



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE IBARRA**

**ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO**

**TEMA:**

**Propuesta de creación de un modelo de gestión para las actividades turísticas de la  
parroquia san pablo del lago de la ciudad de Otavalo**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**04. Gestión sostenible y aprovechamiento de los recursos naturales.**

**Sub línea: Turismo, desarrollo y sostenibilidad**

**Autora: Iliana Carolina Orbe Castillo**

**Asesora: Mgs. Dennis Victoria Ortiz Cumbal**

**IBARRA, MARZO -2019**

## CERTIFICACIÓN

Ibarra, 28 de marzo de 2019

Magíster

Dennis Victoria Ortiz Cumbal

ASESORA

### **CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:)  .....

Mgs. Dennis Victoria Ortiz Cumbal

C.C. 172168671-3

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL


El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

*Mgs. Dennis Victoria Ortiz Cumbal*

*C.C.: 172168671-3*

*ASESORA*

(f): 

*Mgs. Tana Vanessa Palomeque Llerena*

*C.C.: 100213716-2*

*LECTORA*

(f): 

*Mgs. Edwin Agustín Carrión Albuja*

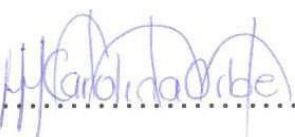
*C.C.: 100098580-2*

*LECTOR*

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Iliana Carolina Orbe Castillo, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 28 de marzo de 2019

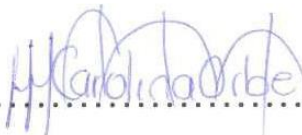
f): .....

Iliana Carolina Orbe Castillo

C.C.: 100357314-2

## AUTORÍA

Yo, Iliana Carolina Orbe Castillo, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100357314-2, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): .....

Iliana Carolina Orbe Castillo

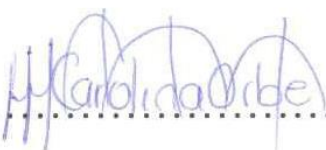
C.C.: 100357314-2

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Iliana Carolina Orbe Castillo, con C.C. 100357314-2 autora del trabajo de grado intitulado: PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO DE LA CIUDAD DE OTAVALO previo a la obtención del título profesional de Ingeniera en Administración Turística, en la Escuela de Gestión de empresas Turísticas y Hoteleras.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 28 de marzo del 2019

f):  .....

Iliana Carolina Orbe Castillo

C.C.: 100357314-2

## DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico principalmente a Dios, por haberme dado la fuerza para culminar mi carrera profesional.

A mis docentes quienes con sus conocimientos profesionales me ayudaron a concretar el presente trabajo investigativo, en el cual se refleja sus enseñanzas.

A mis padres que con su apoyo y guía hicieron de mí una persona perseverante y dispuesta a culminar cualquier reto que se me presente en la vida. A mis hermanos pilar fundamental de mi corazón para salir adelante, a mi adorada AMELIA mi sobrina quien es como una hija y compañera para mí. A mis abuelitos quienes han sabido criar y cuidar de mí y mis hermanos como a unos hijos. MELVA, ELENA, NELSON son los nombres de tres seres maravillosos.

Pero principalmente este logro lo dedico al Sr. Don. Nelson Orbe Mena mi abuelito quien ha sido un padre que a sus muchos años de edad crio tres hijos con amor y entrega, siendo el mejor hombre y abuelo que yo podría tener. A él le debo lo que soy y este logro es para él con todo mi amor.

Un sueño anhelado y propuesto que hoy se cristaliza como una bendición más para mi vida.

*Iliana Carolina*

## **AGRADECIMIENTO**

La gloria y la honra sea para Dios todo poderoso, quien guía mi camino a toda hora y lo seguirá haciendo por el resto de mi vida.

Agradecida eternamente con mis padres por su apoyo moral y espiritual. Con el que supieron demostrarme su amor.

A mi tía PAMELA, quien ha sido una de las personas más importantes en mi vida porque con su apoyo en todo el sentido de la palabra ha hecho que pueda culminar mi carrera y agradezco a Dios por su vida.

A mis dos madres MARÍA ELENA y MELVA quienes guiaron mis pasos con su cariño y dulzura, Diosito las bendiga y las tenga muchos años más junto a mí.

A mis hermanos gracias porque con cada palabra de lucha, me convencieron de que debía continuar hasta el final.

El camino ha sido largo y de trabajo arduo, pero con ayuda de las personas correctas se logran todos los objetivos.

**¡GRACIAS INFINITAS!**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....	iv
AUTORÍA .....	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
<b>1. RESUMEN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>2. ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>4. ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>19</b>
4.1. Modelo de gestión.....	20
4.1.1. Gestión.....	20
4.2. Gestión de destinos turísticos.....	21
4.2.1. Destino Turístico.....	21
4.2.1.1. Los elementos del destino turístico .....	22
4.3. Modelo de gestión turística .....	24
4.4. Tipos de modelo de gestión turística.....	25
4.5. Actividades turísticas .....	27
4.5.1. Definición de actividades turísticas .....	27
4.5.2. Clasificación de las actividades turísticas .....	28
4.5.3. Estado de las actividades turísticas .....	28
4.5.4. Marco legal de actividades turísticas del Ecuador .....	30
4.6. Parroquia San Pablo del Lago.....	32
4.6.1. Datos generales.....	32
4.6.2. Trabajo y empleo .....	33
4.6.3. Población económicamente activa por rama de actividad.....	34

4.6.4. Fundamentación legal.....	35
4.6.4.1. Cabecera parroquial .....	35
<b>5. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>37</b>
5.1. Métodos de Investigación .....	37
5.1.1. Método deductivo .....	37
5.1.2. Método analítico .....	37
5.1.3. Método sintético .....	37
5.2. Población y muestra.....	37
5.2.1. Identificación de la población.....	37
5.2.2. Identificación de la población.....	38
5.3. Instrumentos .....	39
5.3.1. Información primaria.....	39
5.3.1.1. Técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas .....	39
5.3.2. Equipo de recolección de datos .....	40
5.3.3. Información secundaria .....	40
5.3.3.1. Internet .....	40
5.3.3.2. Bibliografía digital y física.....	40
5.4. Procedimiento .....	41
5.4.1. Matriz de relación .....	41
5.5. Tabulación y análisis de la información .....	43
5.5.1. Encuesta aplicada a turistas y residentes de San Pablo del Lago .....	43
5.5.1.1. Preguntas de encuesta .....	43
5.5.2. Entrevistas aplicadas a profesionales de turismo del Estado y empresarios privados .....	49
5.5.2.1. Preguntas de entrevista.....	49
5.6. Análisis FODA .....	55
5.6.1. Relación FODA.....	57
<b>6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>58</b>
6.1. Marco localización.....	58
6.2. Micro localización .....	59
6.2.1. Características de la Parroquia de San Pablo del Lago .....	60
6.3. Entes de gestión turística dentro de la parroquia San Pablo del Lago.....	61

6.3.1. Gobierno Nacional.....	61
6.3.2. Gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos .	62
6.3.3. Gobiernos autónomos descentralizados provinciales .....	63
6.3.4. Gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales.....	64
6.4. Recursos turísticos .....	66
6.4.1. Resumen del inventario de atractivos turísticos de la Parroquia San Pablo del Lago.....	66
6.4.2. Catastro turístico de la parroquia San Pablo del Lago.....	69
6.5. Propuesta administrativa.....	71
6.5.1. Objetivos.....	71
6.5.1.1. Objetivo general .....	71
6.5.1.2. Objetivos específicos .....	71
6.5.2. Estructura organizacional de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago	73
6.5.2.1. Mapa de la estructura organizacional de la junta Parroquial de San Pablo del Lago .....	75
6.5.2.2. Mapa propuesto de la estructura organizacional de la junta Parroquial de San Pablo del Lago.....	58
6.5.3. Enfoque del modelo de gestión para actividades turísticas .....	77
6.5.4. Estrategias.....	77
6.5.5. Desarrollo de las estrategias con el diseño de planes de fortalecimiento .....	77
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>83</b>
7.1. Conclusiones.....	83
7.2. Recomendaciones .....	84
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>85</b>
<b>9. ANEXOS.....</b>	<b>87</b>
Anexo I Plan de Investigación .....	88
Anexo II Instrumentos para la entrevista a turistas de la parroquia de San Pablo del Lago .....	107
Anexo III Entrevista a expertos .....	110

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Oferta laboral .....	34
Figura 2	Preferencias de los turistas .....	43
Figura 3	Calificación de los servicios .....	44
Figura 4	Conocimiento de los atractivos .....	45
Figura 5	Promoción .....	46
Figura 6	Relación precio-calidad .....	47
Figura 7	Formas de mejorar la promoción .....	48
Figura 8	Mapa del Ecuador .....	49
Figura 9	Mapa de Imbabura .....	58
Figura 10	Mapa cantón Otavalo .....	59
Figura 11	Orgánico funcional.....	75
Figura 12	Propuesta orgánico funcional.....	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz de relación.....	41
Tabla 2	Lista de entrevistados .....	49
Tabla 3	Análisis FODA .....	55
Tabla 4	Cruce matriz FODA .....	56
Tabla 5	Inventario atractivos turísticos .....	66
Tabla 6	Actualización catastro turístico .....	69
Tabla 7	Fortalecimiento turístico .....	78
Tabla 8	Alianzas estratégicas .....	79
Tabla 9	Diversificación de la actividad turística .....	80
Tabla 10	Sensibilización turística.....	81
Tabla 11	Mejora de la calidad turística .....	82

## 1. RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad diseñar un modelo de gestión de las actividades turísticas para la parroquia de San Pablo del Lago de la ciudad de Otavalo, para ello se plantearon algunos objetivos para cumplir con el tema de investigación, contribuyendo al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.

Este modelo dará solución a las principales problemáticas que se viven dentro de la parroquia como son: la falta de una comisión permanente que regule, administre e incentive tanto a la población, como a los empresarios turísticos a ver en la actividad turística un negocio del cual se puede generar ganancias que mejoren la economía y la calidad de vida de la parroquia.

Para la realización del presente trabajo se acudió a diversa bibliografía sobre los principales temas y conceptos que ayudaron a la autora a adentrarse y entender de manera más específica la problemática y temática relacionada con la investigación; una vez claros estos conceptos, se procedió a una investigación de campo directamente a la población, los turistas, empresarios y funcionarios turísticos los cuales de acuerdo a sus conocimientos supieron esclarecer la situación tanto turística, como política y estructural de la parroquia. Finalmente, se logró estructurar el modelo de gestión óptimo para las necesidades del sector con el propósito de lograr un desarrollo turístico sostenible y competitivo.

Como resultado se espera que el modelo de gestión de actividades turísticas sea un incentivo y brinde estabilidad dentro de las actividades que se realizan dentro de la parroquia.

**Palabras clave:** San Pablo, Modelo de Gestión, Turismo.

## 2. ABSTRACT

The purpose of this research project is to design a management model of tourism activities for the parish of San Pablo del Lago in the city of Otavalo, for which some objectives were set to meet the research theme contributing to tourism and socioeconomic development of the sector.

This model will provide a solution to the main problems that are experienced within the parish, such as: the lack of a permanent commission to regulate, administer and encourage both the population and tourism businesses to see in the tourism activity a business of which it can generate profits that improve the economy and the quality of life of the town.

For the research, a diverse bibliography was used on the main topics and concepts that helped the author to enter and understand more clearly the problematic and thematic related to the investigation; once these related concepts were clear, a field investigation was carried out directly to the population, tourists, businessmen and tourism officials who, according to their knowledge, were able to clarify the tourist, political and structural situation of the parish. To finally structure the optimal management model for the needs of the sector in order to achieve sustainable and competitive tourism development.

As a result, it is expected that the tourism activity management model will be an incentive and provide stability within the activities carried out within the parish.

**Keywords:** San Pablo, Management Model, Tourism.

### 3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la parroquia San Pablo del Lago posee algunos de los principales atractivos turísticos de la provincia de Imbabura por su belleza natural, aprovechando esto, algunos moradores han impulsado algunos emprendimientos turísticos y hoteleros significativos para el crecimiento del sector.

Sin embargo, para que el turismo pueda desarrollarse y sea aprovechado todo su potencial, se debe impulsar un modelo holístico de gestión turística que integre todas las variables positivas y negativas que éste ofrece y a su vez cuidar que este desarrollo favorezca la realidad social, ambiental y económica que se vive dentro de la parroquia; la presente investigación está dentro de la línea de investigación: 04. Gestión sostenible y aprovechamiento de los recursos naturales. Sub línea: Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Ya que ayuda al desarrollo sostenible y sustentable de actividades turísticas que sean amigables con el ambiente y vayan en pro del cuidado y preservación de todos los atractivos que existen dentro de la parroquia.

El producto turístico bien gestionado puede y debe ayudar a mejorar la eficiencia de las ganancias que puede brindar a la sociedad. Para lograrlo necesitamos involucrar a todas las partes interesadas siendo éstas: el sector privado que comprende todas las empresas que han desarrollado por años la actividad en la cuenca del lago y el sector público como ente regulador que controle que las empresas desarrollen la actividad de manera sostenible y sustentable tanto económica, como ambientalmente ya que el lago tiene un delicado equilibrio ambiental; mediante la gestión turística debemos generar competitividad que procure una mejora en la calidad de vida de los involucrados directa e indirectamente ya que muchos de ellos son comuneros que nunca han usufructuado por el turismo del lugar donde viven, involucrar también a los gremios artesanales podría ser un factor que ayude a la actividad a llegar a su punto máximo de desarrollo.

Por lo expuesto el sujeto de estudio es la parroquia San Pablo del Lago del cantón de Otavalo, que tiene graves problemas en su organización en cuanto al turismo se refiere.

A través de esta investigación se busca solucionar la problemática de una parroquia que tiene mucho que ofrecer al mercado, pero su inadecuada gestión, el mal manejo del lugar, y el no contar con un modelo de gestión apropiado no ha permitido impulsar lineamientos de calidad que rijan todas las actividades tanto de las organizaciones particulares, como las públicas y principalmente de las comunidades que también realizan actividades turísticas dentro de la zona.

Desarrollar nuevas ofertas turísticas es lo que hace que un destino se potencialice y se posicione sobre los demás, llegando a diferenciarse y a adquirir competitividad en función de calidad en su oferta turística e incluir a la comunidad con nuevas tendencias de turismo experiencial y social, haciendo que ellos aprendan sobre el turismo sostenible y sustentable, calidad, gestión, así como también actividades de desarrollo comunal que contribuyan a mejorar la calidad de vida de su comunidad.

Para cumplir con los objetivos de esta propuesta se desarrolló tres apartados, en el primero se explica los términos y conceptos más relevantes para adentrar a los lectores en el tema; el segundo apartado consiste en una investigación de campo en la cual se acudió a la parroquia para realizar 195 encuestas a turistas que sirvieron para levantar un diagnóstico situacional de la zona, además de realizar 4 entrevistas a expertos funcionarios y empresarios los cuales dieron su punto de vista acerca de la organización y la actividad turística de la parroquia.

Y por último en el tercer apartado se realizó la propuesta de modelo de gestión que dará solución a las falencias detectadas.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un modelo de gestión de las actividades turísticas para la parroquia de San Pablo del Lago de la ciudad de Otavalo, que contribuya al desarrollo turístico y socioeconómico del sector.

### **Objetivos específicos**

- ✓ Establecer un marco referencial sobre la actividad turística, como soporte investigativo.
- ✓ Elaborar un diagnóstico situacional sobre la realidad turística en la comunidad de San Pablo del Lago.
- ✓ Establecer un modelo de gestión que permita el desarrollo turístico sostenible y competitivo de la parroquia.

### **Preguntas de investigación**

- ✓ ¿Cuáles son los elementos de soporte investigativo para el diseño de un modelo de gestión turística?
- ✓ ¿Cuál es el estado de las actividades turísticas se realizan en la parroquia San Pablo del Lago?
- ✓ ¿Cuál es el modelo de gestión que se puede aplicar a la problemática de las actividades turísticas en San Pablo?

### **Variable independiente**

El eficaz funcionamiento de las actividades turísticas dentro de un destino debe estar organizado y regido por un modelo de gestión óptimo que cumpla todos los objetivos de desarrollo de la parroquia, por esto se escogió como variable independiente: Modelo de Gestión.

### **Variable dependiente**

Dentro del turismo lo más importante para el desarrollo turístico de un destino son las actividades turísticas que se ofrecen dentro de este, por esto se ha escogido como variable dependiente a las: Actividades Turísticas.

#### 4. ESTADO DEL ARTE

El presente trabajo está conformado por tres secciones la primera donde se explica los fundamentos de un modelo de gestión turística, basándose en investigación bibliográfica de los libros más relevantes acerca del tema. Para sustentar esto se utilizó documentos en los que trata sobre la importancia de desarrollar de manera organizada la actividad turística, como, por ejemplo, el análisis del estudiante del departamento de Ingeniería Industrial sobre los modelos de gestión turística de la Universidad de Chile.

La importancia de la actividad turística, radica en su efecto indirecto hacia los demás sub-sectores de la economía y al volumen que significa el consumo de turismo a nivel mundial. El Turismo es un sector con potencial elevado para generar innovación, riqueza y para incrementar beneficios como el combate a la pobreza, desarrollo regional, captación de divisas y dinamismo del empleo (Zárate, 2007, p.4).

Además de utilizar como referencia el libro de Josep Ejarque Marketing y gestión de destinos turísticos: nuevos modelos y estrategias 2.0. en el cual indica de una manera clara cuáles son las herramientas tanto turísticas como actitudinales y aptitudinales para lograr que un destino turístico sobresalga.

En la segunda parte de esta investigación se detalla la actividad turística que existe clasificada y aprobada dentro de la ley de turismo del Ecuador, además de explicar profundamente cada una de ellas, siendo ésta una de las principales fuentes para guiar el rumbo que debe tomar la investigación.

El estado en el que deben estar los atractivos turísticos es otro de los puntos que se toca en la segunda parte de este trabajo, de esta manera se lo enrumba a cumplir con los requerimientos dentro de su propuesta de creación de un modelo de gestión, para sustentar esto se utilizó la última reforma de la Ley de Turismo emitida en 2002.

La tercera parte está orientada a conocer todo lo necesario acerca de la parroquia de San Pablo del Lago, donde se indica su ubicación geográfica, datos políticos y organizacionales dentro de la parroquia.

