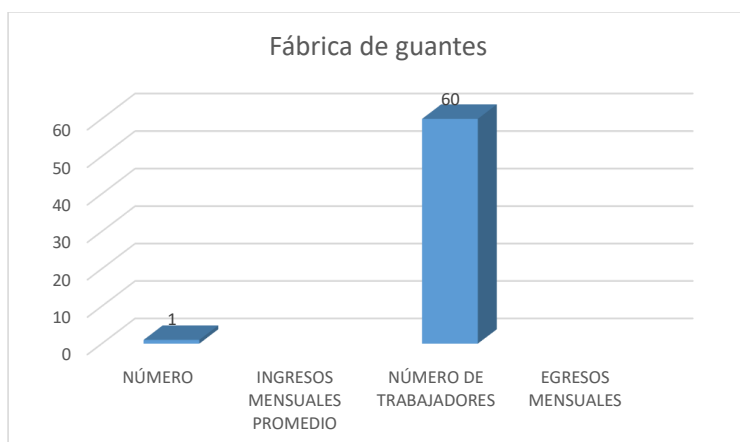
Industrias del caucho, la industria del caucho es un emprendimiento que se encuentra ubicado en la parroquia y su principal producción es de guantes y fundas de plástico, para lo cual se requiere de mano de obra calificada la misma que procede de fuera de la parroquia y no calificada la misma que es procedente de la parroquia en donde están presentes tanto

hombres como mujeres, debido al nivel de contaminación del ambiente ha sido llamada la atención en algunas ocasiones lo que ha hecho que solo una parte de la producción se la haga acá y otra parte de la empresa Indecaucho se encuentre ubicada en Cayambe, provincia de Pichincha.

Tabla 4 Emprendimientos caucho

EMPRESA	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Fábrica de guantes	1		60	

Gráfico 4 Emprendimientos Caucho 2021



Elaborado por: Los Autores (2021)

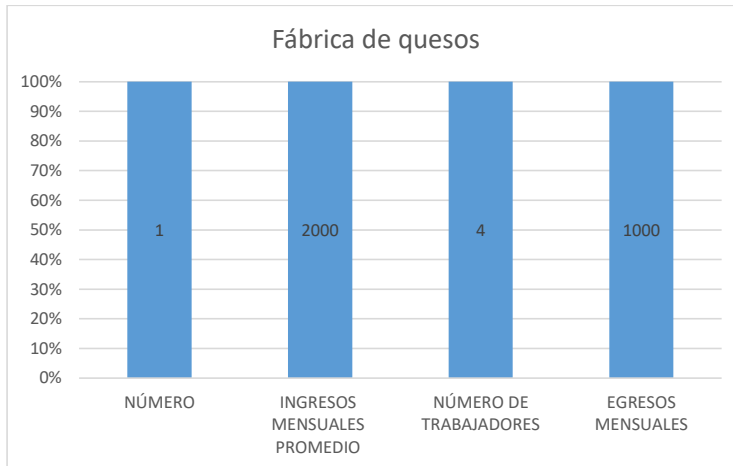
De lo que se pudo investigar y lo que se plasma en el gráfico anterior que en la parroquia de San pablo del lago se encuentran funcionando 1 empresa de cauchos, la misma que por razones obvias no permitió el acceso a los datos económicos, pero uno de los aspectos que se pudo determinar es las mismas dan acogida a un promedio de 60 trabajadores, que en su mayoría son de la mano de obra de San Pablo del lago y el resto es de otros lugares

de la provincia; de esta manera, aporta esta empresa a la economía de San Pablo del lago.

Lácteos. – esta actividad se encuentra realizada por unas pocas familias de la parroquia y es un emprendimiento familiar principalmente donde además se ocupa muy escasa mano de obra en la industria, lo que sí es importante anotar que se beneficia a pequeños productores de leche de la parroquia cuya producción diaria esta por el orden de los 5 a 20 lts. los mismos que al ser recibidos de unos 20 a 30 productores de leche se suman alrededor de 1000 a 1500 lts. diarios que son procesados de los cuales se obtiene alrededor de 250 a 300 quesos diarios los mismos que se venden a 2,5 dólares la unidad al detal y a 1,80 USD por mayor, esta producción se distribuye en la parroquia así como a la provincia y a otras provincias del país.

Tabla 5 Emprendimientos Lácteos

EMPRESA	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Fábrica de quesos	1	2000	4	1000

Gráfico 5 Emprendimientos Lácteos 2021

Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 1 emprendimientos de productos lácteos se determinó lo siguiente: que el emprendimiento tienen unos ingresos mensuales de 2000 dólares, por lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del Lago aporta a la economía de San Pablo con un valor de 2000 USD al mes y que da ocupación al menos a 4 Trabajadores, lo que es un aporte significativo tomando en cuenta que la industria de lácteos en la parroquia es escasa.

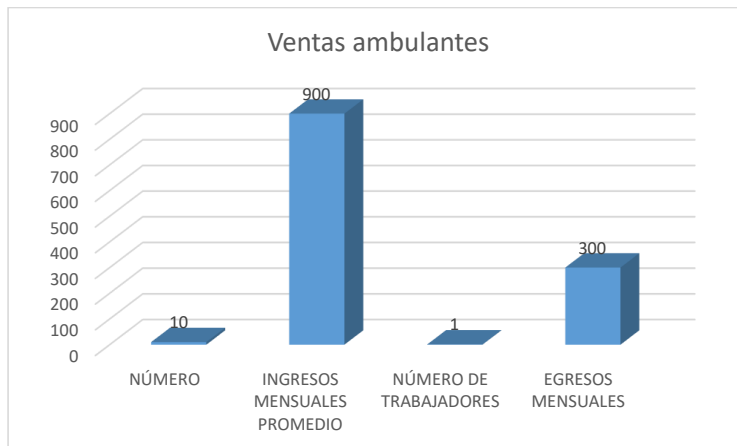
Ventas ambulantes. - Debemos indicar en este aspecto que se ha determinado que hay alrededor de unas 20 personas que realizan ventas ambulantes especialmente de productos de primera necesidad, como hortalizas, verduras y frutas, pues son personas pocas de la población pero una gran número son de fuera de la parroquia, especialmente en esta época de pandemia se ha multiplicado este tipo de actividad llegando con los productos tanto a nivel del centro parroquial así como a nivel de las comunidades rurales lo que les deja réditos de capital por un estimado del 2 al

5%, el capital de trabajo en la mayoría de ocasiones proviene de crédito ya sea de entidades financieras y en otros casos de financiamiento informal (chulqueros), esta actividad también dota de gas (4 proveedores), temporalmente de mariscos. Es de anotar que ese tipo de negocio es más familiar. En este tipo de ventas también está la ropa, perfumería y de productos de salud (especialmente de belleza).

Tabla 6 Emprendimientos Ambulantes 2021

EMPRENDIMIENTO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Ventas ambulantes	10	900	1	300

Gráfico 6 Emprendimientos Ventas Ambulantes 2021



Elaborado por: Los Autores (2021)

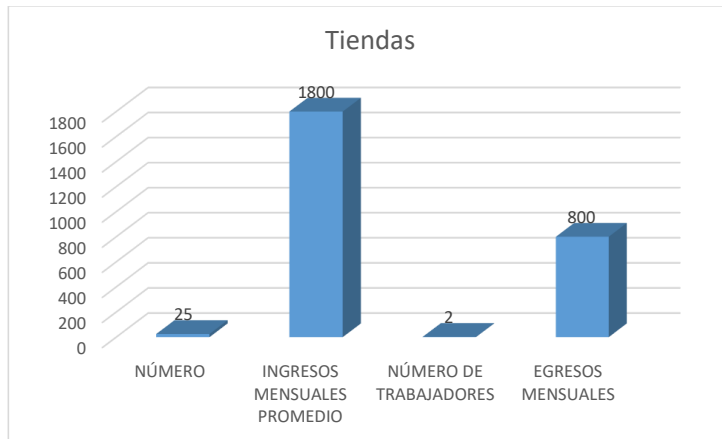
En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 10 emprendimientos de ventas ambulantes se determinó lo siguiente: que los 10 emprendimientos tienen unos ingresos mensuales de 900 dólares, por

lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del lago aporta a la economía de la parroquia con un valor de 900 USD al mes y que da ocupación al menos a 10 Trabajadores, que es el aporte a la economía de la parroquia.

Tiendas de productos. – es una de las actividades con más actores pues podemos decir que en un radio alrededor del parque central se encuentran alrededor de 12 a 15 negocios y cada uno con su característica aunque en la mayoría de casos son solo de víveres, lo único que varía en algunos casos son los precios y los horarios de atención, estos negocios son de carácter familiar y en muy contados casos ocupan mano de obra asalariada, el capital proviene de entidades financieras y de capital propio dependiendo del tamaño del emprendimiento.

Tabla 7 Emprendimientos Tiendas 2021

EMPRESARIO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Tiendas	25	1800	2	800

Gráfico 7 Emprendimientos Tiendas 2021

Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 25 emprendimientos de tiendas se determinó lo siguiente: que dichos emprendimientos tienen unos ingresos mensuales entre todos de 1800 dólares, por lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del lago aporta a la economía de la parroquia con el valor indicado al mes y que da ocupación al menos a 50 personas, que es el aporte a la economía de la parroquia de parte de este rubro, en el estudio realizado.

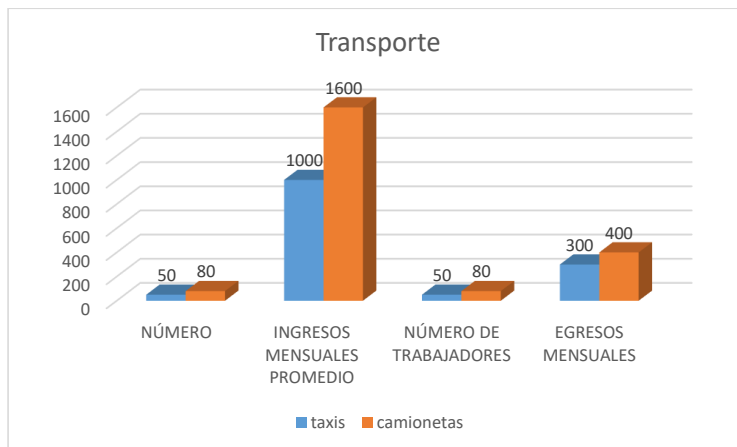
Transporte. -

En la parroquia se encuentran 2 compañías de transporte uno de camionetas el mismo que cuenta con alrededor de 20 socios y por ende unidades de transporte y la otra es la compañía de taxis el mismo que igual cuenta con un número de 10 socios, el tipo de servicio que realizan es de transporte de pasajeros y también de turismo interno dentro de la parroquia principalmente.

Tabla 8 Emprendimientos Transporte 2021

EMPREDIMIENTO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Taxis	50	1000	1	300
Camionetas	80	1600	1	400

Gráfico 8 Emprendimientos Transporte 2021



Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 2 emprendimientos de transporte (Taxis y Camionetas) donde se determinó lo siguiente: que los taxis tienen un ingreso mensual entre todos sus socios de 1000 USD dichos mientras que las camionetas el ingreso mensual está alrededor de los 1600 USD, por lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del lago aporta a la economía de la parroquia con el valor de 2600 USD al mes y que da ocupación al menos a 130 personas, la

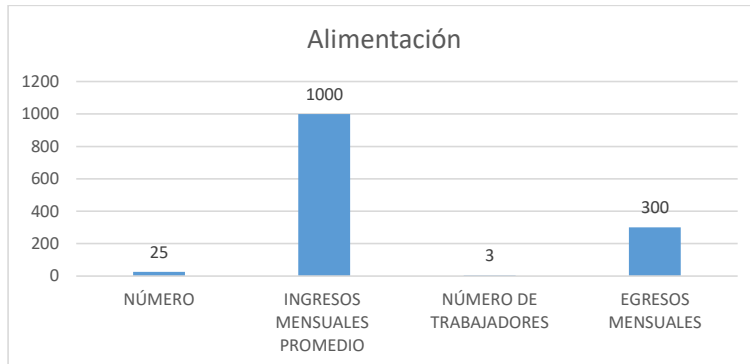
mayoría pertenecientes a la parroquia por lo que se determina que ese es el aporte en efectivo a la economía de la parroquia de parte de este rubro, en el estudio realizado.

Alimentación. – en este rubro podemos anotar que se encuentran los negocios de comida tradicional (Chochos con tostado) típico y ancestral del pueblo, pero también se encuentra en el mercado la gastronomía tradicional como papas con chorizo, caldos de gallina y patas.

Además, se encuentran algunos restaurantes en donde se prepara ya comida solicitada y con menús previamente establecidos y que son de apetencia de los visitantes, de la misma manera se encuentran locales en donde se puede llegar a contar con servicios adicionales de pistas de baile, piscina y recorridos turísticos, los mismos que son visitados por los turistas tanto locales, provinciales, como de fuera de la provincia. El número de este tipo de negocios esta por el numero de 30 a 50 en toda la parroquia. Y la atención de la mayoría de ellos se centra en los fines de semana que es cuando hay la afluencia de los visitantes.

Tabla 9 Emprendimientos Alimentación 2021

EMPRESARIO	NÚMERO	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Alimentación	25	1000	3	300

Gráfico 9 Emprendimientos Alimentación 2021

Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 25 emprendimientos de oferta de alimentación donde se determinó lo siguiente: que los emprendimientos examinados tienen un ingreso mensual entre todos sus socios de 1000 USD, por lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del lago aporta a la economía de la parroquia con el valor de 1000 USD al mes y que da ocupación al menos a 75 personas, la mayoría pertenecientes a la parroquia por lo que se determina que ese es el aporte en efectivo a la economía de la parroquia de parte de este rubro, en el estudio realizado.

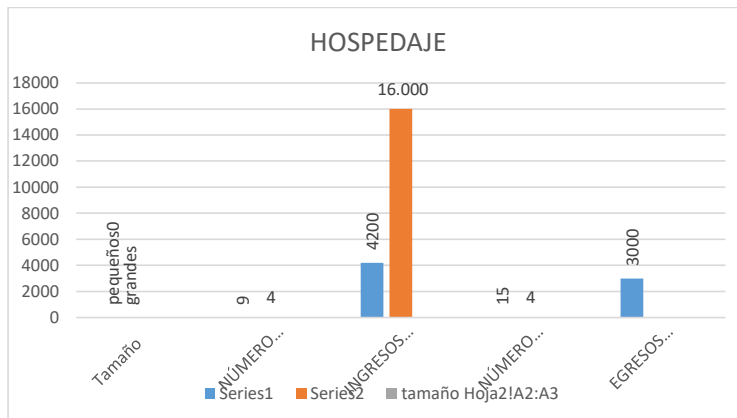
Hospedaje. -

Al igual que en los emprendimientos de alimentación los de hospedaje se encuentran dando su atención preferencialmente para turistas los fines de semana y hay los de lujo (hoteles, cabañas) pero también los hospedajes más sencillos así como el turismo comunitario, es así que en este tipo de negocio varía mucho los precios los mismos que se encuentran en el rango de los 20 a 200 USD el hospedaje por persona, dependiendo el tipo, la ubicación y el tipo de atención que se brinda en cada uno de ellos

Tabla 10 Emprendimientos Hospedaje 2021

Tamaño	NÚMERO emprendimientos	INGRESOS MENSUALES PROMEDIO	NÚMERO DE TRABAJADORES	EGRESOS MENSUALES
Pequeños	9	4200	15	1500
Grandes	4	16.000	4	8000

Gráfico 10 Emprendimientos Hospedaje



Elaborado por: Los Autores (2021)

En el gráfico anterior podemos determinar que del estudio que se hizo a 2 emprendimientos de Hospedaje (grandes pequeños c- familiares) donde se determinó lo siguiente: que los hoteles grandes se encuentran en un número de 4 los mismos que tienen un ingreso mensual entre todos ellos de 16000 USD mientras que los hospedajes pequeños se estudió a un número

de 9 de lo que se determinó que el ingreso mensual esta alrededor de los 4200 USD, por lo que podemos decir que este rubro de la economía de San Pablo del lago aporta a la economía de la parroquia con el valor de 20200 USD al mes y que da ocupación al menos a 19 personas, la mayoría pertenecientes a la parroquia por lo que se determina que ese es el aporte en efectivo a la economía de la parroquia de parte de este rubro, en el estudio realizado.

