



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA

**ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE LOS
RESTAURANTES DEL SECTOR PLAYERO
DE LA COMUNA DE SAN PABLO**

TUTOR

MGTR. RUBÉN DARIO PAZ MORALES

AUTORA

CATHERINE MARGOTH VENEGAS BENITEZ

GUAYAQUIL

2024



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis socioeconómico de los propietarios de los restaurantes del sector playero de la comuna de San Pablo.	
AUTOR/ES: Catherine Margoth Venegas Benítez	TUTOR: Mgr. Rubén Darío Paz Morales
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista
FACULTAD: Facultad De Ciencias Sociales Y Derecho	CARRERA: Economía
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	N. DE PÁGS: 86
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias sociales y del comportamiento	
PALABRAS CLAVE: Desarrollo económico, empleo, emprendimiento, turismo.	
RESUMEN: <p>La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el estado de situación socioeconómica de los propietarios de los restaurantes ubicados en el sector playero de la Comuna de San Pablo. La misma tiene un alcance descriptivo debido a su capacidad para proporcionar una visión detallada y comprensiva, buscando describir las características principales de la población estudio. Se llevaron a cabo encuestas en una muestra compuesta por 70 propietarios, lo cual permitió la exposición de que los factores que inciden en</p>	

<p>la estabilidad económica abarcan la situación económica nacional, la publicidad en medios masivos, la calidad de los productos y los gastos de producción. A pesar de enfrentar competencia cercana, los ingresos generados no han resultado adecuados, dado que el 65.7% manifiesta insatisfacción debido a la carencia de mayores ingresos a lo largo del tiempo.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Catherine Margoth Venegas Benítez.	Teléfono: 0979919835	E-mail: catherine.venegas@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Adriam Camacho Domínguez Teléfono: (04) 2596500 Ext. 240 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Econ. Mónica Leoro Llerena, Mgtr Teléfono: (04) 2596500 Ext. 226 E-mail: mleorol@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD



Revisión Trabajo de Titulación

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	2%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dhls.hegoa.ehu.eus Fuente de Internet	1%
2	zonalegal.net Fuente de Internet	1%
3	esacc.corteconstitucional.gob.ec Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado **Catherine Margoth Venegas Benítez**, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, **ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES DEL SECTOR PLAYERO DE LA COMUNA DE SAN PABLO**, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor:

Firma:

Catherine Margoth Venegas Benítez.

C.I. 0923456842

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación **ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES DEL SECTOR PLAYERO DE LA COMUNA DE SAN PABLO**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad De **Ciencias Sociales Y Derecho** de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: **ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LOS PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES DEL SECTOR PLAYERO DE LA COMUNA DE SAN PABLO**, presentado por el estudiante **Catherine Margoth Venegas Benítez** como requisito previo, para optar al Título de Economista encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Mgtr. Rubén Darío Paz Morales

C.C. 0917278012

AGRADECIMIENTO

En esta tesis quiero agradecer a Dios, por permitirme llegar hasta este punto profesional de mi vida y darme salud, además de contar con su infinita misericordia y amor, por darme fortaleza y sabiduría para alcanzar esta meta.

Asimismo, agradecer a mis hijos, a mi padre y a mi compañero de vida, por su apoyo incondicional que me han brindado durante todo este tiempo de estudios y que me han dado la oportunidad de lograr uno de mis objetivos planteados para mi vida profesional; a la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” y a mi tutor, quienes contribuyen a nuestro desarrollo profesional.

DEDICATORIA

Mi tesis lo dedico con todo mi amor y cariño a la memoria de mi madre, quien estuvo en cada logro importante de mi vida, brindándome su apoyo incondicional, creyendo en mis capacidades para mis metas profesionales.