Para ello, el trabajo se basó en el Plan de ordenamiento y desarrollo territorial de la parroquia San Pablo del Lago el cual fue elaborado por la administración parroquial del periodo 2014-2019. El documento trata sobre los datos más relevantes de la parroquia y los planes que la administración desea implementar dentro de sus cinco años de trabajo; donde el turismo no es tomado en cuenta como una actividad económica de relevancia para la parroquia. Por lo cual en la investigación indaga más fuentes bibliográficas donde se pueda encontrar más datos sobre actividades turísticas en la parroquia o parroquias aledañas.

El primer documento utilizado como referencia fue una tesis realizada en el año 2014 por el Ing. Byron Merino de la Universidad de Otavalo con el título: “Modelo de gestión para el desarrollo del turismo rural en la comunidad de Paquiestancia, cantón Cayambe”.

Otro documento importante para la investigación fue la tesis realizada en el año 2016 por la Ing. María Fernanda Cabezas Borja en la Universidad Tecnología Equinoccial con el título: “Propuesta de un plan de gestión para el fortalecimiento de la actividad turística en la comunidad de Pijal, cantón Otavalo, provincia de Imbabura”.

Para terminar, el presente trabajo está orientado al mejoramiento de la organización turística de la parroquia por este motivo se ha basado en las bibliografías antes mencionadas

## **4.1. Modelo de gestión**

### **4.1.1. Gestión**

Según el diccionario de la Real Academia de la lengua gestionar es: “Ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo”.

Partiendo por este concepto se puede decir que: “gestión o gestionar es una actividad de vital importancia dentro de una organización ya que implica tanto el talento humano, como los recursos y las actividades económicas que se puedan dar dentro de un sector específico, empresa u organización” (Asociación de la Real Academia de la Lengua, 2014).

Es así, que implementar la gestión en un sector, comunidad o localidad específica para lograr su desarrollo social, económico y ambiental es una de las mejores herramientas que hoy en día se está aplicando dentro de muchas actividades económicas.

## **4.2. Gestión de destinos turísticos**

### **4.2.1. Destino turístico**

Para hablar sobre gestión turística es necesario definir claramente los elementos que lo componen.

Destino turístico es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. Cuenta con:

- Atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista.
- Medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor.
- Respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista.
  - Una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. Como veremos más adelante, los destinos turísticos pueden ser de diferentes escalas.

Por ejemplo, un destino puede ser un continente (Sudamérica), un país (Perú), una región (Amazonía), un lugar (Caracas) o un sitio en particular (Lomas de Lachay).

Desde el punto de vista de la demanda, el destino es el lugar que el turista elige para su viaje, con la expectativa de vivir una determinada experiencia

que incluya, además de los atractivos culturales y naturales, una oferta coordinada en los servicios que reciba. Así pues, el destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales. Esta visión exige cierta capacidad administrativa, a fin de desarrollar instrumentos comunes que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión (Programa de Cooperación al Desarrollo Económico Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, 2014, p.9-10).

#### **4.2.1.1. Los elementos del destino turístico**

Una vez claros estos conceptos se puede decir que un destino turístico es una organización compleja en la que interactúan diferentes elementos que la hacen funcionar: el espacio físico e igual de importante el talento humano; al conjugar estos universos con otros muchos factores podemos llamar a nuestro lugar turístico con un título muy difícil de conseguir: un destino turístico.

Los factores que determinan las posibilidades de éxito de un destino turístico no están sólo en sus manos y las de su organización, sino que son el fruto de la interacción de la comunidad, representantes políticos y administrativos y de los operadores turísticos con los propios visitantes.

Un destino turístico está constituido por una amalgama de atractivos naturales o artísticos interrelacionados con los servicios que ahí se ofrecen. Este concepto parece lógico y superficial, pero con la complejidad actual de la demanda ya no es suficiente que un destino posea servicios, de igual modo que no basta disponer sólo de atractivos; si se consideran individualmente, no son una oferta atractiva para la demanda. Una bonita playa, aunque sea salvaje si no cuenta con servicios, hoteles, restaurantes, etc., no es y no puede ser considerada un destino turístico. Tampoco podrá ser considerado un destino turístico un hotel situado en medio de la nada. (Ejarque, 2016, p.24).

Un destino funcionará siempre y cuando sea capaz de proporcionar la respuesta adecuada a las necesidades de diferentes turistas con otras demandas creando así un mercado más amplio y mejorando su competitividad.

En la actualidad, para atraer turistas no es suficiente ser una ciudad que dispone de museos y monumentos, aunque sean muy interesantes. Una meta turística no puede ser solamente un lugar que se limita a exhibir restos arqueológicos u obras artísticas, no puede ser un lugar sin vida. El concepto estático de la oferta turística ha muerto. El turista de hoy busca la experiencia turística. Los atractivos que históricamente han servido como elemento de base para los destinos turísticos pueden agruparse al menos en cinco tipologías diferenciadas:

- Monumentos históricos (pirámides de Egipto, Torre Eiffel, catedrales, etc.).
- Atractivos y monumentos naturales (cascadas, cuevas, etc.).
- Lugares únicos (parques naturales, ciudades particulares como Venecia, etcétera).
- Estructuras lúdicas (infraestructuras creadas para dotar de servicios al recurso, como por ejemplo las pistas de esquí, las playas, etc.).
- Lugares inventados (parques temáticos) (Ejarque, 2016, p. 24,25).

Una vez comprendidos estos conceptos se puede afirmar que un destino es un conjunto de características específicas que se relacionan entre sí para que un lugar sea competitivo en el medio turístico, interrelacionando al talento humano, infraestructura y una correcta organización.

Ahora bien, analizado todo lo anterior se definiría a la gestión turística como: llevar a los destinos a una correcta organización involucrando a todas las partes para que en conjunto trabajen por el mejoramiento de la calidad de los servicios y productos que se ofertan dentro de él, así como también mejorar la calidad de vida de los habitantes del destino y generar más ingresos económicos sin afectar de manera irreversible al patrimonio natural con el que se cuenta, es así que diversos autores dicen que:

La gestión del destino turístico es un difícil equilibrio para conseguir que la actividad turística en el territorio sea en su conjunto beneficio para todos y que no surjan conflictos entre la ciudadanía, el medio ambiente y los turistas. Un destino es un sistema en el que se producen constantemente interacciones e intercambios entre los visitantes, la industria turística y los residentes. Todo ello tiene lugar en un entorno delimitado. La gestión de un destino implica la gerencia del impacto del turismo en la economía local o regional, en el tejido social y en el ambiente, no sólo en el momento actual sino también con proyección de futuro. El turismo constituye una opción para el crecimiento de todos los sectores productivos dentro del territorio en donde se desarrolla. No obstante, son cada vez más numerosos las regiones, ciudades y países que han entendido que el desarrollo y su crecimiento como destino turístico les permitirán valorar sus recursos productivos, que, en el caso del turismo, son sus paisajes, su vida cultural, sus monumentos, y, a la vez, atraer a turistas, que en definitiva son los que aportan la riqueza. Existen situaciones en las que el turismo es el principal elemento de desarrollo en un territorio: son casos en que la economía se centra casi exclusivamente en este sector de la actividad; se pueden citar como ejemplos. Muchos de los destinos del Mediterráneo, como Benidorm, Salou, Lloret, Torremolinos, Marbella o muchos otros en España (Ejarque, 2016, p.196).

### **4.3. Modelo de gestión turística**

Los modelos de gestión son importantes para el desarrollo de un sector y no todos son iguales como se explica a continuación:

En base a las investigaciones y al análisis en profundidad de los “modelos de referencia”, se hace evidente que no hay fórmulas ideales y universales de modelos de gestión turística ya que cada uno de ellos, especialmente los más exitosos, son fruto de un proceso de adaptación a las circunstancias específicas de cada ciudad: tipología del destino, importancia del turismo en la economía local, tejido asociativo sectorial, objetivos de política económica local, etc. Cuanto mayor es la adaptación, mayores son las posibilidades de

éxito. En definitiva, se trata de hacer “trajes a medida” y no confección en serie (Secretaría de estado de turismo y comercio, 2008, p.47).

#### **4.4. Tipos de modelo de gestión turística**

Existen algunos modelos de gestión aplicables para el turismo de los cuales se puede tomar referencia para desarrollar uno completamente acorde a las necesidades de la zona como lo explica el autor anterior todos los modelos son diferentes y adaptables según sea el caso.

##### *Modelo integrado de control de gestión*

El modelo integrado de control de gestión es un conjunto de procesos que parten de las principales áreas claves dentro del sistema organizacional, esto con el fin de diseñar indicadores y estándares basados en los planes y programas estratégicos intentados por la organización. Tales como indicadores cuantitativos y cualitativos, son medidos a través de índices confiables de desempeño gestionados por cuadros de mando que garanticen un monitoreo efectivo para el cumplimiento de los objetivos del sistema. En esencia, el MICG es un mecanismo.

De medición de los intentos estratégicos por lograr con efectividad los objetivos organizacionales. Constituye la manera mediante el cual, las estrategias y recursos son dirigidos a los aspectos claves del éxito organizacional y a la satisfacción de los usuarios dentro del cumplimiento de los parámetros sociales de desarrollo, tanto en el ámbito local y regional, como a escala nacional (Royero, 2009, p.5).

##### *Diamante de Michael Porter*

El diamante de Michael Porter es un sistema mutuamente auto reforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros. El diamante es un sistema en el que el papel de sus componentes puede contemplarse por separado, porque como se mencionó anteriormente se encuentran todos

interrelacionados entre sí, y el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o a afectar a los otros.

El marco en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos: Condiciones de los factores: Condiciones de la demanda: Empresas relacionadas horizontal y verticalmente y la Estructura y rivalidad de las industrias. 1 Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó.

"Diamante". Dos variables auxiliares complementan el marco del análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales.

Las características de los determinantes o componentes del diamante determinan las industrias o los segmentos industriales en los que una nación tiene las mejores oportunidades para alcanzar el éxito internacional. Las ventajas, en todos los determinantes o componentes del diamante, son necesarias para alcanzar y mantener dicho éxito. Sin embargo, gozar de condiciones favorables en cada atributo no es algo indispensable para poder conseguir ventajas competitivas en una industria (Porter, 1991, p.210).

*Modelo Crouch y Ritchie (1999).*

El modelo presentado por Ritchie y Crouch (2003) es fruto de sus estudios e investigaciones en turismo a lo largo del último decenio motivado por el incremento de la competitividad en el mundo del turismo. Desde la primera presentación pública del modelo en 1993, los autores han promovido la continua revisión y adaptación de las variables que componen el modelo para los nuevos imperativos del contexto competitivo determinados por elementos socioculturales, económicos, antropológicos, tecnológicos, comportamentales, medioambientales, entre aquellos de mayor impacto Ritchie y Crouch 1999 (como se citó en Mazaro, Varzin, 2008, p.802).

Estos autores explican algunos modelos de gestión turística que se pueden aplicar dentro del área de estudio, dependiendo del que vaya más acorde con las necesidades del sector de estudio.

## **4.5. Actividades turísticas**

### **4.5.1. Definición de actividades turísticas**

El Ecuador cuenta con una definición propia de lo que es considerado actividades turísticas dentro del país y para esto existen organismos, leyes y reglamentos que regulan la actividad y la norman como es la Ley de Turismo vigente desde el 2002.

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, e sa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables (Ley de Turismo del Ecuador, 2002, p.2).

De la cita anterior se define que la actividad turística es todo lo que el visitante o turista puede realizar cuando llega a un destino turístico, siempre y cuando esté dentro de la ley y el destino se encuentre adecuado para realizar la actividad.

#### **4.5.2. Clasificación de las actividades turísticas**

Como menciona la Ley de Turismo (2002) según las leyes del Ecuador se consideradas actividades turísticas a las siguientes:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, es a actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

De acuerdo a lo expuesto las actividades turísticas han venido desarrollándose durante años en el país, pero en algunos lugares no han sido del todo adecuadas peor aún organizadas para que puedan atender al turista al nivel de otros atractivos naturales nacionales y porque no internacionales.

#### **4.5.3. Estado de las actividades turísticas**

Según La Ley de Turismo (2002) Art. 3 dentro del Capítulo 1: Principios Fundamentales dice que:

Art. 3. [Deberes del Estado].

Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular alimentación, la salud, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Garantizar y defender la soberanía nacional.

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.
5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
6. Promover el desarrollo equitativo y solidario mediante el proceso de fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización. todo el territorio.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Como indica este artículo el Estado comienza y faculta a las personas a desarrollar actividades que promuevan la economía para que su entorno pueda acceder al buen vivir, es decir, que todas las personas están facultadas tanto naturales, como jurídicas a intervenir dentro de cualquier actividad en este caso turística que incentive el desarrollo de una zona.

En la página del ministerio de Turismo en su rendición de cuentas (2016) afirma que el turismo generó en el mismo año:

- 484.884 empleos (en alojamiento y servicios de comida)
- 1 de cada 15 empleos son por turismo.
- El 67,5% de empleados son mujeres
- Por cada 10 visitantes se genera 1 empleo asalariado (Ministerio de Turismo, 2016, p.5).

Es decir que las actividades turísticas están ubicadas dentro de las ocupaciones que generan más plazas de empleo en el país, siendo éste uno de los principales motivos para que se desarrolle el turismo con mayor énfasis dentro de todos los destinos que ofrece el Ecuador.

Al ser un país mega diverso cuenta con un sin número de atractivos tanto naturales, como culturales; el gobierno ha dedicado sus esfuerzos a fortalecer los destinos con más potencial

en el país, en los últimos años se han generado algunas estrategias que ayudan a la promoción turística en masa a nacional e internacional, estas estrategias publicitarias han hecho que en el año 2016 según el Ministerio de turismo:

- 1'418.159 visitantes en el año 2016
- USD 1.449,3 millones de ingresos por turismo durante 2016.
- 1 de cada 15 empleos son por turismo.
- El país con 5 años consecutivos de superávit en la Balanza Turística (Ministerio de Turismo, 2016, p.6).

#### **4.5.4. Marco legal de actividades turísticas del Ecuador**

Dentro del marco legal de las actividades turísticas encontramos a todas las leyes y reglamentos que regulan el turismo dentro de todo el país y como el ente regulador dentro de Ecuador es el Ministerio de Turismo (MINTUR), se debe acatar todas las leyes para iniciar una actividad.

En el año 2016 se expidió la siguiente normativa turística:

- Reformas al Reglamento de Alojamiento.
- Acuerdo Tarifa Cero la contribución del 1X1000 de activos fijos para establecimientos turísticos. – Reforma incremento contribución ECODELTA.
- Reglamento de Guianza Turística para el Régimen Especial de Galápagos.
- Reglamento de Guianza Turística Continente.
- Reglamento de Intermediación y Operación Turística. – Declaratoria de la franja costera y Ruta del Spondylus como sitios de interés turístico. (Ministerio de Turismo, 2016, p.13).

Dentro de estas normativas también se puede mencionar implementaciones de seguridad y de calidad para el mejoramiento de los servicios y crear destinos más seguros donde los

visitantes puedan llegar sin ninguna preocupación como en países desarrollados donde el turismo tiene más avances que en el Ecuador.

### *Seguridad*

- Expedición del Plan Integral de Asistencia Turística, esfuerzo interinstitucional que involucra a 15 entidades públicas, gremios turísticos y a la Academia.
- Generación de 12 planes de contingencia (9 establecimientos turísticos y 3 comunidades) en la zona de riesgo del volcán Cotopaxi en acuerdo con la Cruz Roja Ecuatoriana.
- Instauración del Protocolo a turistas extranjeros.
- Organización de talleres nacionales en Quito, Guayaquil y Cuenca de seguridad ciudadana en prevención y control de destinos turísticos con representantes de Embajadas y Consulados acreditados en el país.
- Gestión de riesgos y amenazas a la seguridad en las actividades y destinos turísticos mediante la georreferenciación de establecimientos turísticos en zonas de peligro, volcán Cotopaxi y provincia de Manabí.
- Vigilancia en vías de acceso, carreteras, logística, destino: «Rutas Seguras» Participación en los «OPERATIVO PIONERO» controlando los transportes públicos y privados que se desplazan por las rutas de nuestro país.
- MINTUR dispone del correo [denuncias@turismo.gob.ec](mailto:denuncias@turismo.gob.ec) para quejas en servicio turístico y la Fiscalía [www.fiscalia.gob.ec/index.php/denuncias](http://www.fiscalia.gob.ec/index.php/denuncias) en caso de robo/hurto en su estadía en el país.

### *Calidad*

- Sello Q (calidad del establecimiento): 21 empresas obtuvieron el distintivo.
- Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO): 50 empresas reconocidas: 6 en Coca y 44 en la Mitad del Mundo.
- Programa para la Excelencia en el Servicio: Formación y reconocimiento a 56 personas en el Programa para la Excelencia en el Servicio, en la ciudad Mitad del Mundo y Quito. CALIDAD

- Programa de Certificación Internacional: 67 empresas, divididas en 48 empresas con certificación internacional, 19 empresas con reconocimiento internacional y 67 personas reconocidas como auditores internos de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.
- Programa de capacitación a empleados del sector turístico en competencias laborales y temas de conocimiento general: 1.485 personas.
  - Beneficiadas a nivel nacional a través de cursos de capacitación online para competencias laborales (Ministerio de Turismo, 2016, p.14-17).

El mejoramiento, la infraestructura, la seguridad, la calidad, la normativa y demás elementos dentro de las actividades turísticas, hacen que un destino turístico se establezca en el mercado, siendo esto de gran importancia para el desarrollo no solo de destinos estrella, sino de todos los destinos que el Ecuador ofrece.

## **4.6. Parroquia San Pablo del Lago**

### **4.6.1. Datos generales**

La parroquia de San Pablo del Lago, se encuentra ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura a 40 km de la capital provincial y a 95 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador. La parroquia, se creó el 29 de mayo de 1861 mediante ordenanza Municipal. La población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 9.901 habitantes y representa el 9,44% de la población total del cantón de Otavalo. La cabecera parroquial constituye el principal núcleo de asentamientos humanos donde viven la mayoría de habitantes con auto identificación mestiza y el resto se distribuye en 11 comunidades con auto identificación indígena. La parroquia está ubicada cerca al núcleo urbano de la ciudad de Otavalo y forma parte de la cuenca hidrográfica del lago San Pablo o Imbakucha.