4.1 Perfil de los visitantes de la parroquia de san Pablo

En este aspecto tenemos que indicar que los visitantes turistas que se acercan a la parroquia de San Pablo del lago se los ha dividido de la siguiente manera:

- Visitantes nacionales
- Visitantes extranjeros de América
- Visitantes extranjeros de Europa

Es así que vamos a describir a cada uno de ellos.

Visitantes nacionales, entre los visitantes nacionales podemos indicar que provienen de las ciudades del interior del país ya sea del norte o del sur, podemos caracterizar que en los grupos de visitantes se puede determinar que existen personas con deseos de conocer nuevas experiencias y a su vez tener salidas de diversión que ayuden a eliminar el Estrés, generalmente son gente que cuenta con ingresos económicos que permiten cubrir esta inversión, siendo algunos empleados públicos y mientras que otros cuentan con negocios propios pero todos ellos con deseos de aventuras.

Existe otro grupo de visitantes nacionales que son los exempleados públicos o privados y que mediante hacer grupos realizan visitas programadas y en determinados casos vienen con las familias o en su defecto entre grupos de determinada edad y así podemos determinar que la edad fluctúa entre los 20 a 70 años de edad, debido a que se acercan a visitar los lugares en algunos

casos en grupos familiares, debido a la facilidad que permite el traslado del lugar original de residencia.

Visitantes extranjeros de América los Visitantes extranjeros se encuentran divididos de la siguiente manera:

Visitantes extranjeros de América. este tipo de visitantes se encuentran caracterizados, por personas que generalmente cuentan con una situación económica adecuada la misma que les permite invertir en actividades de turismo el mismo que generalmente es de diversión y de buscar conocer alternativas nuevas de conocer ambientes y sitios importantes dentro de la cultura y la parte ambiental. Dentro de este grupo también se encuentran personas que vienen por capacitación y requieren espacios donde se encuentre un lugar donde el ruido de las ciudades no exista y se pueda desarrollar de una manera adecuada y a su vez en un momento determinado puedan lograr combinar el trabajo con la diversión. Este tipo de visitantes es mixto es decir vienen hombres y mujeres a realizar dichas actividades. En este tipo de visitantes existe un gran número de visitantes de EE.UU. pues se maravillan con las bondades con que cuenta el país y de manera especial con las bellezas de la provincia de Imbabura y concretamente de San Pablo del Lago.

Visitantes extranjeros de Europa, cabe señalar que en este tipo de visitantes provienen principalmente de España, Alemania y Holanda, Inglaterra, etc.

De manera general vamos a indicar que la edad de los visitantes fluctúa entre los 20 a 70 años, los mismos que realizan las visitas a San Pablo del Lago, además cabe señalar que los visitantes de acuerdo al género se pudieron determinar que está distribuido de la siguiente manera, Masculino el 60% y de género femenino el 40 %, esto de manera general, tanto para los visitantes nacionales como para los visitantes extranjeros.

Esta afluencia se debe a los varios atractivos y posibilidades de recursos con los que cuenta la parroquia, lo que atrae a los turistas especialmente a los extranjeros pues la tranquilidad que genera la parroquia al estar cerca de la capital del Ecuador, pero a su vez también estar en un espacio geográfico que lo mantienen alejada del mundanal ruido del que viene los diferentes visitantes esto hace que a su vez sean estos los que la promocionen para futuras visitas.

Los visitantes son de diversa clase social también debido a que hay varias alternativas en la parroquia dentro del aspecto económico, así como también del aspecto de alternativas para visitar así tenemos las grandes empresas hoteleras con todas sus ofertas de servicio y turismo, así como también varias alternativas más de campo y de diversión, de cultura y de deportes extremos, esto la convierte en un destino turístico muy apetecido por propios y extraños.

La edad promedio de las personas que visitan la parroquia de San Pablo de Lago y sus comunidades se encuentran en un rango desde los 30 años hasta los 50 años, con una disponibilidad de recursos económicos, disponibilidad de tiempo y por el interés de conocer nuevos destinos.

Mientras que los turistas de la tercera edad, jóvenes y adolescentes no visitan con mucha frecuencia las comunidades y la parroquia de San Pablo de Lago, esto podría darse por diferentes factores, uno de ellos sería, escasos ingresos económicos en el caso de jóvenes y adolescentes, aunque si lo hacen cuando existen visitas de grupos familiares.

Los turistas de la tercera edad no poseen en algunas ocasiones las condiciones de salud para realizar viajes o recorridos largos y que requieran de esfuerzo físico; aunque se compensa esta dificultad con los paisajes con que cuenta la parroquia ya que la parroquia cuenta con el clima algo frío lo que influye para que el turista se desmotive, cuando no está acostumbrado a este tipo de climas o a su vez cuando busca un clima diferente al de donde procede.

Se muestra que la mayor afluencia turística en la parroquia de San Pablo es por parte de los hombres 55%, esto se debe a que en las encuestas realizadas los hombres presentaron una mejor disposición para responder. Sin embargo, el 45 % de los turistas son de género femenino, esta diferencia que se muestra en la visita se debe a que las actividades que se ofertan pueden ser muy largas por lo que son poco apetecidas por este rubro de los visitantes, La comunidad LGBTI no se ve representada en el gráfico puesto que durante las entrevistas no hubo personas que se identificaron dentro de este grupo.

En lo referente al nivel de educación podemos indicar que el 44% de los turistas tiene estudios secundarios, se infiere que el nivel de educación es un factor a considerar ya que las personas encuestadas tienen conocimientos generales, que les permite la comprensión sobre la temática de la encuesta, mientras que el 35% posee estudios universitarios, lo cual se supondría ayuda a dar una opinión más técnica durante sus respuestas e incluso en algunos casos los turistas plantearon a más de la respuesta ciertas sugerencias o recomendaciones para mejorar en las diferentes temáticas que se abordaron en la encuesta.

De las personas encuestadas el 26% son empleados privados, los cuales como mínimo ganan el salario básico, por lo cual se deduce que poseen los recursos económicos para poder realizar actividades recreativas como viajes de placer y turismo. Mientras que el 21% de los encuestados manifestaron ser empresarios o microempresarios, lo que indicaría que tienen mayores y mejores posibilidades tanto de tiempo como económicas, por lo que a su vez por el stress del trabajo requieren de lugares como San Pablo para relajarse y disfrutar mejor sus vacaciones o momentos de relax. Continuando la revisión de los visitantes a San Pablo del Lago debemos indicar que el 15% pertenece a los trabajadores del sector público que tienen mayores ingresos económicos salariales, pero poca disponibilidad de tiempo, de tal manera que realizar actividades turísticas como las que ofrece San Pablo es más limitada,

debido a la disponibilidad de su tiempo. El 12% representa a los agentes vendedores y comerciantes que en este caso se presume que viajan constantemente para ofertar sus productos, de tal manera que aprovechan la actividad turística para relajarse y a su vez poder realizar su trabajo de ventas.

Un aspecto muy importante que debemos tener en cuenta es que el 50% de los turistas que visitan el cantón son de nacionalidad ecuatoriana, en su mayoría son procedentes de la ciudad de Quito y sus alrededores, se deduce que tienden a visitar el sector por la cercanía a la ciudad de origen, además la publicidad que poco a poco se va ampliando en los diferentes canales de información, les motivo e incentivo a visitar los diferentes lugares con sus atractivos turísticos con que cuentan cada una de las parroquias y cantones de la provincia de Imbabura.

Se pudo evidenciar que los turistas se mostraron interesados en conocer la cultura, gastronomía, costumbres y las tradiciones del sector, así como de RR. NN.

El 20% de los turistas son de nacionalidad estadounidense, algunos supieron manifestar que estaban de paso a otro destino turístico, pero que vieron publicidad sobre la laguna y su Parque Acuático y decidieron visitar el pueblo y sus atractivos ya que allí se desarrollaba la su mayor actividad principal.

Debemos indicar que de la información recabada se deduce que el 32% de los turistas, utilizaron el servicio de alimentación independientemente del tiempo de su estancia en el cantón, la alimentación es una parte fundamental, dentro de cualquier destino turístico, se podría decir que la oferta del servicio de alimentación es uno de los aspectos que el turista valora mucho tanto en calidad, variedad y en economía tomando en cuenta que la misma debe estar acorde a los diferentes gustos de los visitantes.

De la información obtenida de primera mano podemos indicar que el 28% de encuestados manifestó que utilizó el servicio de hospedaje, debido a las diferentes actividades que iban a realizar durante su estancia, manifestaron a su vez que los establecimientos hoteleros se acomodan a las diferentes necesidades del turista. Las actividades recreativas ocupan un 22% en la gráfica, la mayoría de estas actividades fueron realizadas en los atractivos más conocidos de la parroquia como es el lago San Pablo, el volcán Imbabura, la laguna del Cubilche.

El 17% de personas utilizaron el servicio de transporte interno como taxis, camionetas y buses, las camionetas fueron mayormente utilizadas para dirigirse hacia los atractivos que deseaban visitar y se los utilizó por la distancia a la que se encuentran y por la facilidad de acceso a las mismas y así podemos indicar que visitaron al lago y a las faldas del volcán Imbabura, para poder realizar sus caminatas, mientras que el resto de atractivos, así como las comunidades son cercanos y además se encuentran conectados por una línea de buses, que da el servicio desde Otavalo a las comunidades de la Parroquia de San Pablo del Lago.

De las personas encuestadas el 32% se hospedaron en hoteles que en su mayoría y los de mayor categoría se encuentran en la parroquia y en la comunidad de Araque, mismo que tiene a disposición servicios turísticos necesarios para complementar su estancia (Caminatas y recorridos tanto en vehículo como cabalgatas de media y larga distancia). El 24% de turistas se hospedaron en los domicilios de amistades y familiares ya que recibieron una invitación por parte de los mismos, especialmente en fechas específicas en donde se desarrollan fiestas lo que les permitió disfrutar de las fiestas tradicionales y de los atractivos turísticos, ubicados en las distintas comunidades. Mientras que el 17% de turistas manifestaron que se hospedaban en hosterías, se pudo evidenciar que en su mayoría eran turistas extranjeros, que se acercaron por el atractivo que tiene la parroquia y que

además cuentan con los recursos necesarios para poder cubrir dicha inversión. El 13% de los turistas utilizaron tiendas de campaña, específicamente en el sector del cerro de Cubilche ya que el interés de los turistas fue visitar este atractivo. Conjuntamente con este dato el 10% de turistas utilizó las cabañas que se ubican en el mismo sector.

En lo que respecta con la alimentación el 33% de turistas utilizaron los restaurantes familiares, que se encuentran en la parroquia de San Pablo de lago en la cual tiene una oferta gastronómica variada y el turista puede escoger, lo que se ajuste a su gusto y economía. El 25% de turistas prefirió alimentarse en establecimientos de comida rápida, se infiere que por cuestiones de tiempo e incluso por el costo económico asequible que tienen. Por ende, se evidencia mayor presencia de gente en estos establecimientos.

Los turistas se movilizaron en automóvil propio, en los distintos atractivos, ya que la procedencia de los mismos era de sitios cercanos a la parroquia como por ejemplo de Quito, Ibarra y Otavalo por lo cual no representa inconveniente alguno para viajar, realizar las actividades recreacionales y retornar a su ciudad de origen.

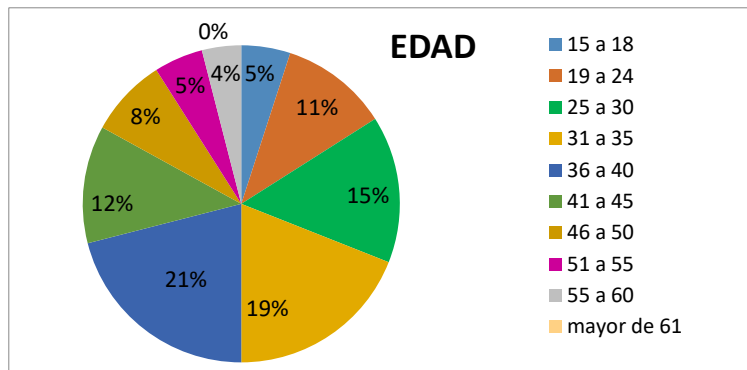
El 25 % de los turistas utilizaron transporte interno como las camionetas ya que no cuentan con vehículo propio y adicionalmente no todos los vehículos están en condiciones de ingresar a los atractivos turísticos ya que en algunos casos las vías de acceso no presentan las condiciones para un fácil ingreso debido a que están en procesos de arreglos y mejoramientos de las entradas a las diferentes comunidades de la parroquia

Lo que en el caso del ingreso al lago san pablo es necesario utilizar un vehículo por este motivo a veces se necesita contratar el servicio de una compañía de transporte o a su vez tomar un bus de las diferentes cooperativas llegar hasta la comuna de Araque y de ahí realizar una pequeña caminata para ingresar al atractivo turístico.

Otros turistas prefirieron realizar caminatas ya que algunos atractivos turísticos son cercanos como por ejemplo la rinconada emprendimiento de mujeres, la piedra rummy. Tienen una distancia corta por lo tanto se puede conocer el resto de la parroquia durante el trayecto entre atractivo.

Pregunta 1 ¿Seleccione su edad?

Figura 9 Edad de los turistas



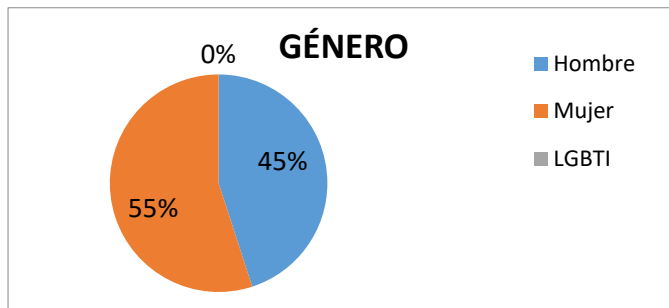
Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

Según muestra del gráfico la edad promedio que visitan la parroquia de San Pablo de Lago y sus comunidades se encuentran en un rango desde los 31 años hasta los 40 años, se supondría que poseen disponibilidad de recursos económicos, disponibilidad de tiempo y por el interés de conocer nuevos destinos. Mientras que los turistas de la tercera edad, jóvenes y adolescentes no visitan con mucha frecuencia las comunidades y la parroquia de San Pablo de Lago, esto podría darse por diferentes factores, uno de ellos sería, escasos ingresos económicos en el caso de jóvenes y adolescentes, por otra parte los turistas de la tercera edad no poseen en algunas ocasiones las condiciones de salud para realizar viajes o recorridos extensos y el caso

del sector el clima es un factor que en ocasiones influye para que el turista se desmotive.