A mis hijos Emilio y Maite, a mi padre, que, con su paciencia, entendimiento, sus palabras de aliento, me empujaron día a día con su apoyo a cumplir mis metas, por la motivación constante, pero más que nada, por su amor y tiempo.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el estado de situación socioeconómica de los propietarios de los restaurantes ubicados en el sector playero de la Comuna de San Pablo. La misma tiene un alcance descriptivo debido a su capacidad para proporcionar una visión detallada y comprensiva, buscando describir las características principales de la población estudio. Se llevaron a cabo encuestas en una muestra compuesta por 70 propietarios, lo cual posibilitó la exposición de que los factores que inciden en la estabilidad económica abarcan la situación económica nacional, la publicidad en medios masivos, la calidad de los productos y los gastos de producción. A pesar de enfrentar competencia cercana, los ingresos generados no han resultado adecuados, dado que el 65.7% manifiesta insatisfacción debido a la carencia de mayores ingresos a lo largo del tiempo.

Palabras claves: desarrollo económico, empleo, emprendimiento, turismo.

ABSTRACT

The present research aims to analyze the socioeconomic status of restaurant owners located in the coastal sector of the San Pablo Commune. It has a descriptive scope due to its ability to provide a detailed and comprehensive view, seeking to describe the main characteristics of the study population. Surveys were conducted in a sample of 70 owners, enabling the exposition that factors affecting economic stability include the national economic situation, mass media advertising, product quality, and production expenses. Despite facing close competition, the generated income has not been adequate, as 65.7% express dissatisfaction due to the lack of increased income over time.

Keywords: economic development, employment, entrepreneurship, tourism.

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
CERTIFICADO DE SIMILITUD	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
ENFOQUE DE LA PROPUESTA.....	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento de problema.....	3
1.3 Formulación del problema.....	6
1.4 Objetivo General.....	6
1.5 Objetivos específicos	6
1.6 Idea a Defender	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1 Marco Teórico:	8
2.1.1 Antecedentes o estado del arte.	8
2.1.2 Fundamentación teórica.....	9
2.1.2.1 Desarrollo económico.	9
2.1.2.2. La Teoría de la Modernización.	11
2.1.2.3 La Teoría de la Dependencia.....	12
2.1.2.4 La Teoría del Desarrollo Sostenible.	13
2.1.2.5 Desarrollo económico, emprendimiento y turismo.	14

2.1.2.6 Teoría del Capital Humano.	16
2.1.2.7. Teoría general del empleo, el interés y el dinero.	17
2.1.2.8 Teoría de la Fuerza Laboral Desalentada.	18
2.1.2.9. Teoría del Turismo de Masas.	20
2.1.3.0. Teoría del Flujo:	21
2.1.3.1 El emprendimiento.....	22
2.1.3.2 Teoría del Emprendimiento Basado en Recursos.....	23
2.1.3.3 Teoría del Emprendimiento Social.....	25
2.1.3.4 Teoría de la Red Social.	25
2.1.3.5 El emprendimiento y el turismo	27
2.2 Marco Legal	28
2.2.1 Constitución de la República del Ecuador (2008).....	28
2.2.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.	30
2.2.3 Código del Trabajo.....	31
2.2.4 Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno.....	32
CAPITULO III	35
MARCO METODOLÓGICO.....	35
3.1 Enfoque de la investigación	35
3.2 Alcance de la investigación.....	35
3.3 Técnicas e instrumentos para obtener datos	36
3.4 Población y muestra.....	37
CAPITULO IV	39
PROPUESTA O INFORME	39
4.1 Presentación y análisis de los resultados.....	39
4.1.1 Características del Cantón Santa Elena.....	39
4.1.2 Presentación de resultados de la encuesta.....	42
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	56

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
---------------------------------	----

Índice de tablas

Tabla 1. Postulados y críticas de la teoría del flujo.	22
Tabla 2. Artículos de la Constitución de la República del Ecuador.	29
Tabla 3. Artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.	30
Tabla 4. Artículos del Código del Trabajo.	31
Tabla 5. Artículos del Reglamento para aplicación a la LORTI.	32
Tabla 6. Artículos de la Ley de turismo.	33
Tabla 7. Generalidad del sector de Alojamiento y servicios de comida	39
Tabla 8. Remuneración promedio del sector turístico	40
Tabla 9. Gastos de turistas por feriado en la provincia de Santa Elena	42