Posee zonas de vida correspondiente a bosque muy húmedo Montano y un bosque húmedo Montano, con temperaturas que oscilan en 12° y 19°C, mientras que las precipitaciones varían de 750 a 1000 mm anuales.

Posee una buena infraestructura educativa y de salud, una riqueza cultural intangible como las festividades del Inti Raymi, rama de gallos, fiesta a la

virgen de agua santa y tangible como la iglesia, antiguo colegio San Pablo, hacienda Cusín, capilla de Lourdes, parque Bolívar y una centena de viviendas de la Cabecera parroquial (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural San Pablo del Lago, 2015, p.1).

#### **4.6.2. Trabajo y empleo**

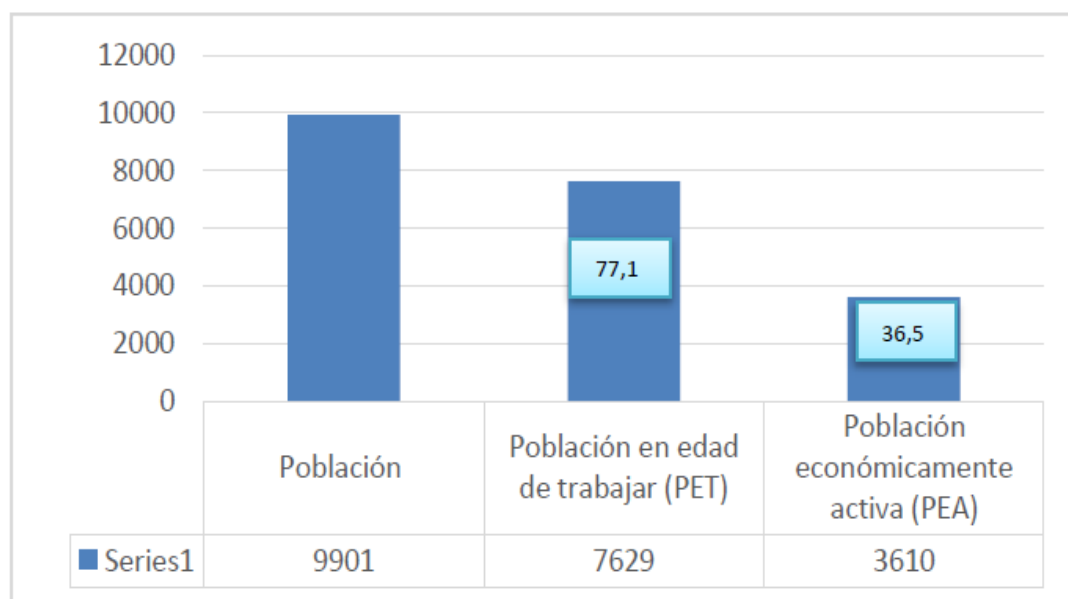
Las personas de parroquias rurales en su mayoría se dedican a la actividad agrícola, son muy pocas las personas que apuestan por otras opciones de desarrollo tanto económico, como social y en mayor porcentaje son por empresas privadas que llegan a desarrollarse en este sector y contratan a comuneros, mas no existe el conocimiento ni la iniciativa para emprender negocios turísticos teniendo tan amplia gama de atractivos dentro de su alcance.

El análisis del trabajo y empleo permite conocer el mercado laboral de la parroquia; es decir, la situación de la oferta actual de mano de obra en el mercado de trabajo. En el gráfico 6 podemos observar que el 77,1% de la población que corresponde a 7629 personas están en edad de trabajar (PET), este indicador es una medida demográfica que refleja la oferta de trabajo, incluye a las personas de 10 años y más, tanto a las activas cuanto a las inactivas (estudiantes, jubilados y pensionistas, quienes se dedican sólo a quehaceres domésticos).

En tanto la Población Económicamente Activa representa el 36.5 % de la población y está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora, y aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). El gráfico 10 muestra la relación existente entre la Población en Edad de Trabajar (PET) y la Población Económicamente Activa. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural San Pablo del Lago, 2015, p.26).

**Figura 1**

*Oferta Laboral*



**Fuente:** Plan de desarrollo territorial rural de la Parroquia San Pablo del Lago

**Elaborado por:** INEC 2010, Censo de Población y Vivienda

#### **4.6.3. Población económicamente activa por rama de actividad**

En muchas parroquias rurales hay poco interés o información sobre las actividades no agrícolas que se pueden realizar y que generen más ingresos y ayuden a desarrollar más integradamente a la sociedad, como lo es el turismo que involucra a varios sectores de una colectividad, es pues importante reforzar esto con cifras que afirmen esta teoría.

Al clasificar a la población económicamente activa por rama de actividad principal, se determina que la de mayor importancia es la agricultura y ganadería con una participación del 30,76%, la agricultura es practicada en las parcelas de terreno dentro de las comunidades de la parroquia y no garantiza un nivel de ingreso fijo, lo que obliga a los comuneros a buscar otras alternativas de subsistencia dejando de lado la práctica de la agricultura tradicional para autoconsumo.

El 13,14% de la población se dedica a la construcción, esta actividad es desempeñada generalmente por el jefe de hogar, la modalidad de contratación

es a plazo fijo (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural, 2015, p.28-29).

Al analizar estas cifras se puede decir que en la parroquia de San Pablo no existe interés o conocimiento de todas las actividades turísticas que se pueden realizar y de las que se puede obtener más ganancias y un desarrollo sostenible para toda la parroquia.

#### **4.6.4. Fundamentación legal**

##### **4.6.4.1. Cabecera parroquial**

La cabecera parroquial está constituida por una Zona 1 (Z1), y conformada por 4 sectores, cada uno de ellos poseen características que fueron identificadas en la Actualización catastral realizada a partir del año 2004 por parte del AME y el GMO

###### *Sector 1*

El sector 1 lo constituyen la población de Araque, con los barrios Mariscal y Brisas del Lago, Se caracteriza por tener como eje de crecimiento y organización la Calle Sucre, vía principal asfaltada y de gran importancia para la parroquia ya que por ella se conecta el casco urbano con comunidades y parroquias del cantón.

###### *Sector 2*

Los límites de sector dos están definidos por los barrios Espejo, Jardines del Lago, Central, San Cristóbal, Colonial y barrio Lindo, limita al norte por la Calle Gerardo Guevara, al sur la avenida Unesco y el predio del estadio parroquial, al este la quebrada Cusín y la calle Ángel Vaca y al oeste la calle Eloy Alfaro y el límite urbano.

###### *Sector 3*

Corresponde al barrio central de Araque y Bellavista. Las características son iguales a las del sector 1.

*Sector4*

Corresponde al barrio Calluma, con límite norte con el límite urbano, al sur la calle Gerardo Guevara, al este con la calle Ibarra y al oeste con el límite urbano. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural, 2015, p.38-37).

## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1. Métodos de Investigación

**5.1.1. Método deductivo.** - Se utilizó este método porque permite partir de estudios ya realizados de organizaciones turísticas o informes de investigaciones acerca de la organización y el estado de las actividades y así poder llegar a especificar lo que se quiere implementar o cambiar basado en los resultados de estos.

**5.1.2. Método analítico.** - Este método sirve para analizar toda la información recopilada a la colectividad, turistas y expertos ayudando a construir las estrategias que se pueden utilizar para implementar el modelo de gestión.

**5.1.3. Método sintético.** - Método que permitirá una vez que la información sea analizada pueda ser simplificada y se pueda utilizar los datos e información más concretas que ayuden al estudio.

### 5.2. Población y muestra

Dentro de la presente investigación se identifica el universo como la unidad más grande del tema, en este caso son las actividades turísticas que se realizan en general dentro del país, siendo éste el principal factor de investigación para así llegar a encontrar la población que son las actividades turísticas que se realizan dentro de la provincia de Imbabura.

Finalmente, llegamos a la muestra que consiste en la parte más representativa de la población de donde se podrá obtener la información necesaria y más acertada acerca del estado y manejo de las actividades turísticas en San Pablo del Lago.

#### 5.2.1. Identificación de la población

El departamento de coordinación general de investigación y estadística del Ministerio de Turismo realiza una recolección de datos turísticos en los cuales se manifiesta la cantidad de turismo interno que se moviliza dentro de todas

las provincias del país con sus respectivos cantones, en este caso en la provincia de Imbabura en el cantón de Otavalo se encuentra señalado que en el año 2017 hubo **54.035** turistas (Ministerio de Turismo Coordinación General de Estadística e Investigación, 2018).

Después de haber recabado esta información tomamos como universo para la muestra a los 54.035 turistas internos que llegaron al Cantón Otavalo en el año 2017.

### 5.2.2. Identificación de la muestra

Debido a que se tiene un universo considerable, se determinará la muestra que será el valor segmentado de la población a investigar, aplicando la siguiente fórmula:

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

En la cual el significado de los componentes de la misma es:

**n** = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse. En este caso 54,035 turistas

**N** = Universo o población a estudiarse.

**d** = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 ya que la desviación típica tomada como referencia es = 0.5.

**N-1** = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

**E** = Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 – 0.09 (1% y 9%)

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96

Una vez realizada la explicación pertinente se va a proceder a aplicar la fórmula con los valores indicados para obtener un resultado definitivo.

$$n = \frac{54035 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(54035 - 1)0.07^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{54035 \times 0.25 \times 3.84}{(54034)0.0049 + 0.25 \times 3.84}$$

$$n = \frac{51873.6}{264.76 + 0.96}$$

$$n = \frac{51873.6}{265.72}$$

$$n = 195 \text{ encuestas}$$

### **5.3. Instrumentos**

#### **5.3.1. Información primaria**

A continuación, se detallará las herramientas y técnicas que se utilizarán para recabar información que sustentará esta investigación.

##### **5.3.1.1. Técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas**

- **Entrevista**

Se planteó preguntas que ayudan a conocer diferentes factores clave para realizar la investigación, la entrevista se realizó a expertos empresarios hoteleros y turísticos que trabajan y conocen de la zona para poder constatar qué es lo que ellos piensan acerca de cómo se ha desarrollado la actividad turística y en concreto, cómo se han dirigido y gestionado, además, se acudió a expertos del Ministerio de Turismo y directores de turismo de Otavalo quienes son los que conocen concretamente qué se planea hacer en cuanto a gestión turística y también dentro del plan de ordenamiento territorial, cómo se encuentran ubicados o catalogados los servicios y actividades turísticas.

- **Encuesta**

Se aplicó encuestas, a los moradores y turistas para saber qué es lo que ellos ven positivo y negativo dentro de la actual gestión turística y cuáles son sus recomendaciones y puntos de vista acerca del actual manejo de los atractivos y productos turísticos que en San Pablo se desarrollan.

### **5.3.2. Equipo de recolección de datos**

- Grabadora
- Cuestionario
- Cámara Digital

### **5.3.3. Información secundaria**

Para esta investigación se recolectó información de fuentes indirectas que aportaron de igual manera como lo hizo la información directa con grandes criterios para mejorar el curso de la investigación. A continuación, se detallarán las fuentes de información que se utilizaron:

#### **5.3.3.1. Internet**

Esta herramienta permitió conocer datos importantes acerca del turismo en la parroquia de San Pablo del Lago y en sí de toda la situación actual del turismo, ya que actualmente ésta es la mejor herramienta para la difusión de información.

#### **5.3.3.2. Bibliografía digital y física**

La bibliografía fue utilizada durante toda la investigación, en un principio sirvió para conocer el estado actual de la parroquia, tanto turístico como político dando una idea de lo que estaba mal dentro de ésta; una vez sustentada por los métodos de investigación de campo, se pudo determinar la forma de actuar para satisfacer los objetivos de la investigación.

## 5.4. Procedimiento



### 5.4.1. Matriz de relación

**Tabla 1**

*Matriz de relación*

<b>Objetivos diagnósticos</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica</b>	<b>Fuente de información</b>
1. Conocer la oferta y demanda.	Estrategias de posicionamiento	Medios tecnológicos	Entrevista Encuesta	Turistas Moradores
		Medios impresos		Funcionarios Empresarios turísticos, hoteleros
2. Conocer los atractivos más relevantes para los turistas.	Situación actual	Medios tecnológicos	Entrevista Encuesta	Funcionarios Turistas
		Medios impresos		empresarios hoteleros y turísticos
3. Detectar el interés del turista.	Percepción de calidad	Medios tecnológicos	Encuesta	Turistas
		Medios impresos		
4. Conocer los motivos por los que el turista visita San Pablo.	Motivación del turista	Medios de comunicación tecnológicos	Encuesta	Turistas
		Medios impresos		
		Promoción turística		

---

5.	Determinar la percepción de calidad acerca de los atractivos turísticos y la relación precio-calidad	Atractivos turísticos representativos	 Atractivos culturales  Atractivos naturales  Atractivos históricos-patrimoniales.  Turismo urbano	 Entrevista  Encuesta	 Funcionarios  Empresarios turísticos, hoteleros  Turistas
6.	Implementar las estrategias de promoción que se pueden emplear	Estrategias de promoción	 Clasificación ordenada de los atractivos turísticos  Medios tecnológicos.	 Entrevista  Encuesta	 Funcionarios  Empresarios turísticos y hoteleros  Turistas

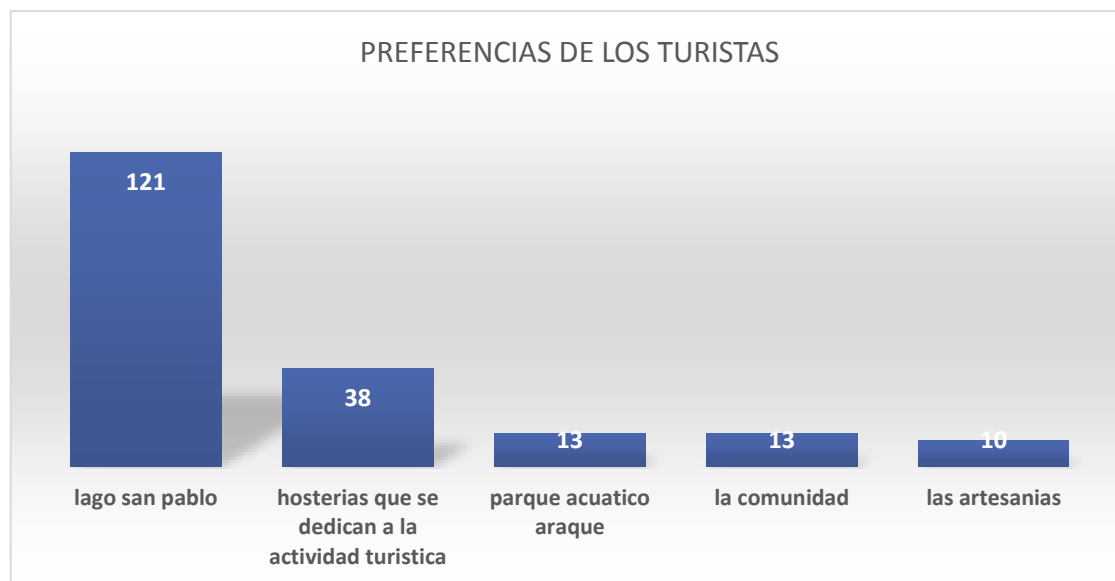
---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## 5.5. Tabulación y análisis de la información

### 5.5.1. Encuesta aplicada a turistas y residentes de San Pablo del Lago

#### 1.- ¿Qué atractivo considera Usted más relevante en la parroquia San Pablo del Lago?



**Figura 2:** Preferencias de los turistas

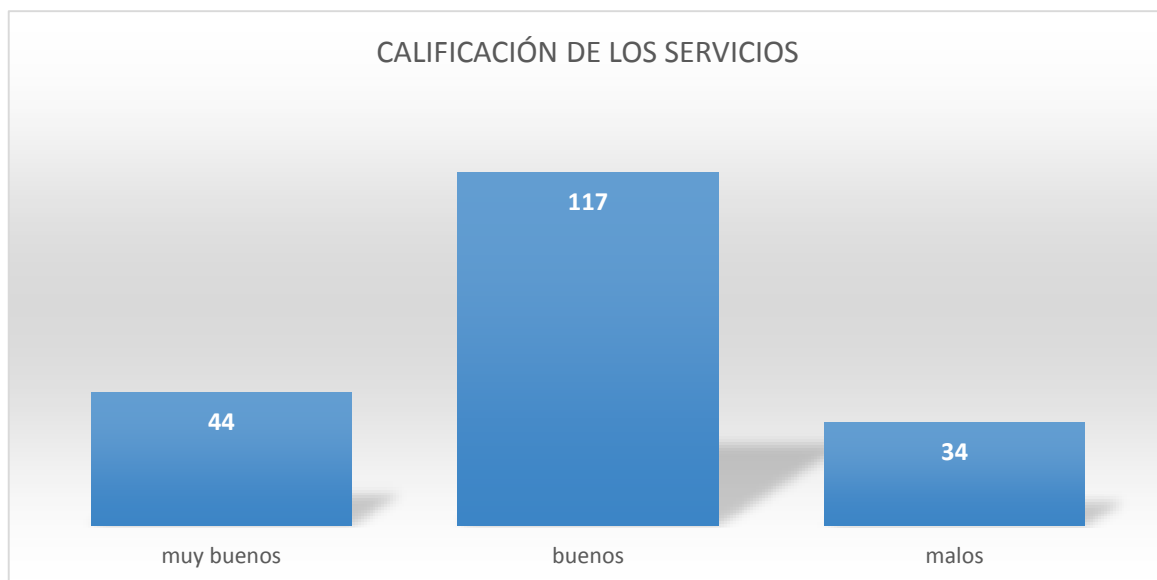
**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## ANÁLISIS

Los turistas en su mayoría prefieren el Lago San Pablo como atractivo turístico y por encontrarse en sus inmediaciones acuden a las hosterías que se encuentran en dicho lugar, dejando de lado actividades que también son importantes para el desarrollo tanto turístico como económico de la parroquia.

2.- En cuanto a la percepción de la calidad turística ¿cómo considera usted los atractivos turísticos de la zona?