Pregunta 2 ¿Seleccione su género?

Figura 10 Género de los turistas

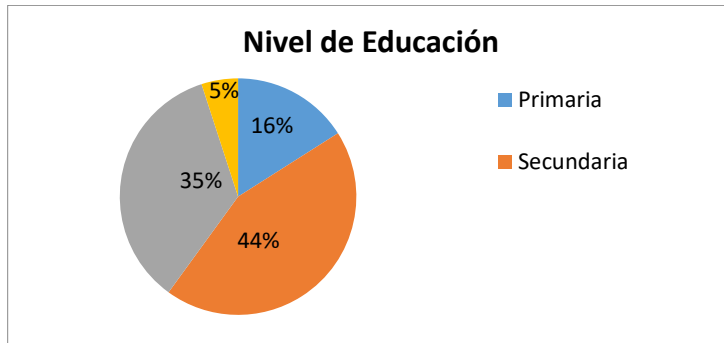


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo

En la gráfica se muestra que la mayor afluencia turística en la parroquia de San Pablo es por parte de los hombres, esto se debe a que en las encuestas realizadas los hombres presentaron una mejor disposición para responder. Sin embargo, solo el 45 % es la diferencia que se muestra en la visita de los turistas de género femenino debido a que las actividades pueden ser muy largas, La comunidad LGBTI no se ve representada en el gráfico puesto que durante las entrevistas no hubo personas que se identificaron dentro de este grupo

Pregunta 3 ¿Cuál es su nivel de educación?

Figura 11 Nivel de educación de los turistas

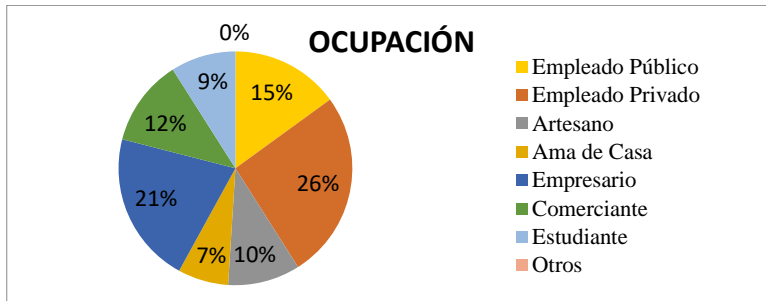


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

El 44% de los turistas tiene estudios secundarios, se infiere que el nivel de educación es un factor a considerar ya que las personas encuestadas tienen conocimientos generales, que les permite la comprensión sobre la temática de la encuesta, mientras que el 35% posee estudios universitarios, por lo cual se supondría ayuda a dar una opinión más técnica durante sus respuestas e incluso en algunos casos los turistas manifestaron ciertas sugerencias en las diferentes temáticas que se abordaron en la encuesta,

Pregunta 4 ¿Seleccione su ocupación?

Figura 12 Ocupación

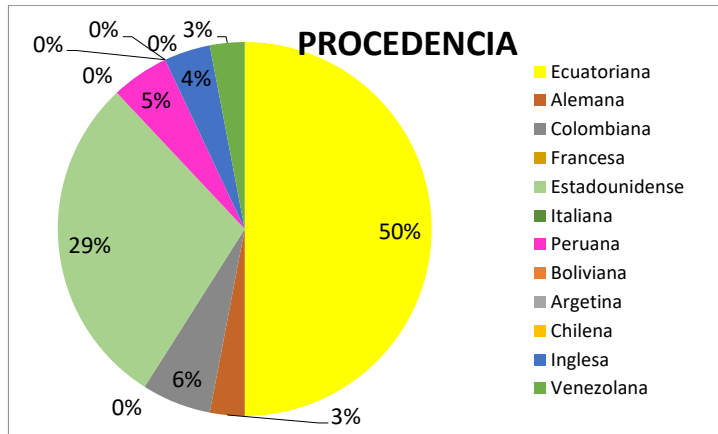


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

De las personas encuestadas el 26% son empleados privados, los cuales como mínimo ganan el salario básico, por lo cual se infiere que poseen los recursos económicos para poder realizar actividades recreativas como turismo. Mientras que el 21% de los encuestados manifestaron ser empresarios o microempresarios, lo que indicaría que son dueños de su tiempo y su dinero, por lo que puede realizar diferentes tipos de actividades a su conveniencia. Por parte el 15% pertenece a los trabajadores del sector público que tienen mayores ingresos económicos salariales, pero poca disponibilidad de tiempo, de tal manera que realizar actividades turísticas es más limitada. El 12% representa a los comerciantes que en este caso se presume que viajan constantemente para ofertar sus productos, de tal manera aprovechan la actividad turística para mejorar su economía.

Pregunta 5 ¿Seleccione su nacionalidad?

Figura 13 Procedencia 5



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

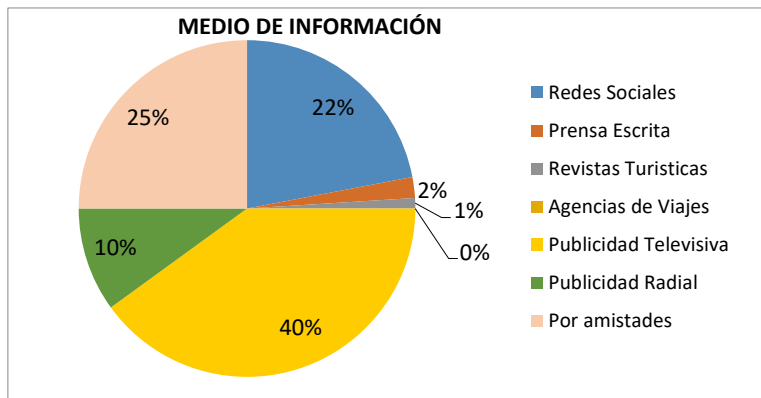
Como muestra el gráfico el 50% de los turistas que visitan el cantón son de nacionalidad ecuatoriana, es su mayoría son procedentes de la ciudad de Quito y sus alrededores, se infiere que tienden a visitar el sector por la cercanía a la ciudad de origen, además la publicidad que poco a poco se va ampliando en diferentes canales de información, les motivo e incentivo a visitar las diferentes comunidades de la parroquia.

Se pudo evidenciar que los turistas se mostraron interesados en conocer sobre la cultura gastronómica, costumbres y las tradiciones del sector,

El 20% de los turistas son de nacionalidad estadounidense, algunos supieron manifestar que estaban de paso a otro destino turístico, pero que vieron publicidad sobre Cusín, La laguna y su Parque Acuático lo que les hizo tomar la decisión de quedarse y visitar el pueblo y sus atractivos ya que cada uno de ellos son diferentes y les brindan diferentes actividades.

Pregunta 6 ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia San Pablo de Lago?

Figura 14 Medio de información



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

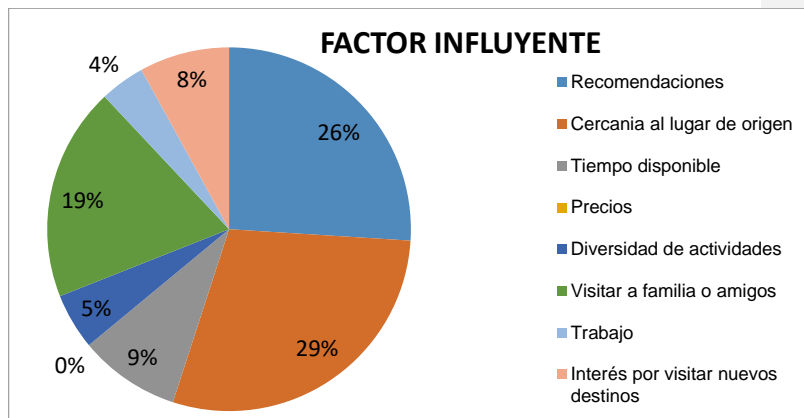
Como muestra la gráfica el medio de comunicación por el cual los turistas se informaron sobre el pueblo fue por publicidad televisiva, ya que las personas interesadas en fomentar el turismo en la parroquia se encargaron de difundir por diferentes medios de comunicación los diferentes atractivos turísticos de la parroquia y sus comunidades.

Hace unos meses atrás se declaró Imbabura como Geo parque Mundial lo que ha permitido que los turistas se interesen más en visitar los atractivos que abarca dicho proyecto. El 25% manifestó que su medio de información fueron amistades que viven en las diferentes comunidades y en la parroquia, ya que por motivo de las fiestas se les invitó hacer partícipes de este evento. Las redes sociales tuvieron un gran impacto sobre promoción turística ya que por este medio se puede compartir información a la cual todos pueden tener acceso, este medio de comunicación permite dar a conocer cada vez más a la

comunidad local nacional y mundial el potencial turístico con el que cuenta las comunidades y la parroquia de San Pablo del Lago

Pregunta 7 ¿Qué factor adicional influyó para visitar la parroquia San Pablo de Lago?

Figura 15 Factor influyente



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

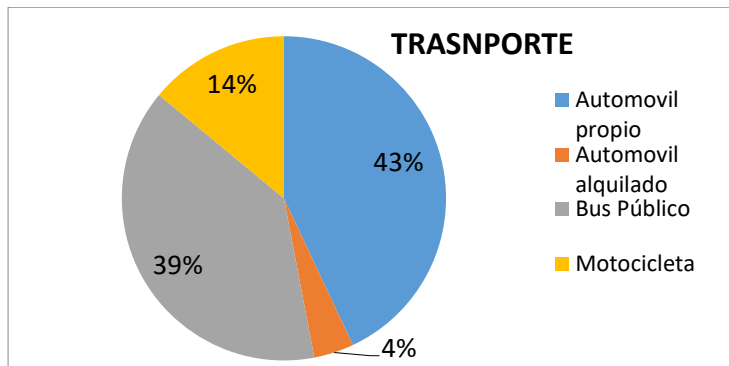
El 33% de turistas encuestados supieron manifestar que uno de los factores que les influyo para visitar la parroquia, fue la cercanía del lugar ya que como se mencionó anteriormente la mayoría de turistas procedían de las ciudades cercanas y de sus alrededores.

Y lo que El 25% supieron manifestar que el factor que les motivo a visitar el sector fueron recomendaciones, de amigos, familiares y publicidad turística, debido a que quienes les recomiendan que visiten la parroquia y las comunidades han obtenido una buena experiencia debido a que han visitado algunos atractivos del de la parroquia como por ejemplo el lago de San Pablo, el volcán Imbabura, el cerro Cubilche y sus lagunas actividades de las comunidades como emprendimientos de mujeres.

Por otra parte, el 18% de los turistas que se encontraban en la parroquia, vinieron a visitar a sus familiares y amigos, e incluso algunas personas manifestaron que residen en otros países pero que venían de vacaciones a visitar a la familia coincidiendo con la temporalidad de las fiestas y temporadas de vacaciones para aprovechar y salir de lo rutinario.

Pregunta 8 ¿Qué medio de transporte utilizó para trasladarse a la parroquia de San Pablo y a sus comunidades?

Figura 16 transporte 8

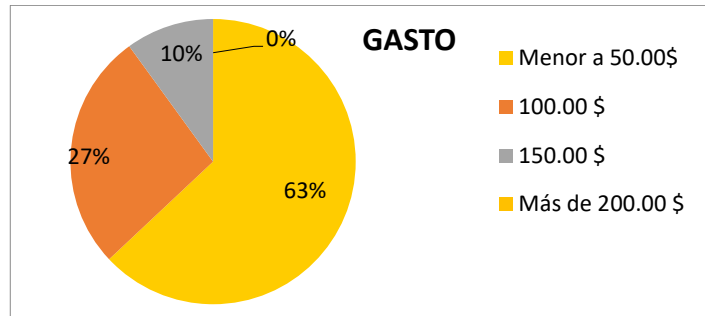


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

El 43% de las personas encuestadas manifestaron que su viaje fue realizado en automóvil propio, ya que de esta manera sería fácil su movilización dentro del cantón y el retorno a su ciudad de origen, el 39% de los turistas utilizaron autobús público ya que no poseen vehículos propios, pero esto no ha sido un impedimento para movilizarse y conocer los atractivos turísticos que poseen las comunidades de San Pablo del Lago.

Pregunta 9 ¿Cuánto gastó usted en su visita?

Figura 17 Inversión



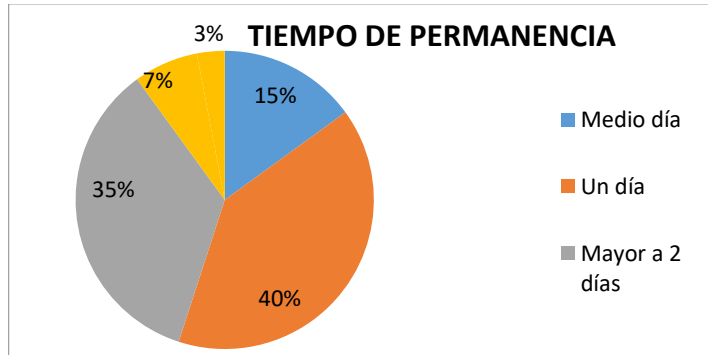
Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

En la gráfica se muestra que el 63% de los turistas encuestados manifestaron que su inversión promedio fue menor a 50,00\$, se presume que se bebería a que no pernoctaron en la parroquia por ende sus gastos fueron destinados al servicio de alimentación y de transporte durante su visita, es necesario considerar que la mayoría de turistas se encontraban en compañía de sus familias, por lo cual la cantidad manifestada fue suficiente para cubrir sus necesidades.

El 27% de turistas hicieron un gasto de 100,00\$ debido a que prefirieron quedarse por más días en la parroquia para poder visitar y conocer nuevos atractivos, en algunas ocasiones dentro de esta cantidad se incluye el servicio de alojamiento que por obvias razones aumentaría el total de la inversión durante su estancia. El 10% de encuestados realizó un gasto de 150,00\$, se infiere que este porcentaje en algunos representa a turistas extranjeros que pernoctaron en establecimientos de una categoría alta durante varios días en la parroquia

Pregunta 10 ¿Cuánto duró su estadía la parroquia de San Pablo de Lago?

Figura 18 Tiempo de permanencia 10

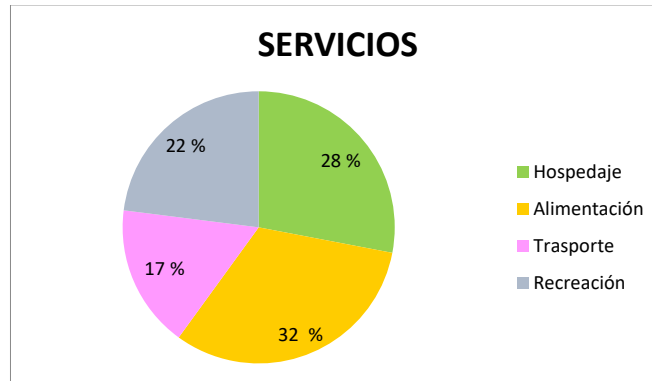


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

El 40% de encuestados informaron que su visita fue durante un día, en el cual pudieron conocer algunos lugares turísticos de las comunidades y de la parroquia, además manifestaron que por la cercanía de a su lugar de origen, preferían regresar a sus hogares para descansar. El 35% de turistas pernoctaron por un tiempo mayor a dos días, ya que en algunos casos su destino principal era el ascenso al volcán Imbabura hacer sus recorridos por los senderos del páramo y la visita al lago San Pablo, lo cual coincidían con su visita, por otra parte, había turistas que tenían la facilidad de hospedarse en las casas de amigos o familiares. Como se muestra en la gráfica el 15% de los turistas permanecían por pocas horas en lugar, ya que su visita era de paso porque tenían muchos destinos más por recorrer y de esa manera aprovechar el mayor tiempo posible en cada lugar visitado.