Índice de figuras

Figura 1. Proposiciones de la teoría del Emprendimiento Basado en Recursos.....	24
Figura 2. Ventas y recaudación del sector turístico en el Cantón Santa Elena.....	40
Figura 3. Nivel de Ventas y recaudación anual.....	41
Figura 4. Participación de los propietarios de restaurantes por sexo.....	43
Figura 5. Origen de los propietarios de restaurantes.....	43
Figura 6. Rangos de edad de los propietarios de restaurantes.....	44
Figura 7. Estado civil de los propietarios de restaurantes.....	44
Figura 8. Instrucción de los propietarios de restaurantes.....	45
Figura 9. Número de personas que conforman el hogar.....	45
Figura 10. Tiempo de los propietarios de restaurantes en el servicio de turismo. ...	46
Figura 11. Pertenencia a alguna asociación.....	46
Figura 12. Posesión Registro Único Contribuyente.....	47
Figura 13. Factores que influyen en la actividad económica.....	47
Figura 14. Evaluación de la competencia.	48
Figura 15. Nivel de ingresos de los propietarios de restaurantes.	49
Figura 16. Consideración nivel de ingresos.....	49
Figura 17. Consideración cambio en la afluencia de clientes.....	50
Figura 18. Consideración sobre la tendencia de los clientes.....	50
Figura 19. Temporadas con mayor afluencia de turistas.....	51
Figura 20. Evolución de las expectativas de los clientes sobre el servicio turístico.	51
Figura 21. Consideración sobre los cambios observados en la competencia.	52

Índice de anexos

Anexo 1. Provincia de Santa Elena.....	67
Anexo 2. Ventas y recaudación del sector turístico en el Cantón Santa Elena.....	67
Anexo 3. Nivel de Ventas y recaudación anual.....	68
Anexo 4. Encuesta.....	69

INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos prósperos encarnan un papel transformador al insuflar nueva vitalidad en comunidades, al mismo tiempo que preservan y fomentan sus atributos distintivos. En la Comuna de San Pablo, el turismo tiene el potencial de desencadenar una eclosión económica, atrayendo a visitantes que buscan autenticidad para descubrir los tesoros ocultos de la comunidad, desde expresiones artísticas y hasta festivales y eventos culinarios de la comida.

Un fenómeno que no solo engendra ingresos directos mediante el gasto turístico, sino que también genera oportunidades laborales. De esta forma la presente investigación se centra en los propietarios de los restaurantes en la Comuna de San Pablo con el objetivo fundamental de analizar el estado de su situación socioeconómica ubicados en el sector playero, de manera que se compone de cuatro capítulos.

Dentro del capítulo primero, se expresa el planteamiento del problema del proyecto investigativo y consecuentemente se definen los objetivos a conseguir, defendiendo la idea en el que exista una relación entre los factores socioeconómicos de los propietarios de restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo y el desempeño económico de sus establecimientos.

En el segundo capítulo, se presentan las principales teorías que sirven como base en la puesta en marcha del proyecto, en ella se puede conceptualizar aquellas teorías relacionadas al emprendimiento, el turismo y de igual manera del empleo, así como también de las normativas ecuatorianas en relación a la sustentación del tema principal.

En el capítulo tercero, se muestra el marco metodológico, que adopta un enfoque mixto, combinando el análisis cuantitativo y cualitativo, cabe destacar que en este apartado se hace el cálculo de la muestra para llevar a cabo un estudio de campo en la comuna, recopilando datos a través de encuestas que fueron sometidos a una minuciosa tabulación.

Finalmente, en el capítulo cuarto, siguiendo los objetivos ya planteados, se presentan los resultados de la investigación de campo, determinando su situación actual, así como los desafíos que enfrentan como la disminución de oportunidades comerciales, la rivalidad entre ellos y la dificultad para adaptarse a nuevas demandas.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema

Análisis socioeconómico de los propietarios de los restaurantes del sector playero de la comuna de San Pablo.