**Figura 3:** Calificación de los servicios

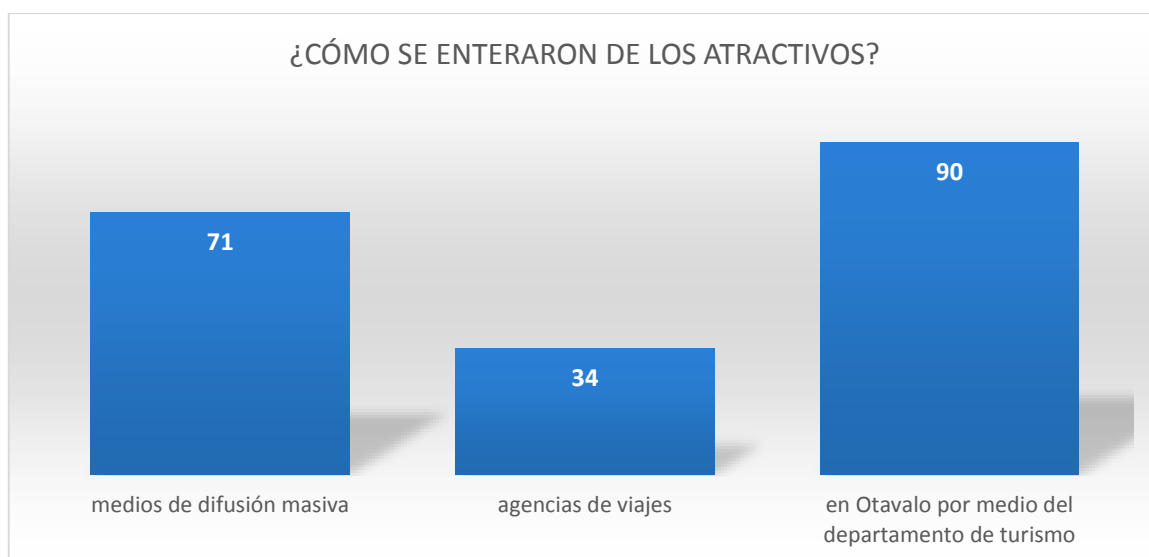
**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## ANÁLISIS

44 turistas consideran que los servicios son muy buenos, 117 opinan que son buenos y 34 que son malos. Se puede concluir que la mayoría de turistas consideran a los atractivos óptimos para el desarrollo de actividades turísticas dentro de ellos, refiriéndose en su mayoría a actividades naturales o de recreación en espacios verdes además de tomar como referencia a las hosterías que se dedican a la actividad turística.

### 3.- ¿A través de qué medio conoce usted el Lago San Pablo?



**Figura 4:** Conocimiento de los atractivos

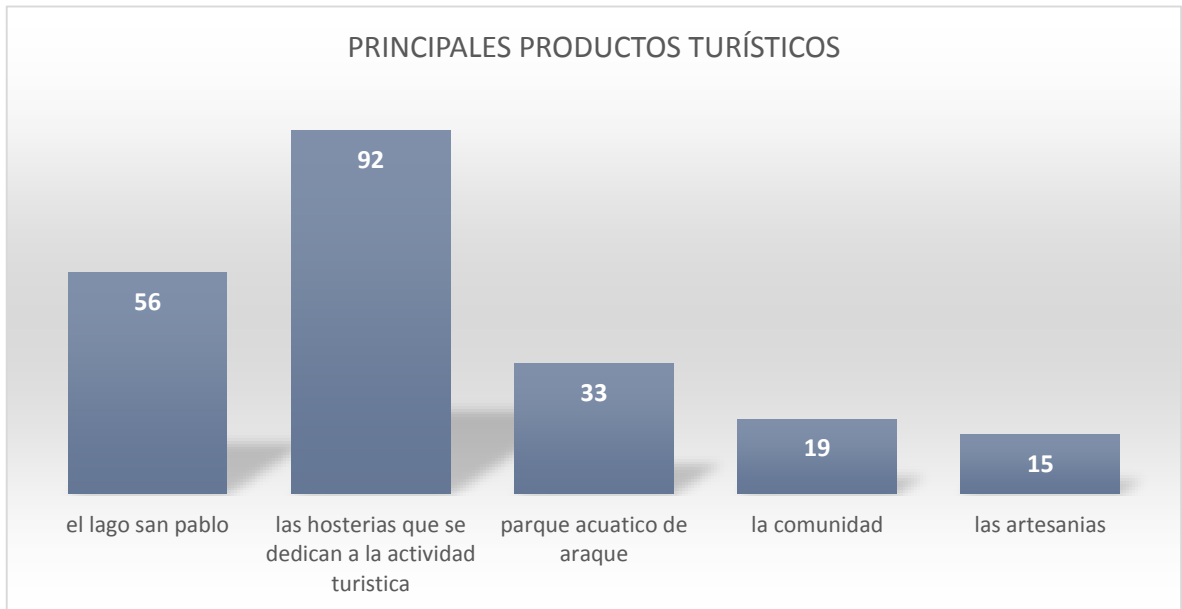
**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

### ANÁLISIS

La mayoría de los turistas que llegan a la parroquia San Pablo y al lago son referidos desde la ciudad de Otavalo como cabecera cantonal, mas no por una promoción constante desde la parroquia, y la poca promoción existente se da desde los empresarios privados. Indicando que una de las principales falencias dentro de la parroquia y su organización turística es la promoción y publicidad.

**4.- ¿Cuáles considera usted que son los principales sitios turísticos dentro de la parroquia?**



**Figura 5:** Promoción

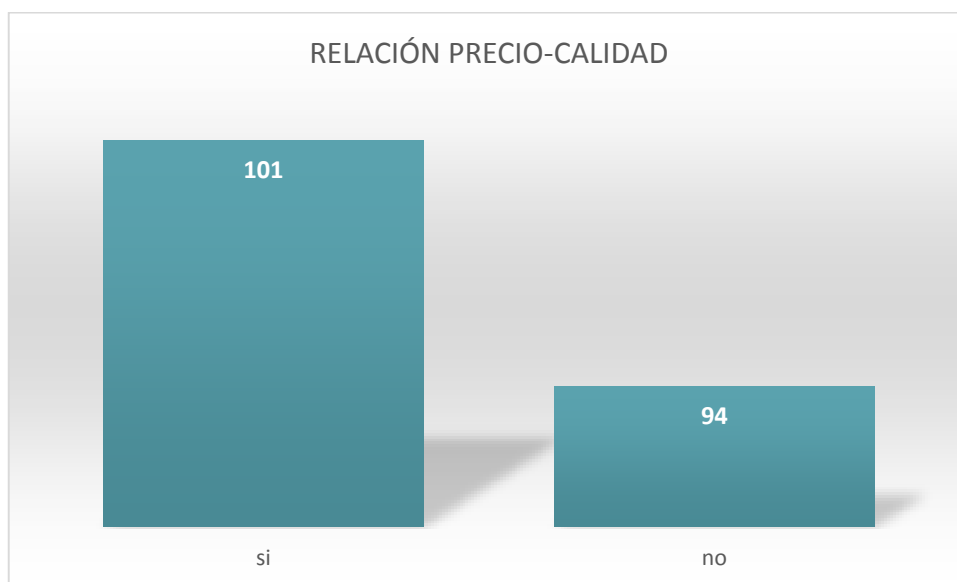
**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## **ANÁLISIS**

Comparando las respuestas se puede ratificar que los empresarios turísticos son los que mejor aprovechan de todos los atractivos que ofrece la parroquia, indicando la falta de importancia que se le da por parte de la población y las autoridades públicas.

**5.- ¿Está usted de acuerdo con los precios de los servicios y actividades turísticas de acuerdo a su percepción de calidad y de satisfacción después de consumir estos servicios?**



**Figura 6:** Relación precio-calidad

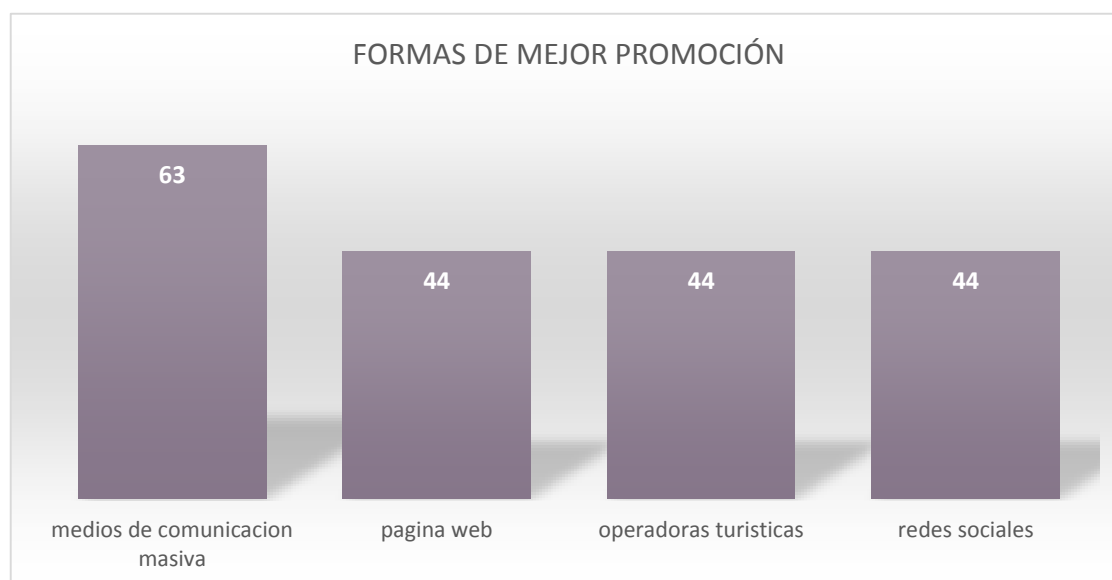
**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## **ANÁLISIS**

Los encuestados han mencionado que tiene mucha importancia la relación del precio con la calidad de los productos y servicios que consumen, quedando en su mayoría satisfechos por los servicios recibidos en las hosterías.

## 6.- ¿Qué considera que hace falta para promocionar las actividades turísticas de la Parroquia San Pablo del Lago?



**Figura 7:** Formas de mejorar la promoción

**Fuente:** Encuesta directa / Mayo 2018

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

### ANÁLISIS

63 encuestados consideran que la mejor forma de promoción son los medios de comunicación masiva, 44 opinan que se podría mejorar la promoción por medio de páginas web, para 44 de los entrevistados la mejor manera es por medio de operadores turísticos, las redes sociales son una buena opción para 44 entrevistados. Se puede usar los resultados para concluir que es necesario una mejora en la promoción de los atractivos de la parroquia dando el paso a esta investigación a seguir con su objetivo de desarrollar un modelo de gestión.

## 5.5.2. Entrevistas aplicadas a profesionales de turismo del Estado y empresarios privados

**Tabla 2**

*Lista de entrevistados*

<b>Lista de entrevistados</b>	
<b>E1</b>	Ing. Fernando Haro - Funcionario de la casa de turismo de Otavalo
<b>E2</b>	Ing. Cesar Arcos – Gerente General de Casa Hacienda Cusín y del Monasterio Cusín.
<b>E3</b>	Ing. Fernando Chiza – Funcionario de la junta parroquial de San Pablo del Lago
<b>E4</b>	Dr. Ángel Monteros – Empresario turístico de la parroquia

**Elaborado por:** Liliana Carolina Orbe Castillo

### 5.5.2.1. Preguntas de entrevista

El primer bloque de preguntas se realizó para conocer la realidad de la actividad turística dentro de la parroquia, así como también cuál es la estructura que se maneja dentro del GAD Parroquial y si es el caso qué hacen los funcionarios para impulsar el turismo dentro de la parroquia.

#### 1.- ¿Cómo están funcionando las actividades turísticas de la parroquia?

#### ANÁLISIS

**E1** aclara que dentro de la parroquia San Pablo se están manejando algunos proyectos de mejoramiento, como la readecuación del muelle San Pablo el cual es financiado por el Gobierno Provincial, **E1** indica que es un proyecto largo; y que aparte de las empresas turísticas que funcionan en la parroquia hay algunos emprendimientos comunitarios que están funcionando dentro de las comunidades, a los cuales se les está brindando asesoramiento técnico, promoción y difusión. **E2** manifiesta que como empresario turístico no se ha integrado con la actividad turística por lo tanto no tiene el conocimiento adecuado del funcionamiento estructural. Mientras que **E3** afirma que dentro de la parroquia hay un vocal encargado del sector económico productivo y emprendimientos turísticos donde dentro

de cada junta parroquial se presenta ideas que se aprueban y son ejecutadas, tanto en el ámbito privado como público un ejemplo de esto es el parque Acuático de Araque que es regulado por este vocal, mientras que en el sector privado no hay mayor intervención ya que de esto se encarga el Municipio de Otavalo y **E4** concuerda con **E3**.

Sin embargo, **E1**, **E2**, **E3** y **E4** concuerdan en que para mejorar la estructura e integrar tanto al sector privado como el público hace falta mejorar el modelo de estructura y regulación de las actividades.

## **2. ¿En qué estado se encuentra la administración turística dentro de la parroquia?**

### **ANÁLISIS**

**E1** afirma que él como funcionario de la dirección de turismo de Otavalo está a cargo del control turístico y de establecimientos turísticos de todo el cantón y que ellos a su vez realizan inspecciones para verificar cómo va el cumplimiento de normas y lineamientos en cuanto al manejo de cada una de las áreas y permisos de funcionamiento, manifiesta que hablando de emprendimientos hay el área de gestión y proyectos a donde llega cada iniciativa comunitaria, referido a esto supo manifestar que no existe un modelo de gestión dedicado solo a la parroquia San Pablo, **E2** manifiesta que como empresario turístico no se encuentra al tanto de ninguna de las actividades que se realizan dentro de la parroquia.

**E3** indica que la administración turística está en un estado de despegue ya que está dentro del departamento económico productivo, mas no hay un departamento dentro de la junta parroquial que se dedique netamente a la actividad turística, **E4** de igual manera manifiesta que se ha dejado a las empresas turísticas que funcionan aquí manejar la actividad de la manera que a ellos les convenga por medio de sus fuentes de difusión.

**E1**, **E2**, **E3** y **E4** concuerdan en que se debe mejorar la administración desde la parroquia para que trabaje en conjunto con el Municipio de Otavalo y la empresa privada, controlando las actividades públicas como es el Parque Acuático de Araque y las empresas privadas.

**3. ¿Cómo son controlados los recursos humanos dentro de la actividad turística y dentro de la parroquia?**

**ANÁLISIS**

**E1** indica que las operadoras controlan a los guías que realizan sus rutas dentro de la parroquia, y en cuanto a los emprendimientos se manejan con guías nativos, en lo que la dirección de turismo de Otavalo trata de aportar con asesoramiento al igual que en emprendimientos que tratan de dedicarse a la actividad donde se les indica y asesora lo que pueden hacer y dado el caso donde pueden solicitar los permisos respectivos. **E2** manifiesta que dentro de su empresa turística controlan los recursos humanos de manera privada tercerizando con operadoras turísticas para el trabajo con guías. **E3** dice que tampoco manejan nada sobre el tema de recursos humanos concordando con **E4**.

**4. ¿Cree usted que funciona la estructura organizacional dentro de la parroquia?**

**ANÁLISIS**

**E1** manifiesta que es difícil discutir sobre este tema porque algunas comunidades tienen un poco de resistencia a la intervención de funcionarios dentro de sus emprendimientos, por lo cual es complicado hablar de una estructura organizacional que abarque a toda la parroquia. **E2** como lo mencionó anteriormente desconoce de este tema, pero muestra que en el caso que se implantara un nuevo formato de estructura organizacional estaría dispuesto a unirse y cree que de igual manera sus compañeros de las demás empresas privadas. **E3** manifiesta que, si existiera un plan verdadero basado en un estudio a fondo funcionaría para ayudar a la parroquia a mejorar la actividad, con esto deja saber que no existe una estructura organizacional dentro de la parroquia. De igual manera **E4** dice que es necesario un estudio a fondo para mejorar o implementar una estructura organizacional adecuada, haciendo alusión a lo antes mencionado por **E1**.

**5. ¿Considera que está bien manejada y gestionada la actividad turística dentro de la parroquia?**

**ANÁLISIS**

**E1** acota que no está herrada la actividad turística pero la falta de organización y desconocimiento hace que no se pueda concentrar la actividad en un gremio u organización que agrupe a las hosterías, emprendedores, artesanos; donde puedan realizar actividades más grandes que comprendan varios emprendimientos y sobre todo incluir a las hosterías que tienen más conocimiento de cómo se realiza la actividad. **E2** desconoce la gestión que se está realizando. **E3** como funcionario de la junta parroquial considera que no hay ningún manejo porque no hay una entidad que esté enfocada en la actividad al igual que **E4**.

El segundo bloque de preguntas de esta entrevista se estructuró en base a la visión que tanto empresarios, como funcionarios tienen de la parroquia dentro de la actividad turística y que es lo que ellos dentro de su área plantean realizar para el mejoramiento de la misma.

**1. ¿Considera que San Pablo del Lago tiene potencial turístico que explotar?**

**ANÁLISIS**

**E1** considera que hay muchas cosas por hacer en la parroquia menciona que el desarrollo turístico es mínimo, que se debería empezar incentivando a las personas de la parroquia a realizar la actividad, de la misma manera educando a los pobladores que viven en las orillas de la laguna para que no realicen actividades que dan mala imagen turística. **E2** concuerda con **E1** reconociendo que por parte de la empresa privada se ha descuidado la inclusión en las actividades turísticas de la parroquia, al igual que **E3** Y **E4** acotando que la principal falencia son los recursos económicos.

**2. ¿Cuál de los atractivos que tiene San Pablo considera que se debe fortalecer y potencializar?**

**ANÁLISIS**

**E1** menciona que la mayoría de personas que conoce las inmediaciones del Lago San Pablo no sabe acerca de los lugares aptos que existen para el turismo, acota también que el departamento de turismo de Otavalo está estudiando la posibilidad de implementar nuevas rutas turísticas. **E2** considera que San Pablo tiene gran potencial porque mantiene un rasgo colonial refiriéndose al pueblo en donde existen casas de este estilo el cual puede ser explotado de muchas maneras. **E3** menciona que como funcionario de la junta parroquial están interesados en fortalecer el lago y el sector de la rinconada al igual que **E1** lo menciona haciendo alusión a que no hay mayor estudio en este sector para realizar actividad turística y se encuentra descuidado. **E4** hace énfasis a que se debe implementar circuitos turísticos con las comunidades que se encuentran en la cuenca del lago y también caminatas.