Pregunta 11 ¿Qué servicios utilizó durante su estadía en la parroquia de San Pablo de Lago?

Figura 19 Servicios



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

En el gráfico se muestra que el 32% de los turistas, utilizaron el servicio de alimentación debido a sus gustos gastronómicos y ya que estaban en la parroquia, la alimentación es una parte fundamental, dentro de cualquier destino turístico, se podría decir que la oferta del servicio de alimentación es variada, y acorde a los diferentes gustos de los turistas.

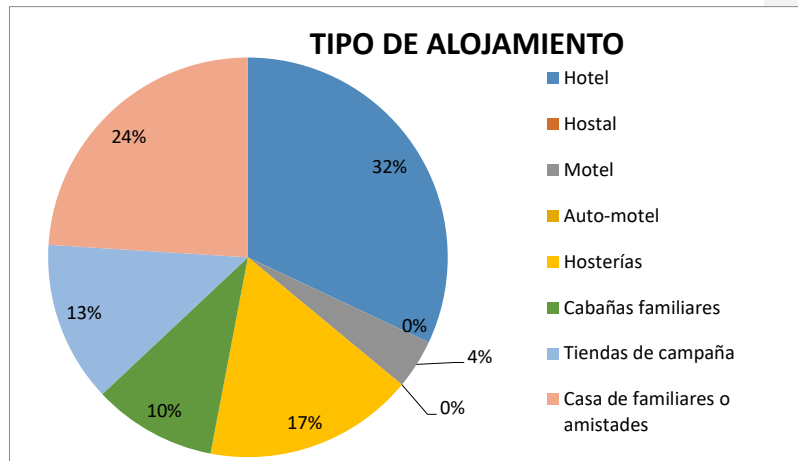
El 28% de encuestados manifestó que utilizó el servicio de hospedaje, debido a las diferentes actividades que iban a realizar durante su estancia, de igual manera los establecimientos hoteleros se acomodan a las diferentes necesidades del turista. Las actividades recreativas ocupan un 22% en la gráfica, la mayoría de estas actividades fueron realizadas en los atractivos más conocidos de la parroquia como es el lago San Pablo, el volcán Imbabura, Cubilche.

El 17% de personas utilizaron el servicio de transporte interno como taxis, camionetas y buses, las camionetas fueron mayormente utilizadas para

dirigirse por la distancia y facilidad al lago y a las faldas del volcán para poder realizar sus caminatas, mientras que el resto de atractivos, así como las comunidades son cercanos, motivo por el cual puede utilizar la línea de buses urbano

Pregunta 12 ¿Cuál fue el tipo de alojamiento que usted utilizó durante su estancia?

Figura 20 tipo de alojamiento



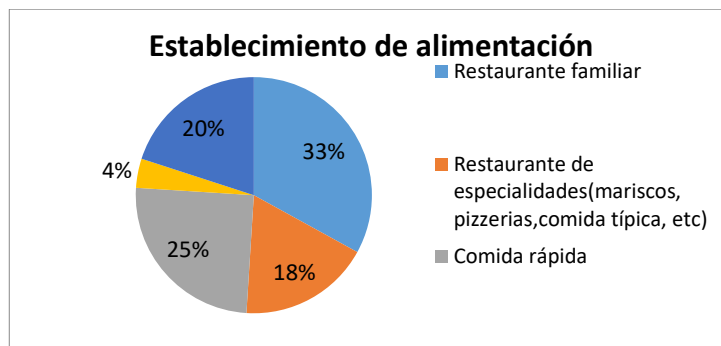
Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

En la gráfica se observa que 32% de turistas encuestados se hospedaron en hoteles que en su mayoría y los de mayor categoría se encuentran en la parroquia y en la comunidad de Araque, mismo que tiene a disposición servicios turísticos necesarios para complementar su estancia. El 24% de turistas se hospedaron en los domicilios de amistades y familiares ya que recibieron una invitación por parte de los mismos, para que disfruten de las fiestas tradicionales y de los atractivos turísticos, ubicados en las distintas comunidades. Mientras que el 17% de turistas manifestaron que se hospedaban en hosterías, se pudo evidenciar que en su mayoría eran turistas

extranjeros, que se presume tienen el dinero necesario para solventar este gasto. El 13% de los turistas utilizaron tiendas de campaña, específicamente en el sector del cerro de Cubilche ya que el interés de los turistas fue visitar este atractivo. Conjuntamente con este dato el 10% de turistas utilizó las cabañas que se ubican en el mismo sector.

Pregunta 13 ¿Cuál fue el tipo de establecimiento de alimentación que utilizó durante su estadía?

Figura 21 Pastel referencial pregunta 13

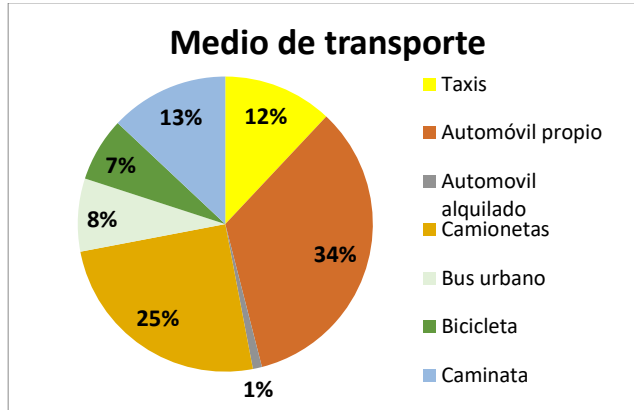


Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

En el gráfico se observa que el 33% de turistas se alimentaron en los restaurantes familiares, que se encuentran en la parroquia de San Pablo del Lago en la cual tiene una oferta gastronómica variada y el turista puede escoger lo que se ajuste a su gusto. El 25% de turistas prefirió alimentarse en establecimientos de comida rápida, se infiere que por cuestiones de tiempo e incluso por el bajo costo económico que tienen. Por ende, se evidencia mayor aglomeración de gente en estos establecimientos.

Pregunta 14 ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó durante su estancia en la parroquia?

Figura 22 medio de transporte 14



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo.

La encuesta da como resultado que en su mayoría los turistas se movilizaron en automóvil propio, en los distintos atractivos, ya que la procedencia de los mismos era de sitios cercanos a la parroquia como por ejemplo de Quito, Ibarra y Otavalo por lo cual no representa inconveniente alguno para viajar, realizar las actividades recreacionales y retornar a su ciudad de origen.

El 25 % de los turistas utilizaron transporte interno como las camionetas ya que no cuentan con vehículo propio y adicionalmente no todos los vehículos están en condiciones de ingresar a los atractivos turísticos ya que en algunos las vías de acceso no presentan las condiciones para un fácil ingreso debido a que están en procesos de arreglos y mejoramientos de las entradas a las diferentes comunidades de la parroquia

Lo que en el caso del ingreso al Lago San Pablo es necesario utilizar un vehículo por este motivo a veces se necesita contratar el servicio de una compañía de transporte o a su vez tomar un bus de las diferentes cooperativas

llegar hasta la comuna de Araque y de ahí realizar una pequeña caminata para ingresar al atractivo turístico.

Otros turistas prefirieron realizar caminatas ya que algunos atractivos turísticos son cercanos como por ejemplo la rinconada, emprendimiento de mujeres, la piedra rummy. Tienen una distancia corta por lo tanto se puede conocer el resto de la parroquia durante el trayecto entre atractivo.

4.2 Impactos económicos generados por el sector turístico

Los impactos económicos generados por el turismo se los puede catalogar de la siguiente manera:

Impactos positivos que afectan a: la economía, la cultura y el ambiente.

4.2.1 Impacto que afecta a la economía

En este aspecto debemos indicar que existen factores importantes como el de la creación de fuentes de trabajo solo que este también tiene mucha relación con la temporada de afluencia del turismo. En lo referente a las otras actividades económicas también corren la misma suerte pues la economía local y nacional tiene dificultades que en determinados casos afectan de manera directa o indirecta a la situación global de la economía en la parroquia así el transporte se ve afectado por los precios fluctuantes de los repuestos y mantenimiento de las unidades, lo que de una u otra manera causan algún deterioro aunque no deja de ser una actividad generadora de economía por la necesidad cada vez más creciente de movilización dentro de la parroquia.

En lo referente a los establecimientos de turismo tanto los que proveen alimentación así como los que proveen hospedaje si bien es cierto generan economía debido a que los de hospedaje deben realizar mantenimientos permanentes de los locales y en determinados casos renovación o ampliación de espacios lo que se ven afectados en la economía debido a que se requiere nuevas inversiones; pero mirándolo del lado del impacto positivo debemos

decir que generan a su vez nuevas plazas de trabajo aunque sea temporales, los locales de alimentación en cambio han tenido que ser construidos o reconstruidos en la mayoría de casos lo que a su vez genera plazas de trabajo temporal para los habitantes de la parroquia.

Las empresas existentes en la parroquia generan una importante fuente de trabajo pues se puede decir que son las únicas que cuentan con un mayor número de plazas de trabajo que, aunque no son fijas, pero si apoyan a la economía de los pobladores y por ende a la posibilidad de contar con ingresos económicos para solventar las necesidades familiares la mayor parte del año. Debemos decir también que existen temporadas especialmente en lo que se refiere a las florícolas existentes que hay determinadas épocas del año en las que se incrementa la necesidad de mano de obra no calificada para la realización de las actividades propias de la actividad.

4.2.2 Impacto que afecta a la cultura

En este aspecto debemos indicar que se puede determinar que hay afectación positiva debido a que se valora más la identidad cultural de los pueblos ancestrales existentes en la parroquia(nacionalidad Cayambe), pues la riqueza cultural que guarda dicha cultura se ve dinamizada y revalorizada, por los visitantes lo que ayuda a que se mantenga de una manera permanente dentro del sector, esto ha hecho que se dinamicen y creen grupos culturales de danza y baile especialmente para poder dar a conocer a los visitantes ya sea aprovechando las fiestas tradicionales o bien para eventos especiales para los visitantes.

Podemos decir que el impacto negativo de esta actividad es que en algunos casos se han acogido ciertos temas de la cultura de los visitantes o en su defecto de la migración que realizan los integrantes de la parroquia lo que hace que en determinados casos se tergiverse la verdadera identidad cultural, y si no se logra estar atentos a las acciones en defensa de la identidad puede causar dificultades en algún momento determinado.

Por esto es bien importante que se desarrolle una planificación adecuada en donde se tome en cuenta esta acción dentro de dicha planificación y de esta manera disminuir el impacto negativo que se pueda dar por el desarrollo de dicha actividad.

4.2.3 Impacto que afecta al Ambiente

Vale la pena indicar que el ambiente es una de los elementos más frágiles y que si no se toma en cuenta su cuidado y manejo se pueden causar muchas dificultades, entre las que podemos anotarlas siguientes.

Afectación a los páramos: si no se toma en cuenta la fragilidad de espacio con que cuenta la parroquia se puede llegar a causar entre las principales problemáticas podemos indicar el daño a través de la basura que se puede dejar en estos espacios visitados si y más aún cuando no hay una conciencia de no dañar los recursos naturales.

Además de la basura, se pueden dar incendios forestales ya sean provocados o debido a los desechos dejados en el mismo, lo que afecta peligrosamente los espacios naturales y que cuesta conservarlos y a su vez recuperarlos es mucho más difícil.

Afectación a las aguas: en este aspecto la contaminación que se puede producir en relación con el agua es muy importante detectar puesto que el agua en este sector es un recurso escaso y que además da servicio una vez que se han hecho desfogues en la laguna para aprovechar esta fuente de agua para dotar de riego a varios cantones de la provincia de Imbabura (Ibarra, Antonio Ante, Otavalo), la misma que se utiliza para la producción de alimentos y si esta llegara a estar contaminada sería una catástrofe pues habría una contaminación de suelos, de agua de animales y personas, lo que afectaría de manera muy grande a la actividad productiva agropecuaria y a su vez a la actividad turística , ya que se vería afectada en la disminución de visitantes y por ende esto afectaría a la economía de la parroquia y de las personas que

dependen directa o indirectamente del turismo. Este nivel de contaminación también afectaría a los habitantes de la parroquia ya que el lago es una fuente indirecta de abastecimiento de agua, tanto para los cultivos como en determinadas épocas de estiaje se la utiliza para el consumo humano.

El turismo es utilizado por hombres que están por el 55% mientras que las mujeres tienen 45% como se puede observar que se nota un equilibrio en los niveles de participación en las actividades turísticas y servicios que ofrecen los establecimientos y empresas que son beneficiados del turismo en la parroquia

El nivel de instrucción de las personas que ofrecen servicios turísticos en la parroquia se da en los niveles primario y secundario es por ello que desconocen mucho de cómo emprender o hacer nuevos emprendimientos para aprovechar la poca afluencia de turistas.

Lo que el 8% se considerada en educación media debido a la falta de recursos y apoyo por parte de sus familiares

El turismo en la parroquia de san pablo de lago se encuentra relacionada en algunas profesiones por lo que un 23.8% se encuentran las personas que venden sus productos a los turistas que visitan o están de paso por la parroquia son personas con lo que cabe recalcar que un 38% no tienen ninguna profesión y se han dedicado a emprender sin bases y conocimientos técnicos

Los artesanos son el mayor número de encuestados que representan a la mayoría de personas que generan emprendimientos y son los que lideran los en las actividades y empresas que ofrecen servicios a la parroquia.

La mayor cantidad de oferta de los establecimientos de turismo está en la alimentación y el comercio que sobresale y las personas prestadoras de servicios son las beneficiadas directamente y de esta manera beneficia a su familia

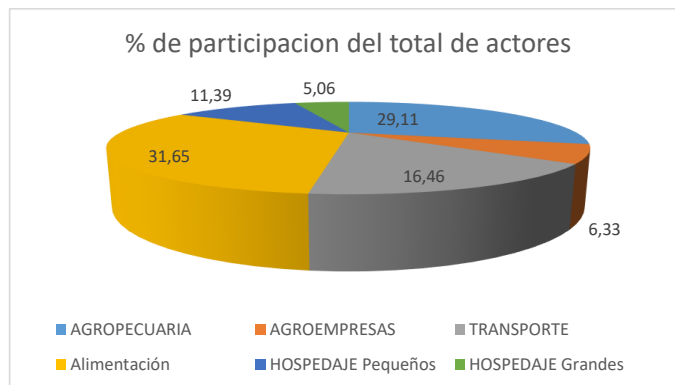
La afluencia de ecuatorianos que realizan turismo dentro de la parroquia es muy considerable ya que se encuentra en un 77% esto nos da un enfoque que los propios turistas nacionales son los que mayores réditos económicos dejan al turismo y a las empresas de la parroquia

Se deduce de acuerdo a la investigación que hay un término de afluencia medio mensualmente lo que en los prestadores de servicios no están muy beneficiados por turistas de otras nacionalidades esto quiere decir que es por eso que solo perciben una inversión muy baja de ingresos de turistas de otras nacionalidades.