1.2 Planteamiento de problema

La localidad "San Pablo" corresponde a una jurisdicción situada en la región costera del Ecuador, específicamente en la parroquia Santa Elena, en el punto kilométrico 15 de la provincia del mismo nombre, su límite septentrional colinda con la localidad Monteverde, mientras que al sur limita con las zonas Cerro Alto y San Miguel.

Así mismo, forma parte integral de la Ruta del Sol y alberga una población aproximada de 6500 residentes, abarca de una extensión aproximada de 3000 hectáreas y disfruta de más de una decena de kilómetros de línea costera.

Debido a que mayor parte de la población de la comuna de San Pablo en sus niveles de educación no han sido completos esto conlleva a que económicamente dependan en su gran mayoría de la pesca y venta empírica de alimentos a libre demanda, además de un crecimiento en su población, genera un limitante en su desarrollo productivo, también el incremento de instalación de camaroneras que están abarcando cada vez más este sector los lleva a convertirse en empleados y por consecuencia lleva el descuido del sector turístico, cabe recalcar que las autoridades de turno que han administrado con el pasar de los años no se han preocupado de implementar capacitaciones para poder potenciar esta bella comuna.

Su desarrollo económico y social se ha visto afectado en bajos impactos turísticos, ya que no alcanza un desarrollo gastronómico permanente y por lo tanto su no desarrollo turístico, al no contar con atractivos nocturnos o un punto representativo de esta comuna, como se puede evidenciar en el cantón de Puerto López (como

referencia), con su moderno y gran desarrollo nocturno y gastronómico; un desarrollo similar es lo que se necesita para repotenciar o habilitar en la comuna de San Pablo, los moradores de la comuna en su gran mayoría viven de la pesca, sin embargo actualmente existen poco desarrollo con instalaciones apropiadas, la falta de responsabilidades comunitarias de los comuneros electos para representarlos administrativamente, no han implementado capacitaciones para contribuir al crecimiento y desarrollo de la localidad.

Como existe una relación intrínseca entre la comuna con el flujo de la actividad turística, es necesario describir qué define su concepto. El turismo se define como el acto de desplazarse con fines de entretenimiento o esparcimiento a destinos distintos a la ubicación usual de residencia, en esta óptica, involucra vivencias diversas, como la exploración de sitios de valor histórico, el disfrute de la naturaleza, la participación en eventos culturales y el deleite en variados lugares turísticos, esta acción puede ocurrir a nivel interno, en el propio país, o a nivel internacional, abarcando trayectos hacia otras naciones (Tobar, 2022).

En Latinoamérica la actividad que proviene del turismo, cumple una función relevante por diversas razones, un factor primordial radica en su contribución económica debido a que engendra ingresos a través de múltiples desembolsos, tales como el alojamiento, el transporte, las comidas y el entretenimiento.

Adicionalmente, esta actividad también puede fomentar el progreso referente al hábitat de las personas y la infraestructura poblacional, se precisa, por ejemplo, la edificación y el mejoramiento de establecimientos hoteleros, locales, vías de comunicación y otros servicios, que no solo origina oportunidades laborales, sino que igualmente puede elevar la calidad de vida de las comunidades residentes mediante la expansión de la infraestructura necesaria.

Según Acerenza (2016), otra vertiente implica la salvaguardia de lo cultural y lo natural, con frecuencia, los enclaves de interés turístico atesoran un acervo cultural e histórico valioso, y el flujo de visitantes puede incentivar la conservación y la difusión de estas características únicas, de forma similar, los entornos naturales y los valiosos

sistemas ecológicos pueden obtener beneficios de la tutela y la preservación fomentadas por el turismo.

Igualmente tiene el potencial de ampliar la diversidad económica, numerosos países en América del Sur pueden disminuir su dependencia de sectores tradicionales como la agricultura o la minería al priorizar el turismo como una fuente adicional de ingresos y crecimiento económico.

Aparte de los beneficios de carácter financiero, simplifica el intercambio cultural y el mutuo entendimiento entre los visitantes y las comunidades locales que los reciben, este intercambio tiene la capacidad de enriquecer las perspectivas culturales y fortalecer la comprensión mutua entre distintos grupos.