**3. ¿Qué actividades implementaría?**

**ANÁLISIS**

**E1** cree que se debería implementar senderismo con nuevas rutas que ya se encuentran planteadas, refiriéndose a los turistas extranjeros que vienen de ciudades grandes y lo que les interesa es vivir experiencias comunitarias alejadas de su cotidianidad, además de fortalecer los emprendimientos comunitarios. **E2** acota que lo que él implementaría como empresario turístico es un museo colonial ya que San Pablo desde su punto de vista tiene mucho potencial que puede ser explotado de distintas maneras, fomentando las actividades dentro del pueblo, además de mantener y mejorar el casco colonial de la parroquia. **E3** dice que lo que se necesita primordialmente es organización y promoción para que se potencialice la actividad turística y concuerda con **E1** y **E3** en fomentar el senderismo. **E4** concuerda con **E1**, **E2** y **E3**.

#### **4. ¿Cuáles son las mejoras planteadas para el desarrollo turístico?**

##### **ANÁLISIS**

**E1** señala que lo que se plantea mejorar como dirección de turismo es el muelle que ya está en reconstrucción, la promoción y el fortalecimiento de los emprendimientos comunitarios y la creación de rutas turísticas para senderismo dando así mayores opciones para los turistas. **E2** dice que no se encuentra al tanto de las actividades que estén planteadas pero que como empresario estaría dispuesto a incluirse en actividades que ayuden a la mejora. **E1** menciona que dentro del plan de ordenamiento y desarrollo territorial que está planteado para los 5 años del periodo administrativo se encuentran algunas mejoras pero que por falta de organización y articulación de un departamento turístico enfocado en la actividad no se han concretado del todo muchas de las actividades aquí planteadas, mientras que **E4** dice que se han planteado muchas mejoras en estudios anteriores pero que no se han llegado a concretar.

#### **5. ¿Cree que la parroquia tiene beneficios al incurrir dentro de la actividad turística?**

##### **ANÁLISIS**

**E1** dice que todos los lugares que se dediquen a mejorar sus atractivos, organización y estructura se verán beneficiados de la actividad ya que es uno de los principales ingresos para ciudades y cantones en los que se pone más énfasis a trabajar en el turismo. **E2** manifiesta que como parroquia San Pablo tiene mucho que ofrecer porque ha mantenido su identidad colonial a diferencia de Otavalo y el resto del cantón. **E3** y **E4** manifiestan que lamentablemente todos los beneficios que podría tener la parroquia dentro de la actividad se lo lleva el sector privado y lo poco que se queda es lo que genera el parque acuático de Araque pero no es mucho.

## 5.6. Análisis FODA

**Tabla 3**

*Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La parroquia cuenta con recursos naturales y culturales para activar la actividad turística</li><li>• Mantiene un casco colonial dentro del pueblo</li><li>• Existen emprendimientos de turismo comunitario desarrollándose en toda la parroquia</li><li>• Existe empresas que realizan actividad turística privada y pública por separado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alta posibilidad de trabajo en proyectos comunitarios</li><li>• Posibilidad de potencializar los emprendimientos comunitarios ya existentes</li><li>• Predisposición de entidades públicas y empresa privada para el desarrollo y promoción turística conjunta</li><li>• Impulsar un nuevo modelo de gestión que dé sostenibilidad a la actividad turística</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Existe poco trabajo en conjunto entre empresa pública y privada</li><li>• Falta de organización dentro de toda la parroquia</li><li>• No existe un departamento designado específicamente a la actividad turística.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pérdida de ingresos por falta de promoción y organización</li><li>• Acumulación de ganancias dentro de la empresa privada, restando beneficios para la comunidad y la parroquia en sí.</li><li>• Escasa presencia de líderes</li></ul>

---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

**Tabla 4***Cruce matriz FODA*

<b>AMENAZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>F</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar promoción para las actividades dentro del casco colonial de San Pablo, nuevos senderos y rutas para los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear un modelo de gestión que trabaje tanto en la empresa privada, como en la pública conjuntamente.</li> </ul>
<b>O</b>		
<b>R</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar los emprendimientos comunitarios ya existentes en toda la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar a los comerciantes locales a realizar ferias o actividades que activen la economía y el turismo.</li> </ul>
<b>T</b>		
<b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iniciar un plan de marketing y promoción para la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestionar la implementación de una comisión de turismo dentro del GAD parroquial.</li> </ul>
<b>L</b>		
<b>E</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar personal dedicado al control de la actividad pública y privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer normativa interna y estructura organizacional dentro de la comisión de turismo parroquial.</li> </ul>
<b>Z</b>		
<b>A</b>		
<b>D</b>		
<b>E</b>		
<b>B</b>		
<b>I</b>		
<b>L</b>		
<b>I</b>		
<b>D</b>		
<b>A</b>		
<b>D</b>		
<b>E</b>		
<b>S</b>		

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

### **5.6.1. Relación FODA**

#### **Relación FO**

- Crear un modelo de gestión que trabaje tanto con la empresa privada como con la pública en conjunto.
- Impulsar a los comerciantes locales a realizar ferias o actividades que activen la economía y el turismo.

#### **Relación FA**

- Implementar promoción para las actividades dentro del casco colonial de San Pablo, nuevos senderos y rutas para los turistas.
- Impulsar los emprendimientos comunitarios ya existentes en toda la parroquia.

#### **Relación DO**

- Gestionar la implementación de una comisión de turismo dentro del GAD parroquial.
- Establecer normativa interna y estructura organizacional dentro del departamento de turismo parroquial

#### **Relación DA**

- Iniciar un plan de marketing y promoción para la parroquia.
- Incrementar personal dedicado al control de la actividad pública y privada.

## **6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **6.1. Macro localización**

La propuesta de investigación se encuentra localizada, en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia San Pablo del Lago.

Imbabura se encuentra ubicada en la Sierra Norte del Ecuador, actualmente cuenta con una población de 418 357 habitantes, según los datos del INEC (2010), se la conoce como: “La provincia de los lagos” por el gran número de lagos y lagunas que se encuentran dentro de ella, siendo las más representativas de la provincia las lagunas de Yahuarcocha, Cuicocha, San Pablo. Además, siempre ha marcado diferencia, por la gran diversidad tanto étnica, cultural y gastronómica que posee cada uno de sus 6 cantones, que son Otavalo, Atuntaqui, Cotacachi, Urcuquí, Pimampiro e Ibarra que es la capital de la provincia.



**Figura 8:** Mapa del Ecuador

**Fuente:** Ecuador noticias recuperado de: [www.ecuadornoticias.com](http://www.ecuadornoticias.com)



**Figura 9:** Mapa de Imbabura

**Fuente:** Turismo Imbabura recuperado de: [www.diversionimbabura.wordpress.com](http://www.diversionimbabura.wordpress.com)

## 6.2. Micro localización

La parroquia San Pablo del Lago, se encuentra ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura a 40 km de la capital provincial y a 95 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador. La parroquia, se creó el 29 de mayo de 1861 mediante ordenanza Municipal. La población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 9.901 habitantes y representa el 9,44% de la población total del cantón de Otavalo. La cabecera parroquial constituye el principal núcleo de asentamientos humanos donde habitan la mayoría de habitantes con auto identificación mestiza y el resto se distribuye en 11 comunidades con auto identificación indígena (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural, 2015, p. 1).



**Figura 10:** Mapa del Cantón Otavalo

**Fuente:** Aguilar, 2015 Recuperado de: [www.dspace.utpl.edu.ec](http://www.dspace.utpl.edu.ec)

### **Limites**

Norte: La Esperanza - Cantón Ibarra

Sur: Parroquia Gonzales Suarez y San Rafael

Este: La Esperanza – Cantón Ibarra

Oeste: Ciudad de Otavalo

### **6.2.1. Características de la parroquia de San Pablo del Lago**

La parroquia de San Pablo del Lago pertenece al cantón Otavalo, provincia de Imbabura a 45 min de Ibarra capital provincial, se encuentra ubicada a 4 km del casco urbano de Otavalo siendo esta una ventaja para su fácil acceso.

Las principales actividades económicas a las que se dedica la población son 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 (...).

Posee una buena infraestructura educativa y de salud, una riqueza cultural intangible como las festividades del Inti Raymi, rama de gallos, fiesta a la virgen de agua santa y tangible como la iglesia, antiguo colegio San Pablo, hacienda Cusín, capilla de Lourdes, parque Bolívar y una centena de viviendas de la cabecera parroquial (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural, 2015, p. 2).

La parroquia es uno de los principales núcleos de ingresos económicos del cantón ya que la actividad turística que realizan las cinco hosterías que se encuentran contempladas dentro del catastro turístico generan ingresos, pero la mayoría de ellos se quedan para dichas hosterías como empresa privada, mas no para la comunidad o para la empresa pública.

Es muy importante mencionar que la parroquia conserva dentro del pueblo su estructura colonial, lo cual hace que éste sea un atractivo incalculable para la parroquia, así como todas las tradiciones culturales que todavía siguen intactas. También cabe señalar que el turismo no se encuentra como la principal opción de los habitantes por lo cual no se ven en la necesidad de realizar de manera adecuada y ordenada la actividad, así como involucrarse más en ella en conjunto con la empresa pública.

### **6.3. Entes de gestión turística dentro de la parroquia San Pablo del Lago**

Según la Resolución 1 del Registro Oficial Suplemento 718 de 23-mar.-2016 del Consejo Nacional de Competencias las obligaciones respecto a la gestión del turismo que tiene cada nivel de gobierno desde el nacional hasta el parroquial son las siguientes:

#### **6.3.1. Gobierno Nacional**

Aclarando que las actividades turísticas que le corresponden al gobierno nacional son asumidas por el Ministerio de Turismo, se detallan a continuación las referentes a gestión turística.

Art. 8.- Gestión nacional.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Clasificar, re clasificar, pre categorizar, categorizar y re categorizar a los prestadores de servicios turísticos.
2. Elaborar y administrar el catastro de establecimientos turísticos a nivel nacional.
3. Elaborar y administrar el inventario de sitios turísticos nacionales.
4. Elaborar y administrar el catastro de actividades turísticas nacionales.
5. Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental.
6. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos.
7. Potenciar la actividad turística nacional con estándares de calidad.
8. Promover y fomentar el turismo nacional.
9. Consolidar las denuncias de turistas remitidas por los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.
10. Elaborar y administrar un sistema nacional de información turística.
11. Realizar la promoción turística internacional del país.

12. Consolidar las estadísticas de turismo locales y elaborar las estadísticas nacionales.
13. Actualizar y administrar las Áreas Turísticas Protegidas del Ecuador.
14. Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento del registro de turismo y los requisitos para su obtención.
15. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente (Consejo Nacional de Competencias, 2016, p.4).

### **6.3.2. Gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos**

Art. 13.- Gestión cantonal.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente.
2. Actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón, de conformidad con la normativa nacional vigente.
3. Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.
4. Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.
5. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
6. Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento de la licencia única anual de funcionamiento y los requisitos para su obtención.
7. Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.

8. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico cantonal.
9. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.
10. Coordinar mecanismos de bienestar turístico con los distintos niveles de gobierno, así como con las entidades nacionales competentes.
11. Receptar, gestionar, sustanciar los procesos de denuncias efectuadas por parte de los distintos turistas, respecto a los servicios recibidos, y reportarlas trimestralmente a la Autoridad Nacional de Turismo.
12. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
13. Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal, de acuerdo a las condiciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo.
14. Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.
15. Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.
16. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente (Consejo Nacional de Competencias, 2016, p.5-6).

### **6.3.3. Gobiernos autónomos descentralizados provinciales**

Art. 17.- Gestión provincial.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes actividades de gestión:

1. Promover las actividades turísticas dentro de la provincia en coordinación con las instituciones pertinentes.
2. Coordinar actividades derivadas de la planificación del sector turístico entre los diferentes niveles de gobierno.
3. Fomentar proyectos turísticos provinciales que guarden concordancia con la legislación vigente.

4. Difundir mensualmente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas en su circunscripción territorial.
5. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico provincial enmarcado en las directrices nacionales de promoción turística.
6. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos de la provincia, en el marco de la normativa nacional.
7. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo, de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
8. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
9. Promover el desarrollo de productos y destinos turísticos en el ámbito provincial que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
10. Fomentar el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, para lo cual los distintos prestadores de servicios deberán cumplir con lo establecido en la normativa vigente.
11. Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.
12. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente (Consejo Nacional de Competencias, 2016, p.6-7).

#### **6.3.4. Gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales**

Art. 19.- Gestión parroquial rural.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, en el ámbito de su circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los gobiernos autónomos

descentralizados provinciales, para lo cual los distintos prestadores de servicios deberán cumplir con lo establecido en la normativa vigente.

2. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo, de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.

3. Realizar campañas de concienciación ciudadana que genere una cultura sobre la importancia del turismo, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y metropolitanos.

4. Canalizar los requerimientos de prestadores de servicios turísticos a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.

5. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente (Consejo Nacional de Competencias, 2016, p.7).

## 6.4. Recursos turísticos

### 6.4.1. Resumen del inventario de atractivos turísticos de la parroquia San Pablo del Lago

Tabla 5

*Inventario atractivos turísticos*

ATRATIVOS	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	VIALIDAD					TRANSPORTE			DIFUSION		
			ASFALTADO	ADOQUINADO	EMPEDRADO	LASTRADO	SENDERO	BU (Zarate, 2007)S	AUTOMOVIL	4X4	LOCAL	PROVINCIAL	NACIONAL
<b>BOSQUE NATIVO LA RINCONADA-PIJAL</b>	conservado: debido a sus recursos hídricos y por el respeto de la comunidad al bosque nativo	alterado: incendios forestales y presión de la frontera agrícola				X	X			X	X		
<b>LAGO SAN PABLO-IMBAKUCHA</b>	alterado: eutrofización y contaminación	alterado: mala planificación urbana y turística, pérdida de construcciones tradicionales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>PARQUE ACUÁTICO ARAQUE</b>	alterado: falta de mantenimiento	alterada: pastoreo, cultivos, mal uso de agua, construcciones sin identidad	X		X			X	X	X	X	X	X
<b>MERCADO DE DOMINGO</b>	alterado: falta de servicios básicos, aseo y mantenimiento	alterado: los vecinos no saben cómo emprender turísticamente por falta de apoyo de las autoridades	X	X				X	X	X	X		
<b>BORDADOS DEL PUEBLO KICHWA KAYAMPI</b>	conservado: se mantiene la identidad	alterado: aculturamiento	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>SOMBRERERÍA DE ANGLA</b>	conservado: un buen porcentaje de los pobladores usan el sombrero	alterado: aculturamiento	X		X			X	X	X	X		
<b>KALLUMA PLAZA CULTURAL Y CEREMONIAL</b>	alterado: poco uso de los instrumentos locales	alterado: no se mantiene la identidad cultural	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
<b>INTY RAYMI</b>	alterado: globalización	alterado: organización de eventos paralelos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>RAMA DE GALLOS</b>	alterado: desuso de música tradicional	alterado: aculturamiento	X	X	X	X		X	X	X	X	X	

**Fuente:** Otavalo Travel recuperado de: [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel) (Otavalo, 2015)

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

ATRATIVOS	TEMPORALIDAD DE ACCESO	SERVICIOS BÁSICOS			USOS	ENTRADA LIBRE	
		AGUA	ELECTRICIDAD	ALCANTARILLADO		SI	NO
<b>BOSQUE NATIVO LA RINCONADA-PIJAL</b>	365 días	no existe	no existe	no existe	Turismo de naturaleza Turismo de aventura Ecoturismo Aviturismo Fotografía Educación Ambiental	X	
<b>LAGO SAN PABLO-IMBAKUCHA</b>	365 días	potable y tratada	sistema interconectado	red pública y pozo séptico	Turismo de naturaleza Turismo de aventura Aviturismo Fotografía	X	
<b>PARQUE ACUÁTICO ARAQUE</b>	365 días	tratada	sistema interconectado	pozo séptico	Turismo de naturaleza Turismo de aventura Turismo comunitario Turismo cultural Fotografía Aviturismo Educación ambiental	X	
<b>MERCADO DE DOMINGO</b>	365 días	potable	sistema interconectado	red pública	Turismo cultural Turismo comunitario Turismo místico Turismo de aventura Fotografía Educación ambiental	X	

<b>BORDADOS DEL PUEBLO KICHWA KAYAMPI</b>	365 días	entubado	sistema interconectado	red pública y pozo séptico	Turismo cultural Turismo histórico Turismo comunitario Turismo de aventura (trekking, hiking) Fotografía Educación cultural	X
<b>SOMBRERERÍA DE ANGLA</b>	365 días	potable y tratada	sistema interconectado	red pública y pozo séptico	Turismo comunitario Turismo cultural Turismo místico Turismo histórico Fotografía	X
<b>KALLUMA PLAZA CULTURAL Y CEREMONIAL</b>	365 días	potable	sistema interconectado	red pública y pozo séptico	Turismo cultural Turismo histórico Turismo comunitario Turismo de aventura Turismo místico Fotografía Video Educación ambiental y cultural	X
<b>INTY RAYMI</b>	10 días	potable	sistema interconectado	red pública	Turismo cultural Turismo histórico Turismo de aventura Turismo comunitario Turismo místico Fotografía Educación ambiental	X
<b>RAMA DE GALLOS</b>	junio y julio	tratada	sistema interconectado	red pública	Turismo cultural Turismo histórico Turismo comunitario Turismo de aventura (trekking) Fotografía Educación intercultural	X

**Fuente:** Otavalo Travel recuperado de: [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel) (Otavalo, 2015)

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## 6.4.2. Catastro turístico de la parroquia San Pablo del Lago

**Tabla 6**

*Actualización catastro turístico*

ACTUALIZACIÓN CATASTRO TURÍSTICO PARROQUIA SAN PABLO 2019							ALOJAMIENTO		ALIMENTACIÓN	
ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	CATEGORÍA	N° HA B	N° PL A	N° MES	N° PLA
HOSTERÍAS										
CABAÑAS DEL LAGO	CABLAGO S. A.	TANIA CHRISTINA DREWNIOK MERINO	ARAQUE AV. MARISCAL SUCRE	2918 108/ 2918 001	info@cabanasdellago.com.ec	PRIMERA	26	71	33	200
HACIENDA CUSÍN	NICHOLAS MILLHOUSE	CÉSAR AGUSTÍN ARCOS MALDONADO	CALLE CHIRIBOGA SAN PABLO DEL LAGO	2918 013/ 2918 317	hacienda@cusin.com.ec	4 ESTRELLAS	40	78	18	70
SACHA JÍ	TURISMO YOGASACHAJI CÍA. LTDA.	MARÍA TERESA PONCE AGATO	COLINAS DE SAN PABLO, VÍA DEL CÓNDOR LOTE # 13 Y ÁNGEL VACA	3049 245	info@sachaji.com	PRIMERA	12	28	9	36
MEDINA DEL LAGO	HOTEL CASA MEDINA S.A.	WALTER EDUARDO MEDINA CALDERÓN	CALLE PRINCIPAL COLINAS DE SAN PABLO LOTE 25A	992832833	ventas@medinadellago.com	5 ESTRELLAS	15	47	10	40
CASA DE HUÉSDEDES										
CASA DE LUIS	LUIS HERMÓGENES ANTAMBA ANTAMBA	LUIS HERMÓGENES ANTAMBA ANTAMBA	14 DE FEBRERO CF-CE- 23, EL LAGO	994268760	reservas@casadeluis.com	ÚNICA	4	6		

GREEN HOUSE	HÉCTOR PATRICIO VALENZUELA RUALES	HÉCTOR PATRICIO VALENZUELA RUALES	24 DE JUNIO Y SAN FRANCISCO	2919 298	araqueinn@gmail.com	ÚNICA	3	6
REFUGIO <b>SAMAY TOA</b>	MAIRA ANABEL GODOY	MAIRA ANABEL GODOY	PRINCIPAL, S/N, 14 DE JUNIO	985478921	refugiosamaytoa@gmail.com	ÚNICA	7	14
SALAS DE BANQUETES Y RECEPCIÓN <b>EL POZO</b>	SOFÍA MARIBEL ANTAMBA ANRANGO	SOFÍA MARIBEL ANTAMBA ANRANGO	SUCRE Y 14 DE FEBRERO/ SAN PABLO	987080128	resepcioneselpozo@gmail.com	SEGUNDA	27	270

**Fuente:** Otavalo Travel recuperado de: [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel) (Otavalo, 2015)

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## **6.5. Propuesta administrativa**

### **6.5.1. Objetivos**

#### **6.5.1.1. Objetivo general**

Realizar un modelo de gestión de actividades turísticas que permita contribuir con el desarrollo y la organización de la parroquia en conjunto con la comunidad, el GAD parroquial y la empresa privada.