Los establecimientos y empresas que brindan servicios reciben un término medio de turistas mensualmente, debido a que muchas veces los turistas ya vienen con todos los gastos incluidos en los paquetes y con escaso tiempo de visitar la parroquia.

El número de actores que se encuentran en la parroquia está distribuido de la manera que se indican en la tabla siguiente:

Figura 23 Porcentaje de la Participación en las Actividades económicas de la Parroquia



Fuente: Encuesta para determinar el perfil del visitante para el desarrollo del turismo

Como se indica en el cuadro el porcentaje del total de los actores estudiados en la parroquia; del 100% corresponde al sector agropecuario el 29,11% que es el que dinamiza la producción para cubrir las necesidades básicas (Salud, educación, vivienda, etc.) de los actores correspondientes a este rubro.

Del número total de actores estudiados en la parroquia del 100%; corresponde al sector de las empresas el 6,33% que es el que dinamiza la actividad determinada en este rubro.

Del número total de actores estudiados en la parroquia del 100%; corresponde al sector del transporte 16,46% que es el que dinamiza la actividad determinada en este rubro.

Del número total de actores estudiados en la parroquia del 100%; corresponde al sector de dotación de Alimentación el 31,65% que es el que apoya a la dinámica de la actividad determinada en este rubro.

Del número total de actores estudiados en la parroquia del 100%; corresponde al sector de dotación de pequeños proveedores de Hospedaje corresponde el 11,39% que es el que apoya a la dinámica de la actividad determinada en este rubro.

Mientras que del número total de actores estudiados en la parroquia del 100%; corresponde al sector de dotación de grandes proveedores de Hospedaje corresponde el 5,06% que es el que apoya a la dinámica de la actividad determinada en este rubro.

El ingreso mensual de turistas esta dado en el rango de \$ 101 a 300 mensuales lo que no deja muchas ganancias para la población para que esta se encuentre beneficiada en su totalidad de esta actividad turística.

El 23% de los turistas mencionaron que ellos solo están dispuestos a pagar eso por los servicios turísticos ya que deberían ser de mejor calidad y siempre encontrarse en categorías

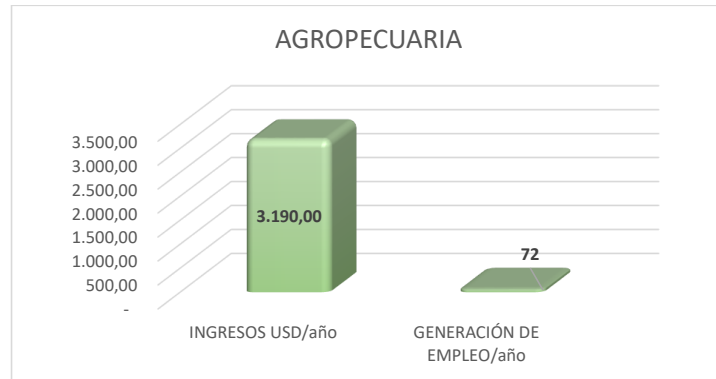
De la información recopilada a la población a la cual se les realizó las fichas de observación de campo a los pobladores y a los principales actores económicos de la parroquia mismos que se dedica a las diferentes actividades, se ha logrado determinar que existen actividades dentro de las cuales se desarrolla mayormente la economía de la parroquia lo que vamos a detallar a continuación

4.2.3 Actividad agrícola y pecuaria

Esta actividad es generalizada en la parroquia a pesar de no contar con los recursos adecuados para un desarrollo más fuerte, pero debemos indicar que es el generador de autoabastecimiento alimenticio de la población así como también de mantener su identidad y finalmente permite que la población abandone el sector rural y se ubique en las grandes ciudades, la generación es mínima puesto que bordea un mínimo de 3.190 mensuales lo que permite a la población que se dedica a esta actividad cubrir sus necesidades básicas como: salud educación vivienda alimentación, y también para contar con fondos para re inversión, en esta actividad podemos identificar que por relaciones de género el femenino es el que más se dedica a este tipo de actividades debido a que la población masculina migra fuera de la parroquia para complementar los ingresos de las familias

La producción agrícola y pecuaria le asegura su seguridad alimentaria, así como también sirve de alcancía para satisfacer necesidades emergentes aparte de eso se puede y debe aprovechar para las actividades turísticas como el turismo agropecuario y cultural.

Figura 24 Ingresos de la actividad agropecuaria.



Como ya se manifestó con anterioridad debemos manifestar que esta actividad es la más importante dentro de la parroquia y más aún si tomamos en cuenta que estamos hablando de una parroquia rural y es así que se ve en la figura anterior es una actividad que si bien no genera grandes ingresos económicos en efectivo \$ 3190 anuales tomando en cuenta los actores encuestados pero es un rubro que da alimentación y sustento al resto de la economía de San pablo del lago, de la misma manera vemos que genera 72 empleos permanentes y estos son especialmente de mujeres que son las que se dedican a esta actividad debido a la migración de los hombres para complementar los ingresos requeridos para las necesidades de la familia. Este rubro al apoyar al área de salud pues al necesitar de este rubro se da apoyo a las 5 farmacias existentes en la parroquia y a su vez este servicio de salud está proporcionado por 2 sub centros de salud uno del MNS que se encuentra en la cabecera parroquial y el otro por el IESS a través del seguro campesino, el mismo que se encuentra ubicado en la Comunidad de Casco Valenzuela en el área rural de San Pablo del Lago.

4.2.4 Agro empresas

Hay otro rubro de la economía de la parroquia como es la empresa Agroindustrias entre las cuales mencionamos las plantaciones florícolas,

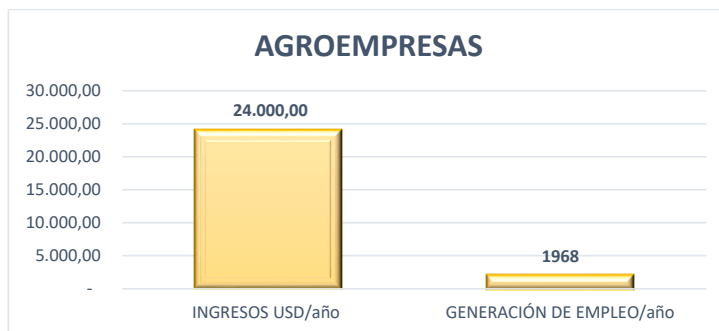
fábrica de quesos y una empresa de caucho, la que mayor genera empleo de manera directa son las empresas florícolas y la empresa de caucho lo que se destaca fundamentalmente las florícolas cuyo producto es mayormente para exportación y un porcentaje muy pequeño para la venta nacional, estas empresas establecidas en la parroquia al momento del estudio se determinó que se generaba al menos 100 empleos directos de pobladores de San Pablo de Lago aparte de empleados que vienen en busca de empleo de otros cantones y parroquias, de la misma manera estas empresas tienen flor nacional de producción la misma que genera empleo adicional a los pequeños microempresarios que distribuyen la flor en las provincias de Imbabura y Pichincha también cabe mencionar que ha generado micro emprendimientos a través del procesamiento y manipuleo de la flor (Floristerías, bazares).

Un aspecto importante que debemos anotar es que la producción de flores de la parroquia apoya indirectamente al turismo pues al determinar la procedencia de la misma se da a conocer la parroquia y por ende los usuarios de estas flores al tener la facilidad de la interconexión con mucha facilidad ubican el espacio turístico que pueden visitar lo que beneficia al País, Provincia, Cantón y a la Parroquia, el financiamiento que estas empresas reciben lo hacen a través de inversión propia y de entidades financieras nacionales e internacionales es decir que atraen capitales de otros países y provincias.

No menos importante es la presencia de la fábrica de quesos la misma que es financiada directamente por los propietarios y conforme se fue ampliando en volumen de producción así como también en la variedad de productores hizo que se vieran en la necesidad de acudir a recursos de financieras locales y regionales, la importancia de esta fábrica radica en que recoge la producción de pequeños productores de leche que normalmente son productores del sector rural el proceso a la vez genera sub productos que son utilizados en la alimentación pecuaria de animales menores, podemos indicar

que esta actividad distribuye ingresos en la población de escasos recursos y con pocas posibilidades de desarrollo.

Figura 25 Tabla de ingresos de las empresas agrícolas

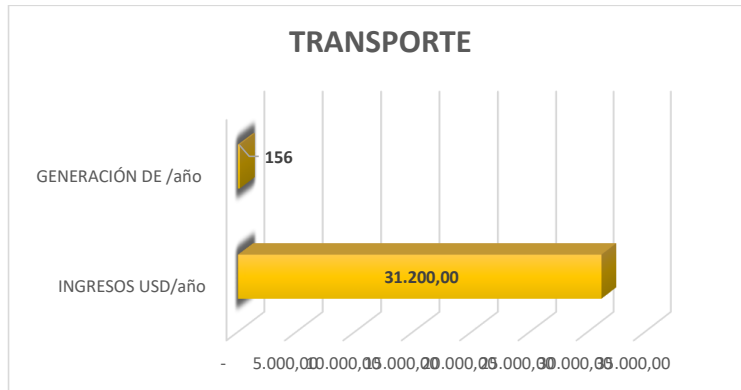


Uno de los rubros fuertes en la economía de san pablo está determinado por la actividad de las empresas existentes en la parroquia, lo que se ve reflejado en la tabla en donde se puede observar que se cuenta con unos ingresos promedio de \$ 24000 USD anuales y a su vez genera 1968 posibilidades de trabajo para los pobladores de san pablo y sus alrededores.

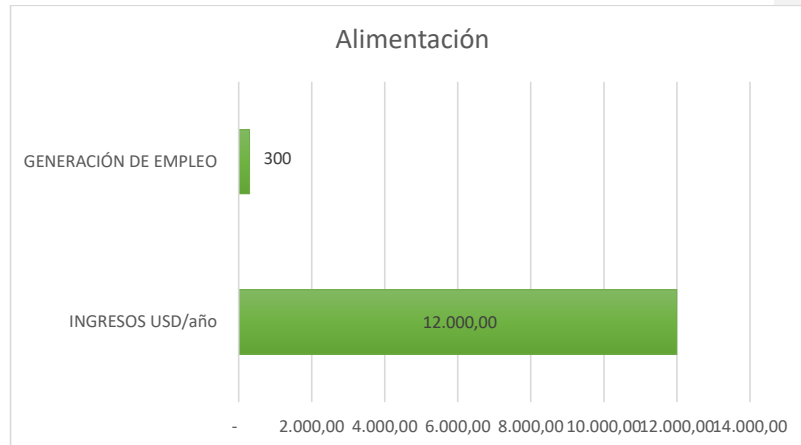
4.2.5 Transporte

El turismo de la parroquia se ha visto dinamizado por la presencia de las empresas de transporte que esto ha generad empleo a 15 familias y que generan mensualmente 2600 dólares, lo que hace que este dinero se destine a la satisfacción de necesidades básicas, así como la reinversión en las herramientas de trabajo.

Figura 26 Tabla de ingresos del transporte existente en San Pablo



Este rubro que es muy importante para el desarrollo del turismo y de las posibilidades de crear nuevas emprendimientos por la facilidad de contar con una red vial en la parroquia que permite una movilidad durante todo el año y así tenemos que genera ingresos por el valor de \$ 31200 USD anuales que son los que a su vez apoyan a otras actividades como las estaciones de servicio y mecánicas existentes en la parroquia así como también apoyan a los sectores de la construcción y producción agropecuaria y como no destacar el gran aporte que brinda a los emprendimientos turísticos los mismos que se encuentran ubicados fuera del centro parroquial y de esta manera da un gran apoyo para el desarrollo de esta actividad en general.

Figura 27 Tabla de ingresos del rubro de dotación de alimentos

Alimentación esta actividad que se dedica especialmente a la dotación de servicio alimenticio de manera formal a través de un servicio diario de alimentación en salones y restaurantes (7) y a su vez también la dotación de gastronomía tradicional requerida especialmente por los visitantes a la parroquia ya sean de manera temporal o solo de paso, lo que genera un valor de \$ 12000 USD anuales y que genera 300 posibilidades de empleo lo que si hay que decir que en este rubro el empleo es de manera temporal y en determinados casos solo por horas o en días específicos como son los fines de semana y feriados.

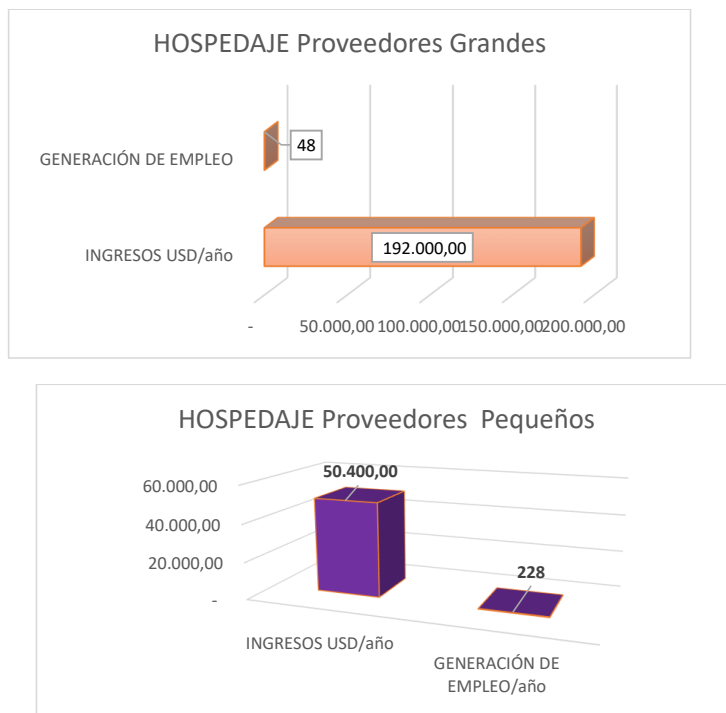
4.2.7 Hospedaje

El turismo de la parroquia se ha visto favorecidos por la presencia de establecimientos hoteleros creados desde hace muchos años atrás que han ido creciendo muy significativamente a nivel local y nacional los mismos que han logrado un buen posicionamiento debido a la ubicación estratégica dentro de la provincia de Imbabura, así como también por las alianzas estratégicas que han logrado con micro y macro empresas de turismo a nivel nacional e internacional, aprovechando para ello los avances tecnológicos con los que

cuenta el mundo actual la interconectividad ha favorecido para que la afluencia de turistas nacionales y extranjeros sea positiva.

La ubicación estratégica de los locales y el paisaje con que cuenta la parroquia ha permitido ser un atractivo único y tranquilo lo que llama la atención de los turistas que desean desconectarse del mundo para ponerse en contacto con la naturaleza, de la misma manera se benefician con personas que realizan eventos privados.

Figura 28 Ingresos del hospedaje proveedores en San Pablo



Lo que podemos observar en los cuadros es que existen dos tipos de prestación de servicio de hospedaje que dicho sea de paso en algunos casos también lo hacen de dotar con alimentación incluida pero que debido a la actividad de turismo no siempre es dotada en todas las comidas si no en

algunos casos las tres o dos y una comida al día dependiendo de la actividad y el tiempo de permanencia de los visitantes. Luego de esta pequeña introducción debemos decir que en el rubro de prestación de servicio de hospedaje de pequeños proveedores generan 48 plazas de trabajo igualmente que no siempre son de tiempo completo si no que son temporales de acuerdo a la relación que haya con el turismo, lo que produce alrededor de 192.000 USD al año dando un gran apoyo para el impulso del mantenimiento de los emprendimientos existentes así como a la creación de nuevos emprendimientos que en muchos casos se posicionan en el mercado pero de la misma manera al no genera ingresos permanente muchas veces son desechados y levantados del mercado.

De la misma manera debemos indicar que existen los grandes proveedores de hospedaje y servicio que se lo presta a niveles de turistas con mayor clase y sofisticación y de la misma manera el costo del mismo es muy superior al de los pequeños proveedores y en todo caso es más permanente ya que se realiza diversos tipos de turismo, sea de aventura, de diversión y en determinados casos de capacitación lo que hace de este, muy importante y por lo tanto sus ingresos anuales bordean los \$ 50400 USD y a i mismo generan fuentes de trabajo permanente para alrededor de 228 plazas que de la misma manera dependerá de la época para ser más permanente o menos. El número de proveedores esta por los 5 hoteles de primera calidad.

4.2.7 Turismo

La parroquia debido a su gran potencial turístico ha desarrollado otro tipo de actividades turísticas mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y económicos que se han generado en la misma, debemos mencionar que las instituciones públicas han apoyado este desarrollo entre las que podemos anotar el nombramiento de Geo parque, el ministerio de turismo y los GAD's parroquiales y municipales, dentro de estas actividades turísticas podemos mencionar el gran impulso que ha tenido el turismo comunitario así

como también el turismo de aventura turismo vivencial y el turismo agrícola, esta actividad la realizan principalmente comunidades rurales y /o personas particulares con visión y deseos de mejorar su situación socio económica tomando en cuenta la situación económica del país la misma que no da mayores oportunidades de desarrollo económico, la situación económica del país permitió a emprendedores con visión lanzarse a realizar actividades turísticas y de otros tipos de emprendimientos asociativos y familiares para alcanzar ingresos económicos mediante el aprovechamiento de los recursos con los que cuentan más la búsqueda de apoyos institucionales y de entidades financieras.

Los emprendimientos principalmente están dentro el rubro de gastronomía tradicional el mismo que ha mostrado las bondades y alternativas que presenta el mismo y que además se ha visto que no requiere de una inversión muy alta por lo que pequeños emprendedores lo han realizado, esto va generando una mejor dinámica de la actividad económica en general que permite alcanzar los objetivos que se plantean las familias a nivel de educación, salud, vivienda y a su vez contando con espacios lúdicos para la mayoría de la población

4.2.8 Propuesta de una estrategia para el desarrollo económico de San Pablo.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
La parroquia cuenta con recursos naturales para el desarrollo del turismo	La ubicación geográfica de la parroquia en relación con las actividades. .
Infraestructura relativamente nueva.	Se cuenta con vías de acceso adecuadas.

Prestadores comunitarios de servicios de turismo.	La situación económica de los operadores turísticos.
El conocimiento de la zona a nivel mundial.	Promocionar la parroquia como un destino.
Alianza pública privada para el desarrollo del turismo.	Oportunidades de financiamiento.

DEBILIDADES**AMENAZAS**

Recursos naturales mal aprovechados para la actividad turística	La economía del país
Falta de planeación estratégica parroquial para el desarrollo del turismo	Manejo inadecuado de los recursos naturales
La falta de financiamiento para el turismo.	La economía del país
Limitada promoción de los nuevos emprendimientos	La competencia de servicios de turismo.
Personal con poca capacitación profesional	Derogación de la declaratoria de Imbabura como Geo parque mundial

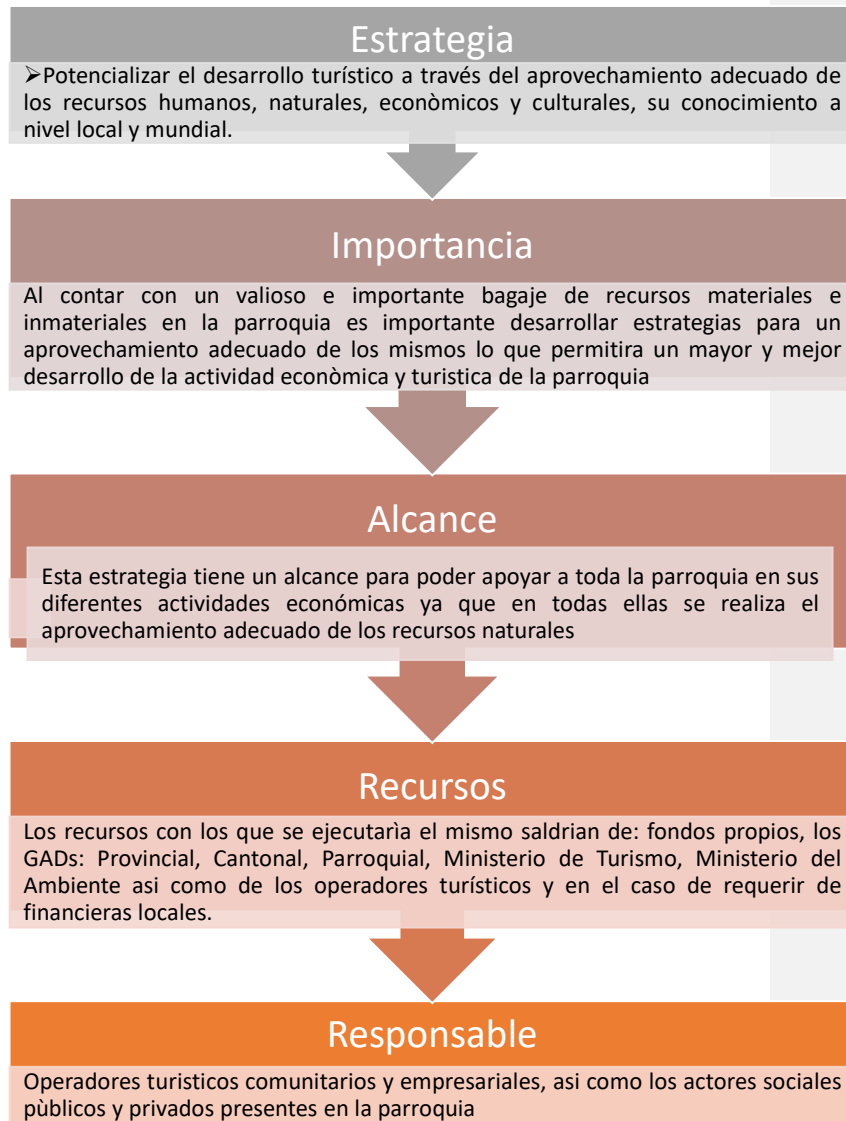
FORTALEZA OPORTUNIDAD**DEBILIDAD OPORTUNIDAD**

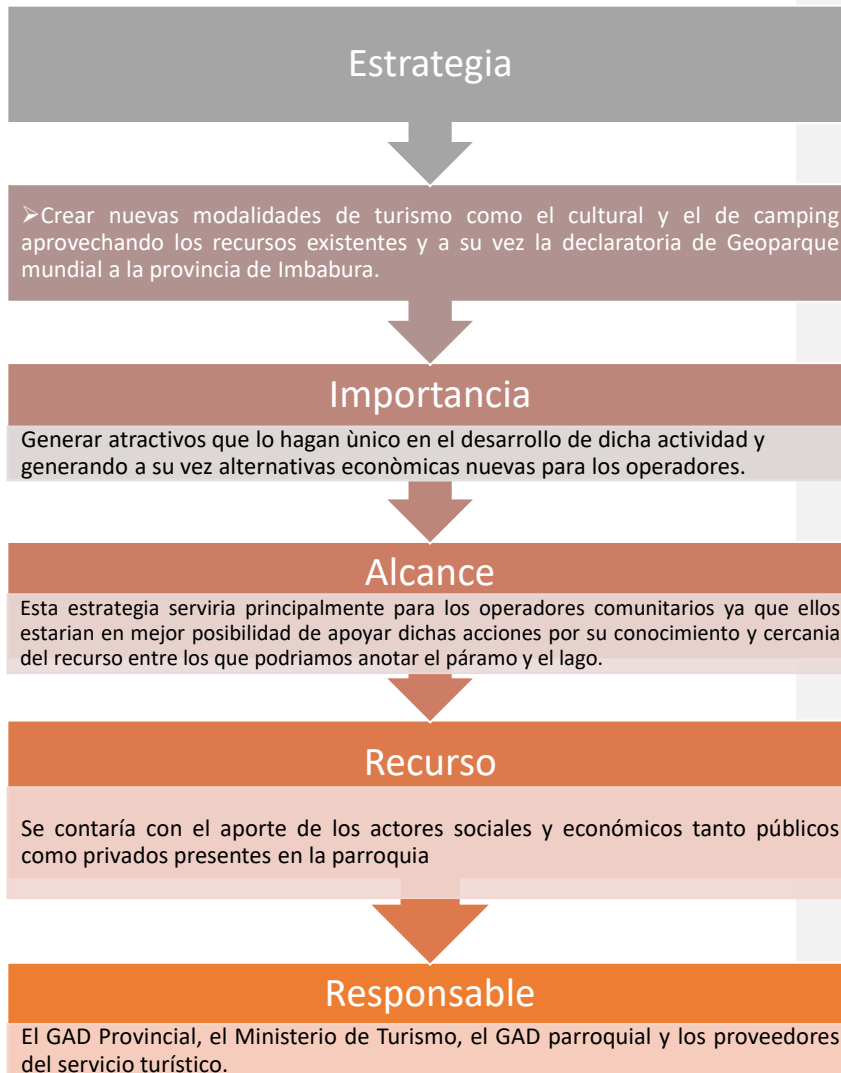
Potencializar el desarrollo turístico a través del aprovechamiento adecuado de los recursos Humanos, naturales y	Crear nuevas actividades turísticas aprovechando los recursos con que
--	---

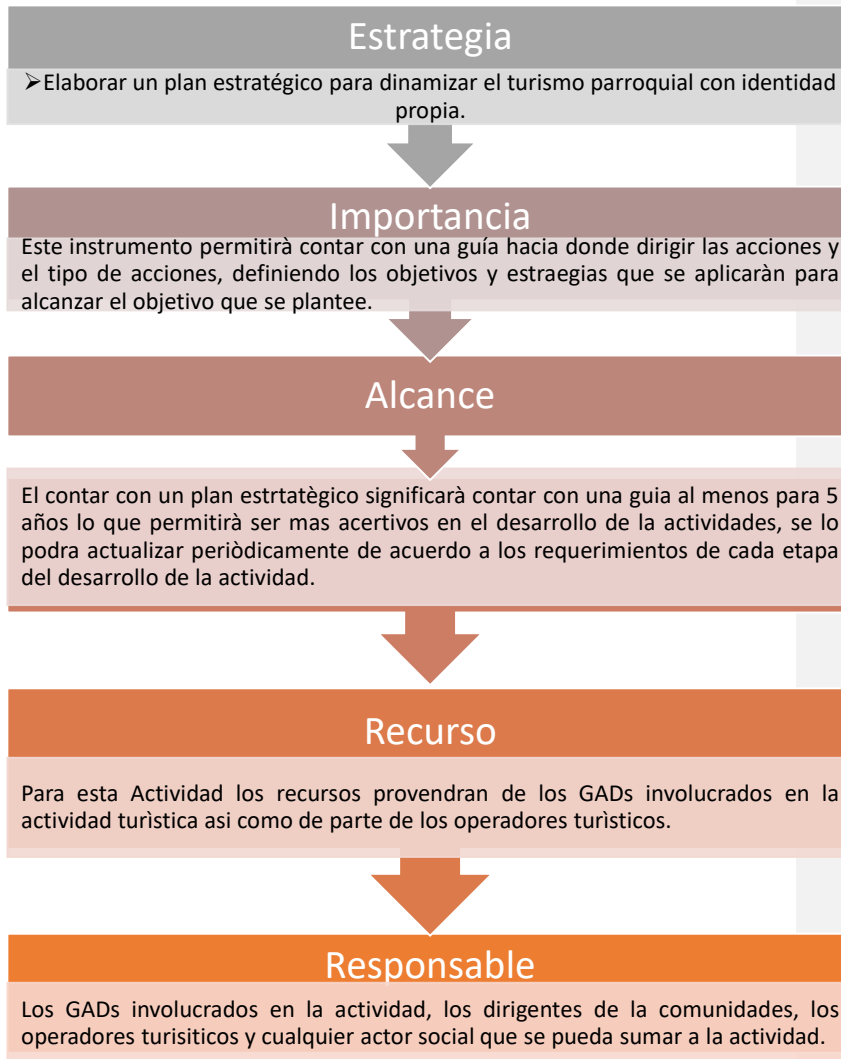
culturales, mejorar su conocimiento a nivel local y mundial	cuenta cada una de las comunidades de la parroquia.
La infraestructura permite a las empresas turísticas difundir de manera adecuada los servicios con que cuenta la parroquia.	Elaborar un plan estratégico para dinamizar el turismo parroquial con identidad propia.
Las autoridades dan apoyo al mejoramiento de la economía, lo que permite continuar con la alternativa, regulando la prestación de servicios turísticos.	Elaborar un plan de trabajo para elaborar propuestas y gestionar proyectos; búsqueda de financiamiento para los mismos contando con la coordinación interinstitucional.
Mejorar las actividades turísticas para los visitantes aprovechando el conocimiento de la parroquia y la presencia de las empresas de turismo lo que permite la promoción a nivel nacional y mundial	Generar un plan de marketing para posicionar la actividad turística de la parroquia en coordinación con todos los actores sociales del mismo
Crear nuevas modalidades de turismo como el cultural y el de camping, avistamiento de aves, aprovechando la declaratoria de Geo parque mundial a la provincia de Imbabura.	Gestionar de manera organizada los recursos disponibles en las diferentes instituciones públicas y privadas para el turismo, aprovechando la declaratoria de Geo parque mundial y así aportar a que la misma se mantenga