#### **6.5.1.2. Objetivos específicos**

- Determinar las principales necesidades de la parroquia San Pablo del Lago, de acuerdo al levantamiento diagnóstico
- Establecer las estrategias necesarias acordes a las necesidades de fortalecimiento y gestión de actividades turísticas.
- Implementar el modelo de gestión de actividades turísticas.

Para dar cumplimiento con el objetivo uno: Determinar las principales necesidades de la parroquia San Pablo del Lago de acuerdo al levantamiento diagnóstico. Se realizó encuestas a turistas y moradores además de entrevistas a expertos empresarios, funcionarios turísticos y miembros de la junta Parroquial de San Pablo del Lago donde se logró determinar las principales falencias que existen dentro de la actividad turística, como la falta de una comisión reguladora dentro de la organización estructural de la parroquia, falta de comunicación entre los empresarios privados y emprendedores turísticos lo que causa una barrera para que ambos se desarrollen en conjunto, la desorganización dentro de los emprendedores turísticos dificulta que puedan realizar asociaciones que los ayuden a desarrollarse más, estas y más falencias se identificaron una vez realizado el levantamiento de información.

## *Plan estratégico*

Para dar cumplimiento al objetivo número dos de la propuesta: Establecer las estrategias necesarias acordes a las necesidades de fortalecimiento y gestión de actividades turísticas.

Se realizó un plan estratégico como parte del modelo de gestión que se plantea implementar, el detalle del modelo se explica a continuación:

- **Misión**

Liderar y articular procesos de gestión a nivel parroquial que contribuyan con el mejoramiento de la actividad turística, respondiendo a las necesidades actuales de la parroquia, para obtener un mejoramiento en la administración y ejecución de los productos y servicios que se ofrecen dentro de los atractivos turísticos de San Pablo del Lago.

- **Visión**

Para el año 2023 se pretende ser una parroquia modelo en trabajo organizado y gestionado en conjunto con el GAD parroquial y la empresa privada logrando así mejorar la calidad de los productos y servicios y como consecuencia de esto la economía de la parroquia

- **Políticas**

- ✓ Establecer y gestionar planes y programas de gestión de conformidad con las necesidades de la parroquia, incorporando estrategias de trabajo público-privada.
- ✓ Orientar la gestión hacia la mejora de la oferta de atractivos turísticos, para así lograr la satisfacción de los turistas tanto en los productos como en los servicios
- ✓ Integrar y diversificar la oferta turística de la parroquia de manera equitativa y organizada, basados en una buena gestión.
- ✓ Sensibilizar a la población acerca de los beneficios de una actividad turística organizada.

- ✓ Capacitar a la población acerca de la actividad turística, para lograr introducirla como fuente principal de desarrollo.
  - ✓ Fomentar el rescate de los atractivos turísticos dentro de la parroquia.
  - ✓ Potenciar el desarrollo del talento humano, la gestión administrativa y el soporte social del GAD de San Pablo del Lago.
- **Principios y Valores**
    - ✓ **Honestidad.** La propuesta de implementación de un modelo de gestión de actividades turísticas encuentra en la honestidad su mayor pilar. Todas sus actividades se desenvolverán en un ambiente de ética, honorabilidad, confianza y armonía, garantizando respaldo y credibilidad.
    - ✓ **Responsabilidad:** responsabilidad hace referencia al compromiso, que se tiene con los clientes o turistas dentro de todas las actividades turísticas, además de referirse al cumplimiento de todas las estrategias y objetivos propuestos dentro de este modelo de gestión.
    - ✓ **Ética profesional:** Trabajar con empeño y hacerlo con responsabilidad brindando satisfacción al cliente, esto implica ser un profesional con ética.
    - ✓ **Compañerismo:** Tener una actitud y pensamiento de trabajo en equipo para que los resultados y objetivos planteados sean efectivos; además de crear un ambiente laboral agradable entre compañeros, el practicar este valor ayudara al éxito del modelo de gestión.

### 6.5.2. Estructura organizacional de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago

La estructura organizacional de la junta parroquial de San Pablo del Lago está constituida por cuatro niveles jerárquicos:

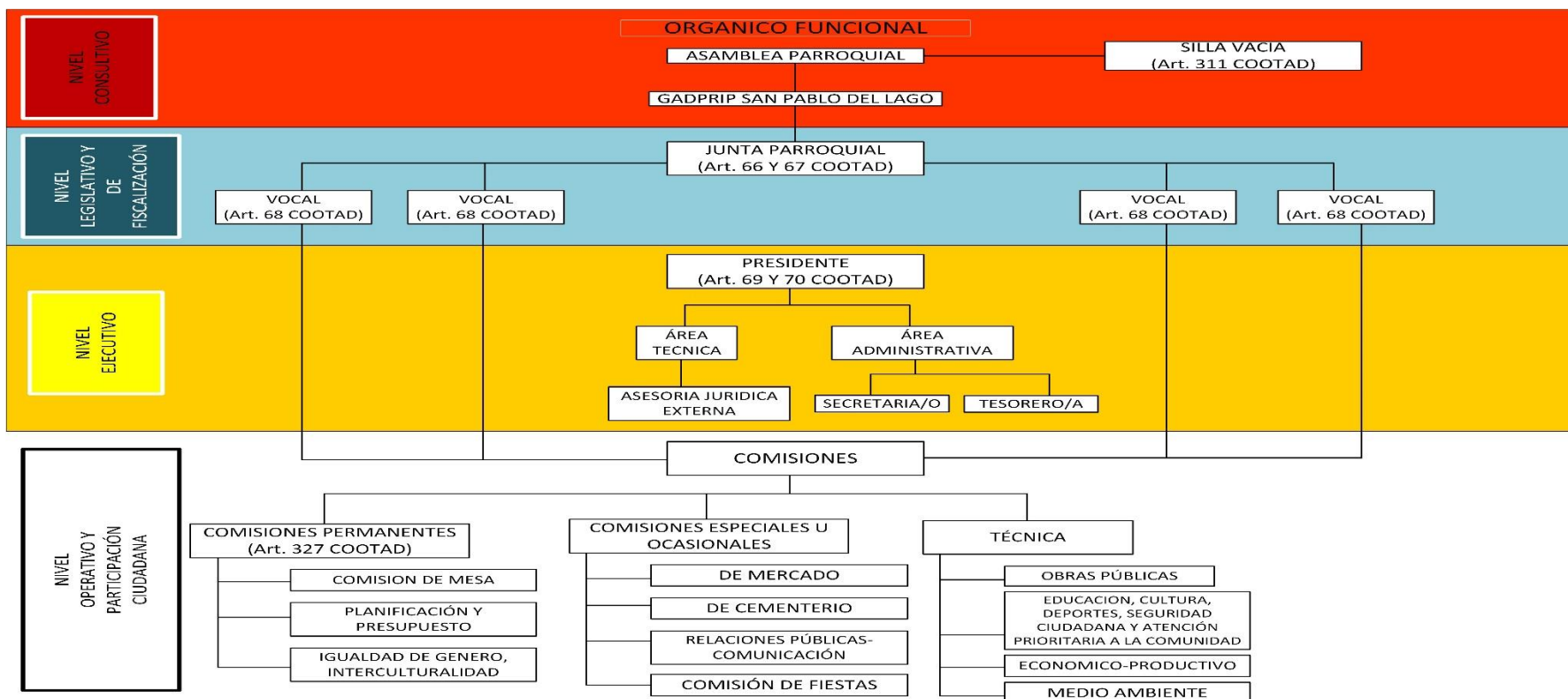
El primer nivel es el nivel constitutivo formado por la asamblea parroquial la cual está conformada por los vocales y el presidente de la junta parroquial, además por una silla vacía que constituye la opción de que cualquier ciudadano tenga voz y voto dentro de las asambleas semanales.

El segundo nivel es el nivel legislativo y de fiscalización en este nivel intervienen únicamente los cuatro vocales electos en elección popular.

El nivel ejecutivo se encuentra en tercer lugar y está conformado por el presidente de la junta parroquial que es la persona que obtuvo más votaciones en las elecciones populares, además de una secretaria o secretario, tesorero y un asesor jurídico externo, quienes se encargan de ejecutar todo lo dictaminado por los dos anteriores niveles.

Y por último, el cuarto nivel es el nivel operativo y participación ciudadana en éste se encuentran las comisiones específicas encargadas de cada actividad como son: comisiones permanentes, dentro de ella se encuentra la de mesa, planificación y presupuesto e igualdad de género e interculturalidad; comisiones especiales u ocasionales, dentro de ésta: mercado, cementerio, relaciones públicas y fiestas; en las comisiones técnicas se encuentran: obras públicas, tierras, económico productiva, medioambiente, educación, cultura, deportes, seguridad ciudadana y atención prioritaria a la comunidad y por último la comisión de turismo donde están: emprendimientos rurales, PYMES, investigación y desarrollo turístico y alianzas público privadas.

### 6.5.2.1. Mapa original de la estructura organizacional de la Junta Parroquial de San Pablo del Lago

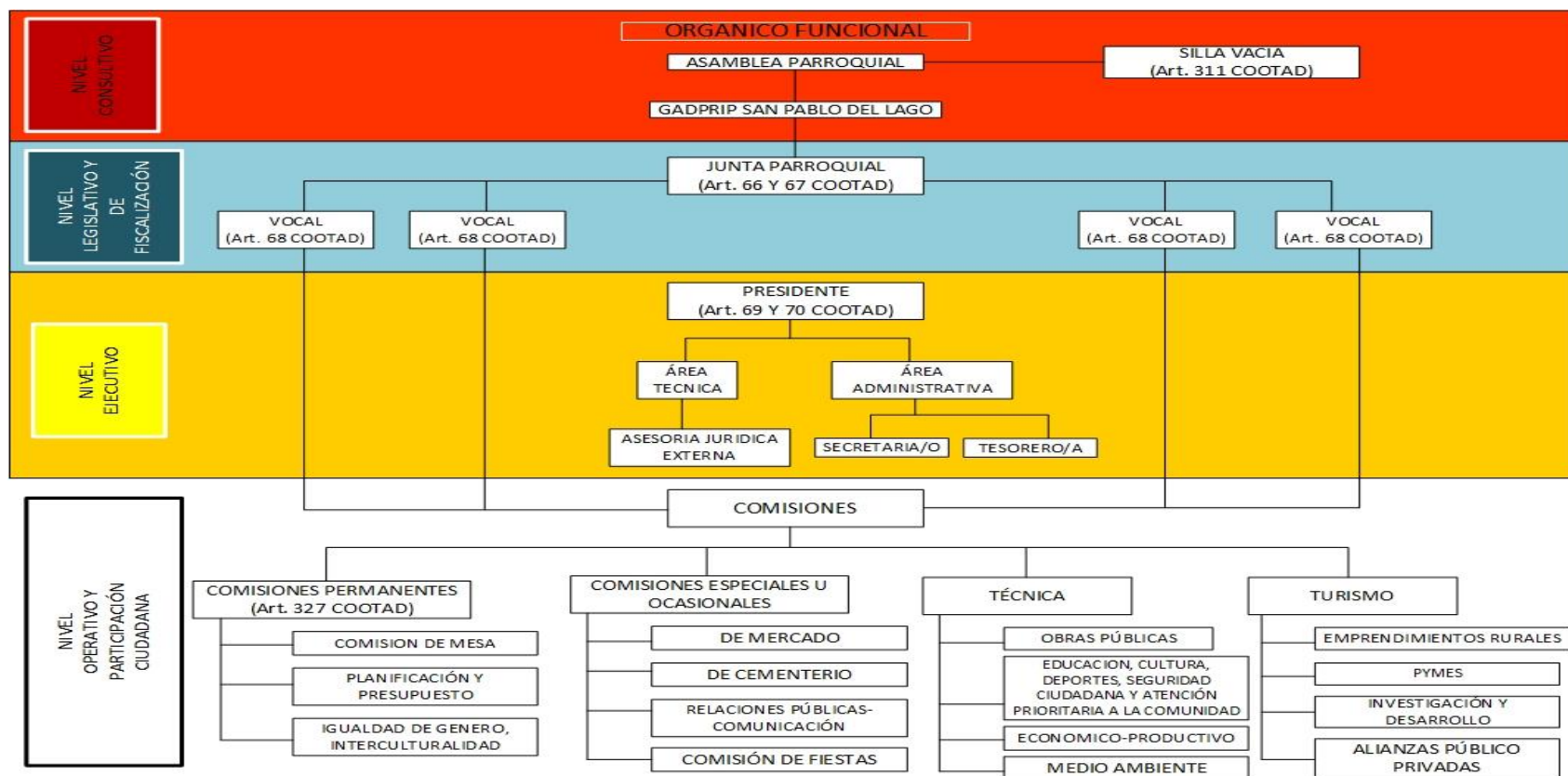


*Figura 11:* Orgánico funcional

**Fuente:** plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Pablo del Lago.

**Elaborado por:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural San Pablo del Lago

### 6.5.2.2. Mapa propuesto de la estructura organizacional de la junta Parroquial de San Pablo del Lago



**Figura 12:** Propuesta orgánico funcional

**Fuente:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Pablo del Lago.

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

### **6.5.3. Enfoque del modelo de gestión para actividades turísticas**

Basándose en la investigación de campo realizada a las autoridades, empresarios turísticos, comunidad y turistas se logró identificar los principales factores que se ha de implementar, mejorar y fortalecer para lograr una mejor gestión turística. Siempre rigiéndose a la estructura organizacional del GAD parroquial ya existente, sabiendo que el GAD parroquial es dirigido por sus 5 vocales de los cuales uno es designado presidente de la junta parroquial al contar con la mayoría de votos en las elecciones populares.

Este modelo de gestión está enfocado en el mejoramiento de la actividad turística dentro de la parroquia incorporando programas y proyectos que junten la participación de la empresa pública y la privada, de esta manera se estará logrando que se trabaje de forma conjunta para reactivar la economía dentro de la parroquia. Por otra parte, se incorporará nuevas ofertas turísticas que integren emprendimientos comunitarios ya establecidos en donde también se fomentará la diversificación de la oferta turística, fortaleciendo todos los atractivos de la parroquia por medio de charlas que sensibilicen a los pobladores y actores turísticos para que inviertan en la actividad como una fuente económica rentable.

Este enfoque como lo antes mencionado está basado en la investigación de campo realizada dentro de la parroquia.

### **6.5.4. Estrategias**

- Fortalecer la organización del turismo dentro de la parroquia
- Impulsar la cooperación público privada dentro de las actividades turísticas
- Introducir la diversificación turística con más propuestas y actividades
- Educar a la población sobre la actividad turística y sensibilizarlos sobre su importancia
- Mejorar los productos y servicios ya existentes dentro de la parroquia.

### **6.5.5. Desarrollo de las estrategias con el diseño de planes de fortalecimiento.**

Por último, para dar cumplimiento al objetivo número tres: Implementar el modelo de gestión de actividades turísticas se elaboró las siguientes matrices en donde se detalla las acciones a realizarse, la descripción, los pasos y resultados esperados.