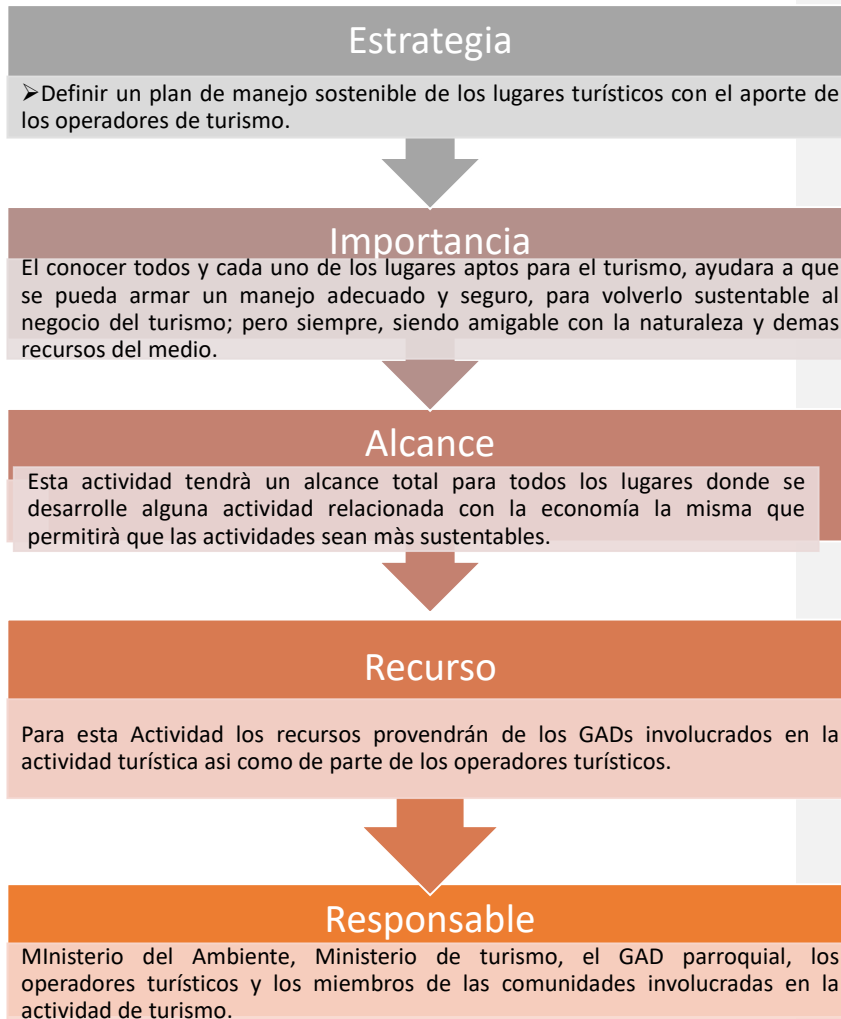
FORTALEZA AMENAZAS	DEBILIDADES	AMENAZAS
Apoyarse en las comunidades y operadores turísticos locales para realizar trabajos de manejo y mantenimiento de los lugares turísticos.	Aplicar el plan para el manejo sustentable de los recursos naturales para el turismo y generar economía solidaria	
El GAD parroquial conjuntamente con los operadores turísticos coordinarán acciones para realizar un control de la seguridad en la parroquia	Aplicar el plan estratégico para el desarrollo y control del turismo en la parroquia	
Elaborar un plan que apoye al control del cambio climático con el apoyo de los organismos competentes	Elaborar un proyecto para el manejo de todos los recursos naturales del proyecto para mantener de forma armónica con la naturaleza	
Definir un plan de manejo sostenible y sustentable de los lugares turísticos con el aporte de los operadores de turismo	Elaborar un plan comunicacional a nivel parroquial para la promoción del turismo de parte del GAD parroquial	
Crear estrategias para alcanzar el mantenimiento de Imbabura como geo parque mundial a través del manejo y adecuado de los RR. NN para la protección del ambiente	Elaborar e implementar un plan de comunicación, sensibilización y capacitación permanente a los operadores turísticos a través de los fondos del geo parque mundial	

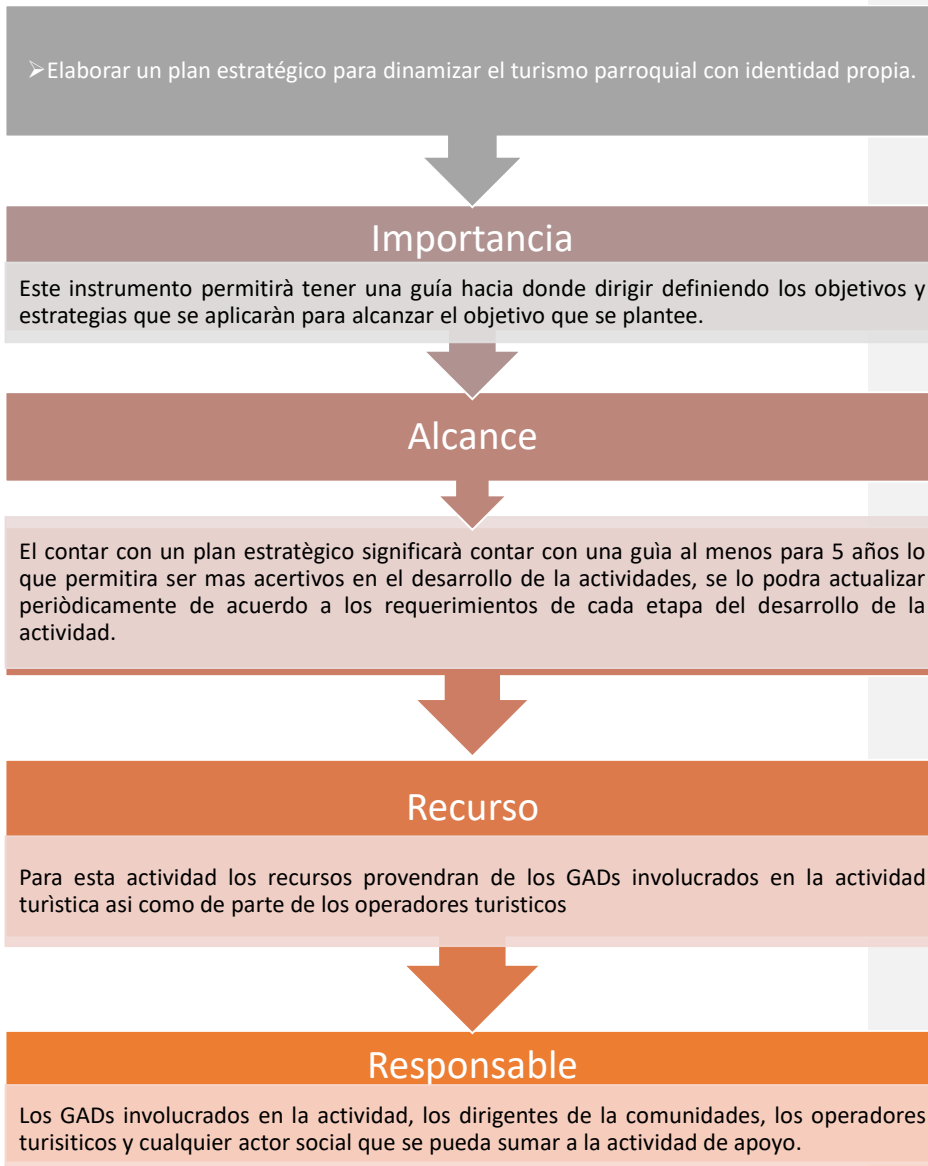
Las Estrategias para mejorar las condiciones de turismo las podemos resumir de la siguiente manera:

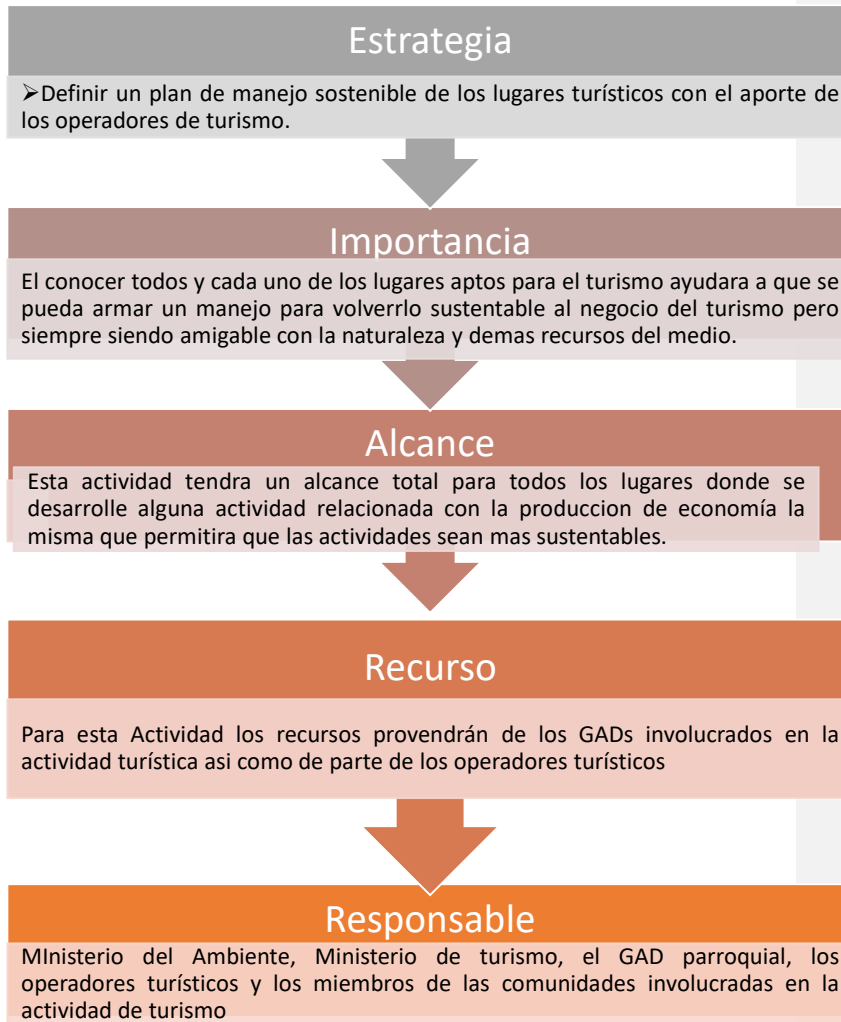












La parroquia cuenta con recursos naturales para el desarrollo del turismo, los mismos que se los debe mejorar y promocionar capaz de que lleguen a constituirse en verdaderos elementos dinamizadores del desarrollo de la parroquia, para ello se debe realizar una planificación estratégica acorde a la realidad y a los requerimientos de la actividad apoyándose para ello en

alianzas estratégicas entre los actores y autoridades locales, regionales y nacionales.

Otro aspecto importante es incidir dentro del ámbito territorial a través de los GAD's para que incluyan dentro de los PDOTs en el rubro desarrollo económico la actividad turística como un eje del desarrollo de la parroquia

Será muy valioso para ello contar con un inventario real y técnico de los recursos con los que cuenta la parroquia para de esta manera determinar el nivel de intervención necesaria en cada uno de ellos y así ponerlos en óptimas condiciones para que pueda ser un espacio que genere rentabilidad.

Es importante coordinar a través de alianzas estratégicas aprovechando la oportunidad de que se encuentra la parroquia dentro del Geo parque mundial, y de esta manera aprovechar para realizar la promoción y difusión del turismo local, así como aprovechar para lograr recursos para el mejoramiento de la infraestructura y de todos los elementos que confluyen en la actividad turística.

Un aspecto importantísimo es la capacitación del capital humano dentro de las actividades administrativas, sociales y económicas que integran la actividad turística en la parroquia, para que de esta manera se logre un mejoramiento integral en cantidad y calidad del turismo en la parroquia.

Una vez que se realicen las acciones planteadas anteriormente se podrá observar que se adra un despunte económico debido a la calidad del servicio que se ofrece y esto devengará en el incremento de los ingresos por este rubro para todos los actores de la cadena del turismo, puesto que con inversión se lograra obtener más y mejores recursos y por ende el mejoramiento socioeconómico de la población y por ende de manera directa de los actores del turismo en la parroquia.

Actualizar permanentemente el impacto económico que generan las empresas y emprendimientos turísticos de las comunidades de la parroquia.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

De acuerdo con la investigación efectuada a través de la aplicación de encuestas y entrevistas en el presente trabajo se determinó un diagnóstico a través del cual se pudo conocer la situación actual de los actores de desarrollo económico de la parroquia San Pablo del Lago, los mismos que se encuentran en algunos rubros a saber operadores de turismo, agricultores, artesanos y personas que migran temporal o permanentemente a diferentes lugares del país. Los servicios que brinda las empresas turísticas son hospedaje, alimentación, caminatas a lugares estratégicos, cabalgatas que en determinados casos van desde San Pablo del Lago a La parroquia La Esperanza o a el sector de Zuleta, de la misma manera se traslada a el sector la Rinconada de San Pablo del Lago.

De acuerdo con el diagnóstico de la situación de los actores de turismo se logró determinar el perfil de los visitantes como medio, de acuerdo al tipo de actividad turística predominante y así podemos indicar que de acuerdo a su procedencia son extranjeros (americanos, colombianos, europeos, etc.) y nacionales, entre los nacionales su procedencia principalmente de las provincias del centro Sierra y de la Costa que son los que más visitan la parroquia de San Pablo del Lago.

Se logró determinar que el desarrollo del impacto económico que genera la actividad turística en la economía de la parroquia y sus comunidades. De esto podemos decir que en las empresas con más tiempo en el mercado del turismo ya se pueden ver ingresos que permiten reinvertir en la actividad; mientras que, para los operadores turísticos comunitarios todavía está en proceso de consolidación ya que sus ingresos económicos en su mayoría cubren la inversión dejando una pequeña parte de utilidad, lo que

les obliga a buscar alternativas de financiamiento para continuar y mejorar la actividad turística.

De acuerdo a la opinión de los turistas y la comunidad optan como la mejor estrategia promocionar y difundir los recursos turísticos tales como: manifestaciones culturales, gastronomía, fiestas tradicionales (Inti Raymi, parroquialización entre otras), sitios naturales y tradicionales existentes en la comunidad, de acuerdo al criterio de los operadores los turistas solicitan se implementen zonas de camping, senderismo a los cerros aledaños, así como una diversificación en los menús que se ofrecen a los visitantes.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a las autoridades locales planificar, gestionar y ejecutar emprendimientos de turismo como como agencias de viajes, centros de información turística, ferias artesanales, espacios para el desarrollo de danzas, apoyar a la construcción y adecuación de espacios destinados para eventos gastronómicos y culturales, que apoyen y dinamicen aún más el turismo hacia la parroquia de San Pablo y sus comunidades lo que permitirá un desarrollo económico sustentable en sus habitantes.

A través de la aplicación de los planes estratégicos se debe tomar en cuenta los requerimientos para gestionar actividades de capacitación, la actualización de conocimientos para lograr una mayor dinamización de la actividad dirigida a los emprendimientos turísticos para lograr un mejor servicio al turista.

Es importante realizar mayor promoción de los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia de San Pablo de Lago, ya que se conoce principalmente el cantón Otavalo en donde se ha realizado tradicionalmente el turismo por lo que se debe buscar alternativas de turismo como rutas turísticas, gastronómicas, actividades culturales, así como turismo agrícola y los turistas tengan una relación directa con la parroquia y sus comunidades.

Motivar a los jóvenes a formarse profesionalmente y capacitarse como guías de turismo para que traigan nuevas alternativas para el desarrollo del turismo tomando en cuenta los productos existentes y aprovechando sus recursos para generar mayor fuente de desarrollo turístico y así fomentar la economía en las familias de la parroquia.