**Tabla 7**

*Fortalecimiento turístico*

---

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA DE SAN PABLO DEL LAGO**

---

<b>PROYECTO:</b>	<b>ACCIÓN:</b>
<b>FORTALECIMIENTO TURÍSTICO</b> Fortalecer la actividad turística como tal, nos lleva a una serie de elementos como la organización, el control y la mejora de los productos y servicios.	Creación de una comisión encargada del manejo de la actividad turística.
<b>DESCRIPCIÓN:</b> La creación de un departamento que se encargue específicamente de turismo dentro del GAD parroquial se basa en la estructura organizacional ya establecida dentro de éste, para no fragmentarla, sabiendo que los cuatro vocales de la junta parroquial son los que manejan las comisiones. Esta comisión establecida se encargará del manejo de las actividades, la organización y siempre deberá tener la puerta abierta a los emprendimientos comunitarios que existen o existieran dentro de la parroquia, impulsar el turismo con nuevas empresas PYMES que quieran establecerse y dirigirlos para que logren establecerse según las normas.	
<b>OBJETIVO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Crear una comisión turística para mejorar y regular la actividad dentro de la parroquia</li></ul>	
<b>ESTRATEGIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conversatorio con los vocales del GAD parroquial</li><li>• Charlas sobre manejo turístico y gestión de recursos</li><li>• Asamblea con empresarios turísticos privados y PYMES para socializar la nueva comisión</li><li>• Coordinación con estructuras de participación social.</li></ul>	
<b>ACTIVIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Emprendimientos turísticos comunitarios.</li><li>• Control y gestión de la actividad turística basado en las normas establecidas.</li><li>• Coordinación de la actividad y alianzas público privadas y dirección de PYMES.</li><li>• Manejo, mejora y recuperación de los atractivos así como de la oferta y demanda.</li></ul>	
<b>INDICADORES DE MONITOREO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoramiento continuo de la actividad</li><li>• Incremento del nivel de ingresos</li><li>• Oferta turística</li></ul>	<b>RESPONSABLE:</b> Vocales comunitarios

---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

**Tabla 8**

*Alianzas estratégicas*

---

<b>PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO</b>	
<b>PROYECTO: ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b>	<b>ACCIÓN:</b>
Fomentar las alianzas estratégicas dentro de las actividades que se realizan en la parroquia ayudará a que los réditos que deja el turismo sean mejor distribuidos.	Firma de un acuerdo para fomentar las alianzas estratégicas.
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
La creación de políticas para fomentar alianzas estrategias entre la comunidad, la empresa pública y la empresa privada ayudará al fortalecimiento de la actividad turística, ya que permitirá la inclusión de las personas de la comunidad dentro de grandes actividades que se puedan realizar dentro de empresas privadas las cuales serán normadas y reguladas por la comisión de turismo.	
<b>OBJETIVO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer estrategias que permitan mejorar la productividad turística de la parroquia</li></ul>	
<b>ESTRATEGIAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conversatorio con los empresarios privados</li><li>• Charlas sobre estrategias beneficiosas para las partes</li><li>• Firma de acuerdo donde la empresa privada se compromete a involucrar en sus actividades a los emprendimientos locales</li><li>• Coordinar por medio de la comisión turística el cumplimiento de los acuerdos.</li></ul>	
<b>ACTIVIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Firma de acuerdos entre las partes.</li><li>• Control de cumplimiento de los acuerdos firmado.</li><li>• Diseño de instrumentos de seguimiento para el cumplimiento del plan.</li></ul>	
<b>INDICADORES DE MONITOREO:</b>	<b>RESPONSABLE:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoramiento continuo de la actividad</li><li>• Incremento del nivel de ingresos</li><li>• Cumplimiento reflejado en los instrumentos de seguimiento.</li></ul>	Vocales comunitarios

---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

**Tabla 9**

*Diversificación de la actividad turística*

<b>PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO</b>	
<b>PROYECTO: DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>ACCIÓN:</b>
Fomentar la diversificación turística dentro de la parroquia ayudara a que más personas se beneficien de la actividad por medio de sus emprendimientos y pequeñas empresas.	Conformación de una asociación con los emprendedores y PYMES de la parroquia.
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
Fomentar actividades que impulsen el desarrollo turístico comunitario ayuda a que la parroquia cree más fuentes de ingreso para sus pobladores siendo ellos mismo los jefes de las actividades que se puedan realizar como emprendimiento dentro de sus propiedades, a la vez que se puede fomentar la formación de pequeñas empresas que reúnan a varios emprendedores y sean ellos los que amplíen la oferta laboral en la parroquia.	
<b>OBJETIVO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer procesos que nos permitan dinamizar la actividad turística local mediante la generación de plazas de empleo y creación de pequeñas empresas.</li></ul>	
<b>ESTRATEGIAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mesa redonda con los empresarios comunitarios.</li><li>• Verificación de espacio y calidad para ofertar al turista.</li><li>• Creación de una directiva de administración y de coordinación.</li><li>• Agrupar a los emprendedores que puedan formar una PYMES.</li></ul>	
<b>ACTIVIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinación de los emprendimientos dentro de la parroquia.</li><li>• Charlas sobre atención al cliente, políticas de servicio y reglamentos turísticos.</li><li>• Diseño de instrumentos de seguimiento para el cumplimiento y calidad de la actividad.</li></ul>	
<b>INDICADORES DE MONITOREO:</b>	<b>RESPONSABLE:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoramiento continuo de la actividad</li><li>• Incremento del nivel de ingresos</li><li>• Cumplimiento reflejado en los instrumentos de seguimiento.</li></ul>	Emprendedores comunitarios.

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

**Tabla 10**

*Sensibilización turística*

---

<b>PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO</b>	
<b>PROYECTO:</b> <b>SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA</b> Educar a la población sobre la importancia de la actividad turística como un negocio que genere más fuentes de ingresos y trabajo para la parroquia es de suma importancia para generar conciencia y respeto por los atractivos que hay allí.	<b>ACCIÓN:</b> Charla educación y motivación turística en una asamblea parroquial.
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El turismo es una actividad de desarrollo económico que necesita ser administrada y gestionada adecuadamente además de que en la mayoría de las comunidades rurales no se lo toma como un negocio al cual se le deba prestar atención y cuidado para desarrollarlo, por esta razón es muy importante educar a la población sobre la importancia de poseer conocimientos para gestionar la actividad.	
<b>OBJETIVO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concientizar a la población sobre la actividad turística para lograr un mejor manejo y generar más fuentes de empleo</li></ul>	
<b>ESTRATEGIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Asamblea general con los pobladores.</li><li>• Material didáctico apto para la ocasión.</li><li>• Videos explicativos sobre actividades que se pueden realizar en la parroquia.</li><li>• Folletos detallados para mejorar el entendimiento y la explicación.</li></ul>	
<b>ACTIVIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Determinación de dudas y temas de interés de los pobladores.</li><li>• Intervención de los dirigentes parroquiales.</li><li>• Incentivar a los pobladores a realizar emprendimientos y alianzas con otros pobladores.</li></ul>	
<b>INDICADORES DE MONITOREO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoramiento continuo de la actividad</li><li>• Incremento del nivel de ingresos</li><li>• Más actividad turística en la parroquia</li></ul>	<b>RESPONSABLES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Junta parroquial (comisión turística).</li><li>• Emprendedores existentes</li></ul>

---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

**Tabla 11**

*Mejora de la calidad turística*

---

<b>PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO</b>	
<b>PROYECTO:</b> <b>MEJORA DE LA CALIDAD TURÍSTICA</b> Fortalecer los atractivos turísticos ya existentes permite seguir recibiendo ingresos por la actividad para mejorar la satisfacción del turista y la calidad de la experiencia que se vive en la parroquia.	<b>ACCIÓN:</b> Censo del estado de los atractivos existentes en la parroquia San Pablo del Lago.
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Dentro del turismo y las actividades que se realizan es muy importante la experiencia que se brinda al turista, así como la calidad de los productos y servicios que se oferta. Para esto es muy importante contar con atractivos aptos para que el turista recomiende el destino y su experiencia en él. Para esto es necesario realizar un censo donde se detalle el estado de los atractivos y las mejoras que en ellos se puedan hacer.	
<b>OBJETIVO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer un censo de atractivos turísticos que permita determinar la calidad actual de los atractivos.</li></ul>	
<b>ESTRATEGIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer las bases en las que se registrará el censo de los atractivos</li><li>• Realizar un inventario de los atractivos que se deben censar.</li><li>• Promoción y socialización de la razón del censo</li><li>• Coordinación para la ejecución del censo.</li></ul>	
<b>ACTIVIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación de la propuesta del censo propuesto.</li><li>• Aprobación de los términos y lineamientos de evaluación.</li><li>• Definición de acciones y rutas.</li><li>• Establecer acuerdos de colaboración de la comunidad.</li></ul>	
<b>INDICADORES DE MONITOREO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Propuesta en ejecución</li><li>• Mejoramiento de los atractivos.</li><li>• Nivel de crecimiento y críticas del turismo que se realiza en la parroquia</li></ul>	<b>RESPONSABLE:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Junta parroquial (comisión turística).</li></ul>

---

**Elaborado por:** Iliana Carolina Orbe Castillo

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones

- Una vez finalizada la investigación se puede concluir que las principales falencias de la Parroquia, dentro de la actividad turística son la organización estructural, comunicaciones institucionales tanto públicas como privadas, falta de personas que tomen el mando para liderar las actividades que se realizan dentro de la parroquia y el desconocimiento por parte de la comunidad acerca de la actividad turística.
- Se concluye mediante la investigación de campo que la Parroquia San Pablo del Lago para el mejoramiento de la actividad turística necesita implementar las siguientes estrategias:
  - Fortalecer la organización del turismo dentro de la parroquia
  - Impulsar la cooperación público-privada dentro de las actividades turísticas
  - Introducir la diversificación turística con más propuestas y actividades
  - Educar a la población sobre la actividad turística y sensibilizarlos sobre su importancia
  - Mejorar los productos y servicios ya existentes dentro de la parroquia.Principalmente la estructuración de una comisión turística dentro de la organización estructural del GAD Parroquial que controle toda la actividad.
- Una vez concluida la investigación de campo y planteadas las estrategias que se sugieren implementar se diseñaron matrices donde se indica las actividades que se realizarán con cada una de las estrategias planteadas anteriormente, esto es parte fundamental de la presente propuesta.

## **7.2. Recomendaciones**

- Se recomienda la creación de la comisión de turismo para erradicar las falencias identificadas dentro de la Parroquia y así lograr que se desarrolle mejor dentro del ámbito no solo turístico, sino también social y económico.
- Se recomienda socializar las estrategias planteadas dentro de la junta parroquial, así como también con todos los empresarios, emprendimientos turísticos y con la comunidad para que este plan sea de conocimiento colectivo y todos los involucrados aporten en su cumplimiento.
- Para lograr mejorar el estado social, económico y turístico de la parroquia se recomienda aplicar el Modelo de Gestión propuesto en esta investigación por medio de las matrices antes descritas, ya que éstas contemplan todas las falencias dentro de la parroquia.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación de la Real Academia de la Lengua. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=JAQijnd>
- Borja, I. M. (junio de 2016). *Repositorio Dspace*. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/15920>
- Consejo Nacional de Competencias. (23 de marzo de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- Corporación de estudios y publicaciones (CEP). (2017). *LEY DE TURISMO reglamento y legislación CONEXA*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza-SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact en convenio. (2014). *conceptos basicos para la gestión de destinos turísticos*. Lima - Perú: Lance Gráfico S.A.C.
- Ejarque, J. (2016). *Marketing y gestión de destinos turísticos: nuevos modelos y estrategias 2.0*. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Española, R. A. (2018). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=JAQijnd>
- Ferrocarriles del Ecuador E.P. - GAD Municipal de Otavalo. (Septiembre 2014). *Estudio del perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turísticos*. Otavalo: Juan Lasso FEPP - Ricardo Andrade GADMO.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural San Pablo del Lago. (AGOSTO de 2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SAN PABLO. PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SAN PABLO, SAN PABLO, IMBABURA, ECUADOR*.
- Ley de Turismo del Ecuador. (27 de Diciembre de 2002). *FIEL WEB*. Obtenido de <https://www.fielweb.com/Index.aspx?my#>
- Merino, I. B. (2014). *MODELO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE PAQUIESTANCIA, CANTÓN CAYAMBE*". Otavalo: Universidad de Otavalo.
- Ministerio de Turismo. (2016). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016\\_final.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf)
- Ministerio de Turismo Coordinación General de Estadística e Investigación. (2018). *Turismo Interno de Imbabura*. 2018: Ministerio de Turismo .
- Otavalo, G. M. (Septiembre-Octubre de 2015). *Otavalo Travel*. Obtenido de <http://www.otavalo.travel/descargas/category/1-documentos.html>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las Naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Posso, M. (2011). *Proyectos, Tesis y Maco Lógico*. Quito: Noción Imprenta.

- Rosana Mara Mazaro, G. V. (s.f.). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Mercado de la Sostenibilidad. Barcelona, España: Curitiba,.
- Royero, J. (2009). *Modelo integrado de control de gestión (MICG)*. Madrid: El Cid Editor | apuntes.
- Secretaria de estado de turismo y comercio. (2008). *Modelos de Gestión turística local principios y prácticas*. Madrid: ROS development y planning S.L. .
- Zárate, E. (2007). *MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA*. Santiago: UNIVERSIDAD DE CHILE.

### **Lincografía**

- <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/05/mapa-de-ecuador.html>
- <https://diversionimbabura.wordpress.com/cantones/>
- [https://www.google.com.ec/search?q=mapa+del+canton+otavalo+con+sus+parroquias&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiTvrChkYreAhUxuVkkHbwNDusQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657#](https://www.google.com.ec/search?q=mapa+del+canton+otavalo+con+sus+parroquias&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiTvrChkYreAhUxuVkkHbwNDusQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#)
- <http://www.otavalo.travel/descargas/category/1-documentos.html>

# ANEXOS



**ANEXO 1.**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
CAMPUS IBARRA**

**ESCUELA DE GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS  
“GESTURH”**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO**

**TEMA:**

**Propuesta de creación de un modelo de gestión para las actividades  
turísticas de la parroquia San Pablo del Lago de la ciudad de Otavalo**

**Previo la Obtención del Título de Ingeniería en Administración Turística**

**Línea de Investigación: G. T. 1: Turismo Sostenible**

**Nombre de la Autor/a: Iliana Carolina Orbe Castillo**

**Nombre del Asesor/a:**

Ibarra, 07 julio de 2017

# INDICE

NOMBRE DEL PROYECTO.....	3
CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACION.....	7
OBJETIVOS.....	10
IMPACTOS.....	11
DESCRIPCION DEL PROYECTO.....	12
ORGANIZACIÓN METODOLOGICA.....	14
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	18
RECURSOS.....	19
FINANCIAMIENTO.....	20

## **1. NOMBRE DEL PROYECTO**

Propuesta de creación de un modelo de gestión para las actividades turísticas de la parroquia San Pablo del Lago de la ciudad de Otavalo

## **2. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA**

En la actualidad la parroquia San Pablo del Lago es uno de los referentes principales del turismo en la provincia de Imbabura debido a su atractivo natural, esta parroquia desde hace muchos años ha sido desarrollada hotelera y turísticamente por parte de las empresas que se han posicionado en ella, para desarrollar actividades acordes al turismo; un gran ejemplo de esto son el sin número de hosterías que se han ubicado a lo largo de la cuenca del Lago San Pablo y han sido muy reconocidas por brindar servicios turísticos propios y extraños que visitan este lugar.

Pero para que el turismo pueda desarrollarse y aprovechar todo el potencial que tiene este lugar, debe ser gestionado turísticamente desde todos los puntos que tiene para ofrecer y a su vez cuidar que este desarrollo favorezca la realidad social, ambiental y económica que se vive dentro de él, el turismo y un buen modelo de gestión pueden ayudar y maximizar el rendimiento que el atractivo brinda a la sociedad. Para lograrlo necesitamos involucrar a todas las partes interesadas como es el sector privado que son las empresas que han desarrollado por años la actividad en la cuenca del lago, el sector público que debería ser el ente regulador que controle que estas empresas desarrollen la actividad de manera sostenible y sustentable para así no hacerla nociva contra el equilibrio ambiental tan delicado que tiene el Lago, a su vez que sea

competitivo y mejore la calidad de vida de las personas involucradas y comuneros que son los que deben verse beneficiados con la actividad, involucrar también a los gremios, como son las personas dedicadas a actividades artesanales, turístico comunitarias y de más factores que harán que la actividad llegue a su punto máximo de desarrollo.

Otra de las grandes causas de este problema es desde hace muchos años el mal manejo de aguas servidas y la contaminación del lago.

“El río Itambi lleva en sus aguas las descargas de las empresas y viviendas de San Pablo y parte de González Suárez, que desembocan directamente al lago” (El comercio, p1, 2010).

Por ejemplo, en otro destino turístico muy conocido como es Yahuarcocha existe algunos problemas ambientales por descuido en el ecosistema lacustre, esto lo han causado diferentes actividades entre una de ellas el turismo

A pesar de los esfuerzos por parte de la Municipalidad de Ibarra por rescatar la biodiversidad de la cuenca baja de la laguna de Yahuarcocha, la presión del hombre sobre el recurso suelo y agua sigue en aumento, la ausencia de programa de interpretación ambiental basado en la diversidad natural y cultural de la laguna que promueva el desarrollo de actividades socioeconómicas, ambientales y turísticas en la comunidad de Yahuarcocha, hace que el problema ambiental, social y económico se agudice con rapidez.

A esto se suma impactos ambientales considerados negativos, siendo estos los que se mencionan Deforestación en la cuenca baja de la laguna, en los bosques aledaños existe una fauna no representativa de la

zona de vida al bosque seco-montano bajo (bs-MB) por cuanto los bosques plantados de eucalipto únicamente permiten la vida de un número reducido de aves, conejos, raposas, zorros, entre otros.

Deforestación en la cuenca alta de la laguna, por falta de tierras en la cuenca media, en la actualidad existe una presión agrícola en los páramos, este avance descontrolado está terminando con el ecosistema de la reserva hídrica del sector de Yuracruz, Yuracrusito, Aloburo y Piman, desapareciendo especies forestales nativas y mucha fauna nativa en las partes del páramo de la cuenca hidrográfica.

Daño a los bienes arqueológicos, los asentamientos antiguos se consideran recursos no renovables, por la falta de interés por parte de las autoridades estos vestigios se destruyen por factores ambientales, por la mano del hombre refiriéndose a la acelerada agricultura en esta zona, que se mitigaría por medio de un programa ambiental y cultural.

Deterioro de los bienes arquitectónicos, la hacienda de Piman es uno de los bienes patrimoniales que al momento se encuentra en deterioro y con la posibilidad de desaparecer, siendo este componente una representación de la población antigua de la zona a investigar. (Plan Integral Sostenible "Laguna de Yahuarcocha", 2015, citado en Donoso repositorio de la UTN, 2016, p.8, 9,10).

Las causas antes descritas son los factores principales para que desarrollar este proyecto, como antes se mencionó un modelo de gestión no es más que desarrollar el destino turístico de manera ordenada, de forma que todos los actores involucrados con la actividad puedan verse beneficiados de esta, es

también una manera de mejorar la calidad en las actividades turísticas que se den en la zona para que de esta manera se pueda incluir a la comunidad, cuidar el ambiente y el ecosistema donde se realiza y mejorar la calidad de vida de los comuneros con iniciativas que les permitan trabajar dentro de su diario vivir, y hagan más competitivo a este atractivo en comparación de otros atractivos lacustres, implementar iniciativas con las empresas ya establecidas para que sepan cómo manejar mejor la actividad dentro del Lago San Pablo, que involucren responsabilidad social y mejoren la calidad de vida de las personas.