6. REFERENCIAS

- ACCIONA. (2020). https://www.accionacom.es/desarrollo-sostenible/?_adin=02021864894. Obtenido de Desarrollo Sostenible.
- Acerenza, M. p. (1997). Conceptualización origen y evolución del turismo. ((<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>, Recopilador)
- Agüera, Francisco Orgaz. (2014). Los Impactos Económicos, Sociales Y Medioambientales Negativos en El Ecoturismo. República Dominicana: http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2014.v42.n2.48781.
- Alcaldía de Otavalo. (2021). YAMOR.
- Alcívar, I. (2018). <https://www.entornoturistico.com/author/isidro/>. Obtenido de es y Turismo (Turismo En La Economía de Ecuador - Entorno Turístico.
- Aviles, E. (2021). <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/lago-san-pablo/>. *Enciclopedia del Ecuador*.
- Bravo, O., & Zambrano, P. . (2018). Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local. 39, 7. *Revista Espacios . Revista Espacios*, 39.
- Cabañas del Lago. (2021). <https://cabanasdellago.com.ec/nuestra-historia/>.
- CESOP.(2021).http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm#_ftn1. Obtenido de Desarrollo Social .
- CEUPE. (2022). <https://www.ceupe.com/blog/que-importancia-tiene-la-psicologia-en-el-turismo.html>. Obtenido de ¿Qué importancia tiene la psicología en el turismo?
- Coelho, a. (27 de 05 de 2019). Significado de Desarrollo. Obtenido de <https://www.significados.com/desarrollo/>

- Diario del exportador . (2022). *La Ficha técnica, definición, contenido, modelos 2022*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/la-ficha-tecnica-definicion-contenido-y.html> .
- ESPE. (2022). Impacto económico en las empresas y el empleo por el Covid-19. Obtenido de <https://www.epn.edu.ec/impacto-economico-en-las-empresas-y-el-empleo-por-el-covid-19/>
- Gardey, A. (2012). Concepto de desarrollo. Obtenido de (<https://definicion.de/desarrollo/>
- Geo parque Mundial del Ecuador. (17 de 4 de 2019). <https://www.elcomercio.com/tendencias/ambiente/imbabura-declaracion-oficial-geoparque-mundial.html>.
- Gómez, V. B. (1990). *Planificación económica del turismo : de una estrategia masiva a una artesanal* . México: Trillas.
- Hacienda Cusin. (2020). <https://www.haciendacusin.com/es/>.
- Hacienda Zuleta. (2016). Ruta San Pablo - Zuleta. <https://zuleta.com/wp-content/uploads/2018/02/Ruta-San-Pablo-Zuleta.pdf>.
- J.Anguitaa, JR.Repullo Labradora,J.Donado Campos. (2003). La encuesta como técnica de investigación. *ELSEVIER*, 31, 8. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Linares, Hermys Lorenzo; Morales Garrido, Geily. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12, 453-466.
- Lisiardi, R. (21 de 11 de 2013). Beneficios y características del Turismo Rural. Obtenido de <https://medium.com/@rodrigolisiardi/beneficios-y-caracter%C3%ADsticas-del-turismo-rural-62ea8438fb27>
- Loor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez Pérez, M. (01 de 06 de 2018). La actividad turística en el Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6494793>.

- López Bonilla J. & López Bonilla L. (2007). *Variabilidad estacional del mercado turístico en Andalucía Estudios y Perspectivas en Turismo* (Vol. 16).
- Mathieson, S y Wall, G. (1990). Turismo. *Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México, México.
- Mirabet, L. (01 de 24 de 2017). Turismo cultural. Obtenido de <https://es.slideshare.net/LlusMirabet/turismo-cultural-71352377>
- Naveda Gaibor, R. (15 de 10 de 2020). *Ubicación del Lago San Pablo*. https://es.wikipedia.org/wiki/Lago_San_Pablo.
- OMT. (22 de 09 de 2021). <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>.
- Ordóñez, M. (2001). *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género serie Mujer y desarrollo; Informe Unidad Mujer y Desarrollo*. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5876/S0104330_es, Santiago de Chile.
- Palomeque Jaramillo, J. M., Lalangui Ramírez, J. I., & Ramírez Arias, L. E. (02 de 2018). Emprendimiento turístico en el Ecuador. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200165.
- Pastor, L. (2015). La Fiscalidad del Turismo desde una perspectiva internacional. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*.
- PNUD. (21 de 03 de 2017). <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/blog/2017/3/21/Human-development-means-realizing-the-full-potential-of-every-life.html>. Obtenido de Desarrollo humano.
- Porto, J. (2010). TURISMO RURAL. 142. Obtenido de <https://definicion.de/turismo-rural/>
- Prefectura de Imbabura. (2021). <https://imbabura.gob.ec/index.php/noticias/blog-noticias/29-desarrollo-economico/turismo/502-imbabura-un-destino-seguro-para-el-turismo->

en-tiempos-de-pandemia. Obtenido de Imbabura un destino seguro para el turismo en tiempos de Pandemia.

- Raffino, M. E. (1 de 2019). Desarrollo humano. Obtenido de <https://concepto.de/desarrollo-humano/>
- Rivera, Gabriel; Molina, Jorge Martin;. (2006). *Medición del impacto económico de una empresa minera en su entorno como herramienta de gestión. Caso de estudio Frontino Gold Mines Limited, en la región de Segovia y Remedios, Antioquia, Gestión y Ambiente, vol. 9, núm. 1, 2006, pp. 39-48; Universidad Na* (1 ed., Vol. 9). Antioquia.
- Romero Corral, J. F. (08 de 09 de 2018). La gastronomía como atractivo turístico. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/813>.
- Santamaría-Freire, E , López-Pérez, S. (2019). <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/> . Obtenido de Beneficio social de la actividad turística en Ecuador.
- Telégrafo, E. (23 de 02 de 2022). Otavalo, emblema del patrimonio indígena intangible de Ecuador. pág. 1.
- Ucha, F. (10 de 2009). Desarrollo Sostenible. pág. 25. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/desarrollo-sostenible.php>
- Ucha, Florencia. (2009). Definición de Desarrollo social. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/desarrollo-social.php>
- UTN. (2020). *Aporte al sector turístico de la Provincia de Imbabura* . Editorial Universidad Técnica del Norte UTN.
- Varisco, C. (05 de 08 de 2014). Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico . PASOS, 1.
- Velazco, A. R. (16 de 04 de 2013). Que es el desarrollo sostenible. pág. 18. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/04/16/%C2%BFque-es-el-desarrollo-sostenible/>

Vellas, F. (2004). *Economía y Política Turismo Internacional*. Barcelona: Síntesis Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Economia_y_Politica_Turismo_Internaciona.html?id=0faYPQAACAAJ&redir_esc=y

[Echeverría, O., Manosalvas, A., & Túquerres, E. \(2016\). PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA OLMEDO-PESILLO \(2016-2025\).](#)

https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%E2%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en%20cada

Con formato: Normal, Sangría: Izquierda: 0 cm, Primera línea: 0 cm

Con formato: Revisar la ortografía y la gramática

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de diagnóstico actores económicos de la parroquia San Pablo de lago y sus comunidades

Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información

Fecha:

Nombre del/la autor/a: María José Coronel Christian Socola

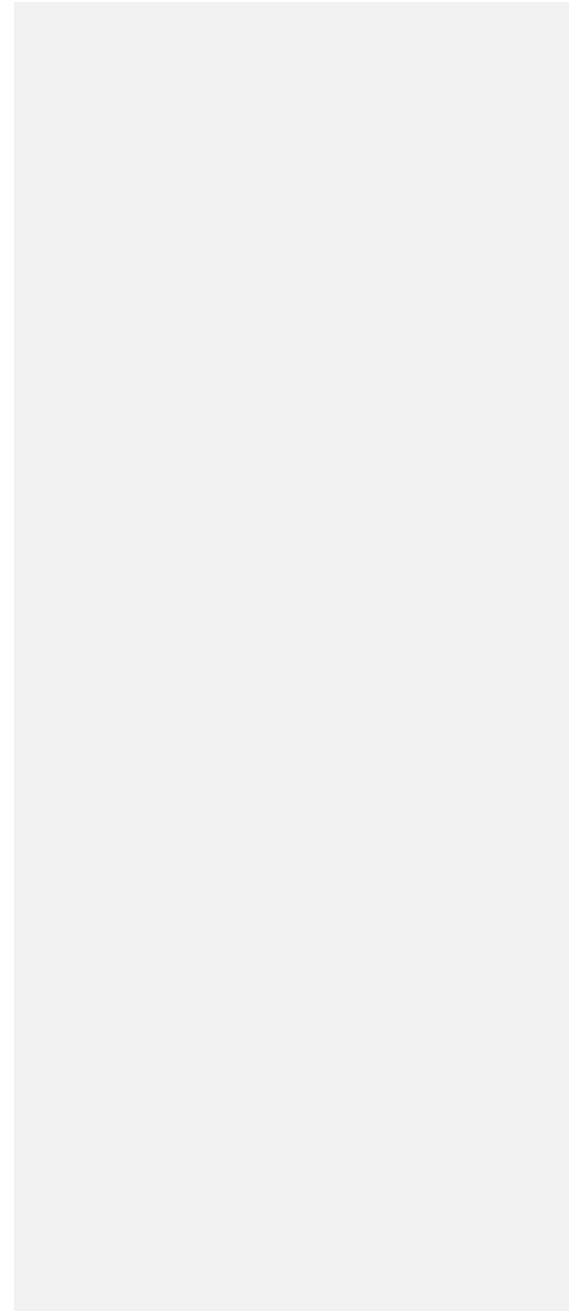
Nombre del docente revisor:

Objetivo General: Evaluar el impacto económico que generan los establecimientos turísticos de la parroquia de San Pablo de Lago para establecer una propuesta de mejoramiento en la economía turística de la parroquia						
Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Diagnosticar la situación actual de los actores del desarrollo económico de la parroquia San Pablo del Lago	i. Ficha de diagnóstico e impacto económico					
2. Determinar el perfil de los visitantes que aportan al desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago.	i. Cuestionario de encuesta					

3. Definir el impacto económico que generan las empresas y emprendimientos turísticos de las comunidades de la parroquia.	i. Ficha de diagnóstico e impacto económico					
4 Establecer estrategias para el mejoramiento del desarrollo económico de la parroquia de San Pablo de Lago.	i. Matriz FODA					

Firma del Docente

C.C. _____



Anexo 3 Encuesta

El objetivo de la presente encuesta es determinar el perfil de visitantes que aportan al desarrollo económico de la parroquia San Pablo de Lago.

¿Seleccione su género?

Hombre () Mujer () LGBTI ()

1. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria () Secundaria () Universitarios ()

2. ¿Seleccione su nacionalidad?

Ecuatoriana () Estadounidense Argentina ()

Alemana () Italiana () Chilena ()

Colombiana () Peruana () Inglés ()

Francesa () Boliviana ()

3. ¿Seleccione su ocupación?

Empleado público () Artesano () Ama de casa ()

() Empleado privado Empresario () Estudiante ()

Comerciante () Otros ()

4. ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia San Pablo de Lago?

Redes sociales () Publicidad televisiva ()

Prensa escrita () Publicidad radial ()

Revistas turísticas () Por amistades ()

Agencias de viajes ()

5. ¿Qué factor adicional influyó para visitar la parroquia San Pablo de Lago?

Recomendaciones () Cercanía del lugar de origen ()

Tiempo disponible () Precios ()
 Diversidad de actividades () Visitar a familia o amigos ()
 Trabajo () Interés por visitar nuevos destinos ()

6. Enumere los establecimientos hoteleros que recuerde la parroquia de San Pablo de Lago.

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____
- 8 _____
- 9 _____
- 10 _____

7. ¿Con que frecuencia visita la parroquia de San Pablo de Lago?

Cada año _____ Cada 6 meses _____ cada 3 meses
 _____ cada mes _____ Semanalmente _____

8. ¿Qué medio de transporte utilizó para trasladarse a la parroquia San Pablo de Lago?

Auto propio () Bus () Motocicleta () taxi()
 transporte turístico ()

9. ¿su visita a la parroquia fue con?

Familia () amigos () pareja ()

10. ¿Cuánto gastó usted en su visita?

Menor a 50,00 \$ () 100,00 \$ ()
 150,00 \$ () 200,00 \$ () Más de 250,00 \$ ()

16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una estadía en la parroquia de San Pablo?

10\$ ()

15\$ ()

20\$ ()

50\$ ()

80\$ ()

más de 80\$ ()

Anexo 4 Galería



Figura 29 Plaza de Ponchos

Elaborado por: Los Autores (2021)





Los sembríos



El turismo y deporte

Figura 30 Laguna de Cubiche

Elaborado por: El Autor (2021)



Cruce El Lago



Deportes en el Lago



El restaurante



Las habitaciones

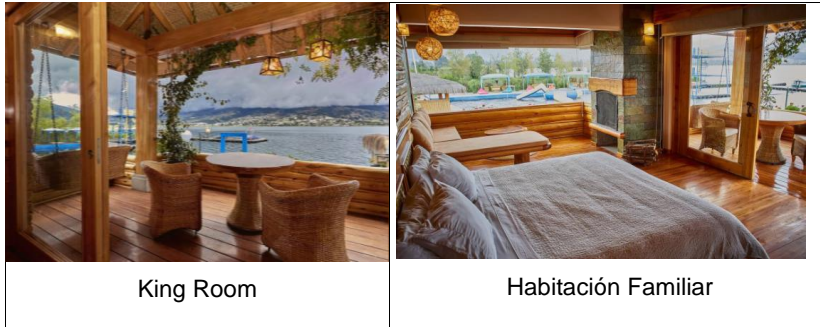


Figura 31 Hostería cabañas del lago (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)

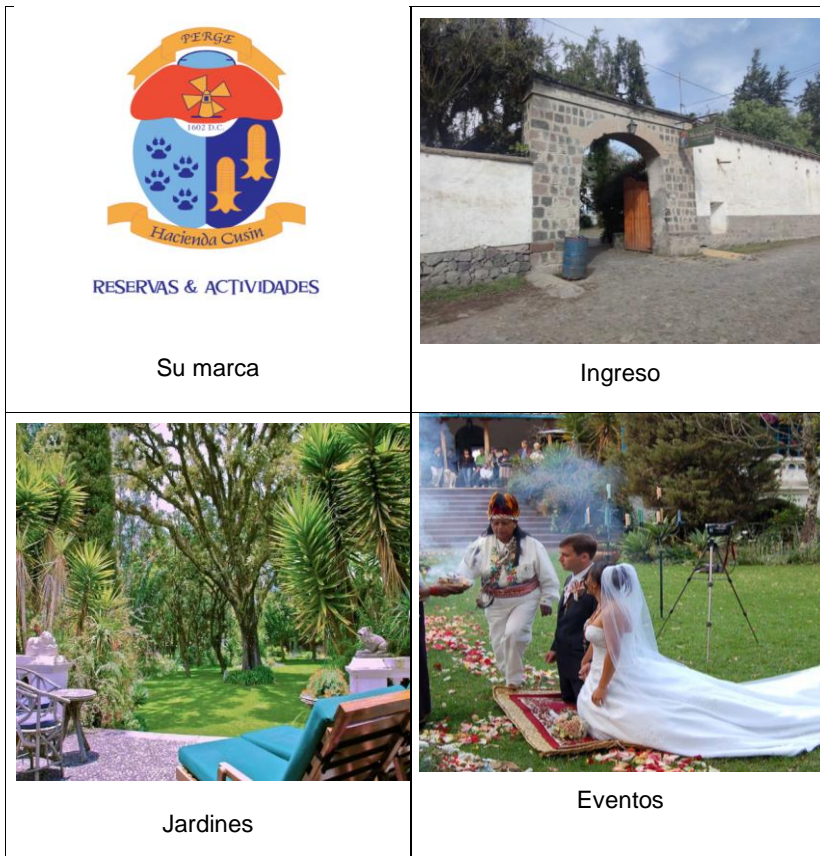


Figura 32 La hacienda Cusin (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)



Figura 33 Parque acuático (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)



Figura 34 Cuerpo del Lago San Pablo (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)



Figura 35 Comunidades pertenecientes a San Pablo del Lago (2021)

Elaborado por: Los Atores (2021)



Figura 36 Turistas extranjeros (2021)

Elaborado por: Los Autores (2021)





Figura 37 Encuesta

Elaborado por: Los autores