### **3. JUSTIFICACION**

Por medio de este proyecto se busca solucionar la problemática de una parroquia que tiene mucho que ofrecer al mercado turístico que es la mala gestión, el mal manejo del lugar, pero que no tiene un modelo al cual regirse para desarrollar actividades turísticas en el cual involucre lineamientos de calidad que rijan todas las actividades tanto de las personas particulares como las públicas y porque no también de los comuneros que también realizan actividades turísticas dentro de la zona, causando que dentro de la parroquia se mejore las actividades sociales, la inclusión social, las actividades económicas generando más ingreso que se queden para el desarrollo de la comunidad y a la vez causando un impacto positivo en el medioambiente al desarrollar actividades turísticas en pro de la conservación del ecosistema. Desarrollar nuevas tendencias turísticas es lo que hace que un destino sobresalga de los más, implementar modelos que hagan que el destino compita en calidad con otros destinos más desarrollados al ofrecer al turista y a la comunidad nuevas tendencias que hacen que ellos aprendan sobre el turismo sostenible y sustentable, calidad, gestión, así como también actividades de desarrollo comunal para mejorar la calidad en las actividades.

Organizar un destino turístico no es solo la buena administración ni gestión de los mismos si no también es preocuparse por todos los factores que en él se desarrollan, y que son muy importantes para lograr que la actividad vaya más allá de los ingresos generados, es también generar cultura ambiental y social en las empresas privadas, para que trabajen en pro de la comunidad.

En las empresas publicas generar también iniciativas de cooperación y desarrollo que incentiven a mas inversionistas a trabajar dentro de este destino, crear leyes y estatutos que regulen la actividad desde adentro para que así la actividad sea desarrollada de la misma manera por todas las empresas y todas puedan coexistir y crecer de la mejor manera.

Trabajar en pro de la comunidad por medio de las organizaciones gremiales como es los artesanos, transportistas, agricultores y de más gremios comunales, que si logramos que trabajen en conjunto vamos a lograr una mejor organización turística. También se debe incluir a las instituciones educativas porque al vivir y desarrollarse dentro de un destino turístico, se les debe inculcar una cultura turística que haga que desde muy jóvenes piensen en desarrollar actividades turísticas con conciencia ambiental, social, económica.

Para que un territorio logre un desarrollo turístico sustentable, es primordial identificar aquellas oportunidades de intervención que permitan concretar en el corto plazo un trabajo articulado a nivel público-privado. Esta articulación lleva por nombre “Organización de Gestión de Destinos” (O.G.D), instancia de coordinación capaz de impulsar programas y proyectos, que sobre metas priorizadas, permitan direccionar con sentido la asignación de recursos, las decisiones estratégicas de programación, la definición de instrumentos de planificación y cualquier otra iniciativa

orientada a facilitar aquellas condiciones gatilladoras de una oferta turística competitiva y de alto valor para el mercado.

Una de las condiciones básicas para iniciar este tipo de procesos virtuosos de intervención, es conocer a los actores locales y sus necesidades, además del tipo y grado de asociatividad que los vincula. Lo anterior, es relevante, toda vez que, si los actores locales no valoran e internalizan responsabilidades directas con el turismo y su desarrollo, no es mucho lo que se podrá hacer y muy probablemente las decisiones no reflejarán resultados productivos que impacten positivamente en el territorio.

Es en este contexto, que se puede afirmar que con una adecuada puesta en valor, cualquier territorio puede alcanzar un potencial turístico. Sin embargo, la realidad muestra que sólo algunos lugares específicos de un territorio cuentan con las condiciones de excepción capaces de motivar flujos turísticos relevantes (atractivos, servicios, equipamiento y accesibilidad, entre otras). A este tipo de espacios se les denomina “destino turístico”. (Diseño estrategia de desarrollo rural, 2015, p3, 4).

Después de esta explicación con este plan de proyecto esperamos lograr una mejor administración, gestión y organización turística que permita al destino ser más productivo y viable para la comunidad y las empresas público y probadas que en ella interaccionan, así como las organizaciones gremiales y de más entidades que pueden incluirse a este desarrollo.

## **4. OBJETIVOS**

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de gestión de turísticas para la parroquia de San Pablo del Lago de la ciudad de Otavalo para mejorar las actividades turísticas que se realizan dentro de ella y así promover la organización, el desarrollo, la economía, y el equilibrio ambiental generado por la actividad dentro de la parroquia.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Recopilar información bibliográfica para saber acerca de estudios similares y como se los puede aplicar dentro del área de estudio.
- Diagnosticar la situación de las actividades turísticas de la parroquia San Pablo del Lago por medio de un estudio de campo para lograr el mejor entendimiento de la situación actual desde el punto de vista de las personas involucradas en este sector.
- Proponer la creación de un modelo de gestión que ayude a mejorar la organización de la Parroquia, para así lograr que se establezca como destino turístico referente en la zona norte del país.
- Estudiar los impactos de la actividad turística tanto social, económica y ambiental para poder mejorarlos y controlarlos por medio de este modelo de gestión turística.

## **5. IMPACTOS**

### **5.1. IMPACTO SOCIAL**

El presente proyecto generara un impacto social positivo porque organizará la comunidad de tal manera que lograra que esta organización mejore el producto turístico que ella ofrece al mercado y los turistas

### **5.2. IMPACTO ECONOMICO**

Este proyecto generara que la economía de la parroquia se aumente debido a que el mejoramiento en la calidad de los destinos turísticos hará que suba la cantidad de turistas que lleguen a consumir los productos de la parroquia y a su vez generara más fuentes de empleo.

### **5.3. IMPACTO AMBIENTAL**

Al organizar y mejorar las actividades que se realizan en el sector contribuiremos al cuidado ambiental del atractivo ya que, se buscara implantar las nuevas tendencias de cuidado ambiental que se han desarrollado en el turismo.

### **5.4. IMPACTO CULTURAL**

Teniendo en cuenta que toda actividad turística tiene que tener como base la conservación y el rescate de la cultura y tradiciones de los atractivos; se buscara que este proyecto contribuya con esto.

## **6. DESCRIPCION DEL PROYECYO**

Por medio del siguiente proyecto se busca recopilar la información necesaria que nos permita saber acerca de anteriores investigaciones y proyectos similares que nos ayuden a entender más sobre un buen modelo de gestión dentro de una

parroquia y de cómo realizar las actividades turísticas dentro de esta, la búsqueda se realizara dentro de citas bibliográficas y artículos científicos que se hayan publicado anteriormente.

También se debe realizar un estudio de campo el cual permita conocer que opina la comunidad y las empresas acerca de la actividad y como se ha desarrollado, para así tener más claro cuál es la realidad de la parroquia en cuanto al desarrollo de las actividades turísticas, realizar encuestas a turistas y empresarios para que hablen sobre qué es lo que pasa dentro de sus realidades, realizar entrevistas a las personas encargadas del desarrollo de la actividad turística para así saber qué es lo que ya se ha hecho dentro de nuestro ámbito de estudio y saber cuáles son los requerimientos tanto de los establecimientos como de los turistas para que ambos reciban y sepan ofrecer calidad en las actividades.

Se buscará desarrollar un modelo de gestión para mejore la calidad de las actividades turísticas de la parroquia, teniendo en cuenta que no existe un modelo de gestión específico para cada destino, ya que cada una tiene sus objetivos, sus finalidades o su manera de organizar totalmente distinta a otra.

Se puede concluir que existe una metodología común que todas las ciudades siguen, que es el siguiente:

- Organizar un grupo de herramientas de diagnóstico.
- Determinar la situación actual del destino
- Elaborar las proyecciones estratégicas de su desarrollo futuro
- Retroalimentar y monitorizar la estrategia mediante un cuadro de mando integral.

Y que el estudio se basara en uno de los tres modelos de gestión turística más reconocidos como son los de:

- Modelo diamante de Porter (1980).
- Modelo Crouch y Ritchie (1999).
- Modelo integrado de Dwyer & Kim (2003).

Y por último, se analizará los impactos que deje nuestro proyecto para saber cuál es la ayuda o las desventajas que este pueda dejar a la comunidad. Como es el impacto económico, social, ambiental, cultural, de esta manera podemos saber si los minimizamos o lo aumentamos dependiendo el beneficio que estos den a la comunidad, se considera que el estudio de estos impactos es muy importante para no afectar en el equilibrio de la parroquia como de la comunidad.

## **7. ORGANIZACIÓN METODOLOGICA**

En la presente investigación se utilizará la siguiente metodología:

### **7.1. METODO**

METODO INDUCTIVO. – En la presente investigación se analizará estudios realizados en otros atractivos tanto nacionales como internacionales para poder saber cuál es la opción más viable dentro de mi atractivo y así poderlo adaptar a este.

METODO DEDUCTIVO. - Se analizará información muy específica de la realidad actual de las actividades turísticas del destino para adaptarlas a un modelo general que pueda ser aplicado.

METODO ANALITICO SINTETICO. - Analizar y sintetizar la información para poder realizar mi propuesta de una manera rápida y concisa que ayude al cumplimiento de los objetivos del proyecto.

## **7.2. TECNICA**

INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA. - Se realizará una búsqueda de información bibliográfica acerca de diferentes modelos de gestión para lograr saber más sobre cómo se ha realizado estudios similares en otros destinos.

ENTREVISTAS Y ENCUESTAS. - se realizará entrevistas a personas que trabajan dentro del área turística de San Pablo del lago para saber que opinan de la realidad actual de las actividades turísticas que se realizan en este sitio, así como también a funcionarios públicos involucrados y encargados de regular la actividad, así como también encuestas a turistas nacionales y extranjeros para saber cuál es su opinión y que les gustaría que se mejorara en las actividades del destino.

MODELO DE GESTION DE PORTER. - utilizaremos este modelo como una base para adaptarlo a la realidad del destino en donde se va a realizar el proyecto

## **7.3. INSTRUMENTOS**

FICHAS BIBLIOGRAFICAS. - Estas fichas se realizarán con el objetivo de recolectar información bibliográfica y tener un orden para después poder utilizarlas dentro de las citas del proyecto

CUESTIONARIO. – Se realizará un cuestionario con preguntas concretas y específicas que nos brinden la información que necesitamos para cumplir con el objetivo de esta investigación.

MATRICES. - se utilizarán las matrices que especifica dentro de este modelo de gestión para adaptar a nuestra realidad.

Este modelo metodológico de análisis de la competitividad de los territorios, en general y de los destinos turísticos, en particular, al igual que los restantes, parte del enfoque estratégico y estructural de la competencia, considerando que no existen países competitivos, sino países con determinados productos y destinos turísticos competitivos que dependen de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar permanentemente.

Dicha innovación va a venir determinada, a su vez, por la presión e intensidad de la competencia existente entre las empresas turísticas y los destinos turísticos, pues, a medida que ésta sea más intensa, las empresas se verán más obligadas a innovar. No obstante, en este modelo también juegan un papel importante otros factores presentes en el destino, tales como su política turística, las características de los factores productivos, de la demanda turística, de los factores causales y de las relaciones de sinergias que se puedan establecer entre los mismos. Este modelo, por tanto, no sólo supone que la competitividad de los destinos turísticos es determinada por factores macroeconómicos, sino que también considera factores microeconómicos, partiendo, por tanto, de que la competitividad de los clusters es algo de origen muy local y es aquí donde se deben centrar los esfuerzos para el refuerzo competitivo. En este sentido, debe decirse que la actividad turística de un país se despliega, mayoritariamente, en espacios receptores, más o menos, delimitados y organizados, denominados clusters, los cuales cumplen las siguientes características:

- Se componen de un entramado diverso y complejo de recursos, atractivos, infraestructuras, servicios, equipos, y numerosas empresas de apoyo.

- Se componen, a su vez, de micro-clusters que se ocupan de ofertar actividades turísticas específicas -sol y playa, turismo rural, turismo de aventura, etc.-, dirigidas a determinados segmentos del mercado. (Bordas, 1999, p605, 609).

## 8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tiempo Activd.	Meses		I Mes				II Mes				III Mes				IV Mes				V Mes				VI Mes				VII Mes				VIII Mes				VIII Mes			
	Sem.		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>1.- Marco teórico</b>		X	x	X	x																																	
1.1. Adquisición de bibliografía		X	x																																			
1.2. análisis de información			x	X																																		
1.3. Construcción de Marco Teórico				X	X																																	
<b>2. Diagnostico</b>						x	x	x	x																													
2.1 Diseño de Instrumentos de investigación								X	X																													
2.2. Aplic. de Instrumentos										X	X																											
2.3. Tabulación de Información												x																										
2.4. Análisis de Información												x	x																									
<b>3. Propuesta Modelo de Gestión</b>														x																								
3.1. Organizar un grupo de herramientas de diagnóstico.															x																							
3.2. Determinar la situación actual del destino																x	x																					
3.3. Elaborar las proyecciones estratégicas de su desarrollo futuro																		x	x																			
3.4. Retroalimentar y monitorizar la estrategia mediante un cuadro de mando integral.																				x	X																	
<b>5. Impactos</b>																				x	x																	
5.1 Impactos sociales																						x	x															
5.2 Impactos Culturales																								x														
5.3 Impactos Ambiental																								x														
5.5 Impactos Económicos																										x	x											
<b>6. Conclusiones</b>																																x						
<b>7. Recomendaciones</b>																														x								
<b>10. Bibliografía</b>																																x						

## 9. RECURSOS.-

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se emplearan los siguientes recursos.

### a.- Humanos.-

Docentes	\$1200
Informantes Calificados	
Autoridades	
Comuneros	
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1200</b>

### b.- Materiales

Papeles	\$ 20
Toner	\$ 80
Empastados	\$ 80
Anillados	\$ 20
CDs	\$ 5
Copias	\$ 10
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 215</b>

**c.- Otros.-**

Viáticos y movilización	\$ 50
Refrigerios	\$ 30
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 80</b>

R Humanos	\$ 1200
R. Materiales	\$ 215
R. Otros	\$ 80
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1495</b>
<b>15 % De Imprevistos</b>	<b>\$ 224.25</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1726.9</b>

## **10. FINANCIAMIENTO.-**

El financiamiento de este proyecto será propio.

## **11. FUENTES DE INFORMACION**

- Plan Integral Sostenible "Laguna de Yahuarcocha", (2015). Citado en Donoso repositorio de la UTN, 2016, p.8, 9,10
- Gobierno Regional metropolitano de Santiago (2015). Modelo de gestión turístico. Santiago de Chile. Nacional. 7,8
- Bordás, E. (1999): "Hacia la competitividad de la empresa turística" en 50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural. Centro de Estudios Ramón. 605, 609

## **LINCOGRAFIA**

<http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000319981/->

[1/San Pablo, referente del turismo nacional.html#.WTHGTOuGPIU](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000319981/-)



## **Pontificia Universidad Católica del Ecuador**

### **Sede Ibarra**

**Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**GESTURH**

**Carrera de Turismo**

### **INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA A TURISTAS DE LA PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO**

**Objetivo:** Determinar el estado actual de las actividades turísticas y a la vez conocer la percepción que tienen los turistas sobre la misma

**Estimado Turista:** Estamos realizando la presente entrevista para conocer aspectos relevantes sobre el turismo, con la información recopilada se podrán determinar la problemática y así plantear estrategias que permitan solucionar los mismos.

#### **PREGUNTAS ENCUESTA A LOS TURISTAS**

**1.- ¿Qué atractivo considera usted más relevante en la parroquia San Pablo del Lago?**

- EL LAGO SAN PABLO ( )
- LAS HOSTERIAS QUE SE DEDICAN A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ( )
- LAS ARTESANÍAS ( )
- LA COMUNIDAD ( )
- PARQUE ACUÁTICO DE ARAQUE ( )

**2.- En cuanto a la percepción de la calidad turística, ¿cómo considera usted los atractivos turísticos de la zona?**

MUY BUENO ( )

BUENO ( )

MALO ( )

**3.- ¿A través de qué medio conoce usted el Lago San Pablo?**

PROMOCIÓN ( )

AGENCIA DE VIAJES ( )

EN OTAVALO POR MEDIO DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO ( )

**4.- ¿Cuáles considera usted que son los principales productos turísticos dentro de la parroquia?**

EL LAGO SAN PABLO ( )

LAS HOSTERÍAS QUE SE DEDICAN A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ( )

LAS ARTESANÍAS ( )

LA COMUNIDAD ( )

PARQUE ACUÁTICO DE ARAQUE ( )

OTROS ( )

ESPECIFIQUE.....

.....

.....

**5.- ¿Está usted de acuerdo con los precios de los servicios y actividades turísticas de acuerdo a su percepción de calidad y de satisfacción después de consumir estos servicios?**

SÍ ( )

NO ( )

**6.- ¿Qué considera que hace falta para promocionar las actividades turísticas de la Parroquia San Pablo del Lago?**

- MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN ( )  
PÁGINA WEB ( )  
OPERADORAS TURÍSTICAS ( )  
REDES SOCIALES ( )

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**



## **Pontificia Universidad Católica del Ecuador**

### **Sede Ibarra**

**Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**GESTURH**

**Carrera de Turismo**

#### **ENTREVISTA PARA EXPERTOS**

**Objetivo:** Conocer su criterio sobre la actividad turística en la Parroquia de San Pablo, con el fin de introducir procesos que contribuyan a su mejoramiento

1. ¿Cómo está funcionando la cuestión estructural dentro de las actividades turísticas de la parroquia?
2. ¿En qué estado se encuentra la administración turística dentro de la parroquia?
3. ¿Cree que la parroquia tiene beneficios al incurrir dentro de la actividad turística?
4. ¿Cómo es controlado los recursos humanos dentro de la actividad turística y dentro de la parroquia?
5. ¿Cree usted que funciona la estructura organizacional dentro de la parroquia?
6. ¿Considera que San Pablo del Lago tiene potencial turístico que explotar?
7. ¿Cuál de los atractivos que tiene San Pablo considera que debe fortalecer y potencializar que actividades implementaría?
8. ¿Cuáles son las mejoras planteadas para el desarrollo turístico?
9. ¿Considera que está bien manejada y gestionada la actividad turística dentro de la parroquia?
10. ¿Cuáles son los planes a futuro en cuanto a turismo dentro de la parroquia?