La industria del turismo en Ecuador ha experimentado un notorio incremento en los últimos años gracias a la diversidad tanto geográfica como cultural que el país presenta a los visitantes, la variedad de destinos abarca desde playas en la costa del Océano Pacífico hasta la riqueza biológica de la región amazónica, la impresionante belleza de los Andes y las renombradas Islas Galápagos, las cuales son renombradas globalmente como un punto focal para la observación de la fauna salvaje (Tobar, 2022).

Este aumento en el ámbito turístico ha producido un efecto favorable en la economía de Ecuador al generar ingresos, crear oportunidades laborales y fomentar inversiones en la infraestructura específica para el turismo, no obstante, es igualmente imperativo abordar los desafíos vinculados con la sostenibilidad medioambiental y la apropiada administración de los flujos de visitantes, con el fin de asegurar que el aumento del turismo beneficie de manera equitativa tanto a las poblaciones locales como al entorno ecológico.

El propósito de esta investigación radica en examinar a fondo desarrollo socioeconómico de los propietarios de los restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo, también por ejemplo en descifrar las razones y consecuencias de la carencia gastronómica como la formación culinaria por ejemplo o las tendencias locales como internacionales, asimismo se investiga la falta de compromiso por parte

de las autoridades actuales hacia los residentes que operan establecimientos en un malecón improvisado, en un mercado con deficiencias en términos de higiene, y en restaurantes que no han implementado las adaptaciones estructurales requeridas tanto para el turismo como para las particularidades de la comuna.

Se pondrá bajo el microscopio la ausencia de programas de capacitación continuos, así como la inexistencia de un centro de formación gastronómica en la comuna, estos factores han llevado a que los habitantes deban recurrir a la contratación de chefs externos, sin embargo, estos chefs no siempre están familiarizados con la historia y las costumbres locales ni comparten el mismo nivel de compromiso con la comunidad en términos de atención y desempeño, ya que a menudo perciben este entorno como un simple lugar de trabajo.

A través de este análisis exhaustivo, se espera arrojar luz sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan los propietarios de restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo en el contexto turístico.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es el estado de situación socioeconómica de los propietarios de los restaurantes ubicados en el sector playero de la Comuna de San Pablo?.

1.4 Objetivo General

Analizar el estado de situación socioeconómica de los propietarios de los restaurantes ubicados en el sector playero de la Comuna de San Pablo.

1.5 Objetivos específicos

- Desarrollar los fundamentos teóricos relacionados con el turismo.
- Identificar los factores que influyen en la estabilidad económica de los propietarios de los restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo.
- Analizar la demanda turística de los propietarios de restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo durante los últimos años.

- Describir los principales desafíos y oportunidades que enfrentan los propietarios de los restaurantes en la Comuna de San Pablo.

1.6 Idea a Defender

Se espera que exista una relación significativa entre los factores socioeconómicos de los propietarios de restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo y el desempeño económico de sus establecimientos.

1.7 Línea de Investigación

El trabajo de titulación tributa a la línea de investigación institucional “Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación” y de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho. “Sostenibilidad económico-productiva y desarrollo de economías locales.”

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico:

2.1.1 Antecedentes o estado del arte.

El turismo es considerado una de las actividades que les permiten a las personas abrirse hacia nuevas oportunidades de describir algo nuevo, mediante el conocimiento y la repercusión asociadas al mismo, permite no solo que la persona que se involucre y pueda enriquecerse al satisfacer sus necesidades, sino que aporta económicamente al lugar en el cual este individuo desea visitar y así también contribuye al desarrollo de una comunidad.

Estudios como el de Calvache, Jácome, & Gallardo (2015), permiten ilustrar de manera más acertada el desenvolvimiento de esta actividad en designada área geográfica, en su estudio denominado “Los impactos generados por el turismo en la parroquia Mindo, cantón San Miguel de los bancos” buscan analizar el impacto del turismo en el Cantón de Mindo, considerando que dicha localidad es rica en cuanto a la biodiversidad de la naturaleza que le apuesta a variedad de paisajes y lugares de exhibición. Bajo un método cualitativo de identificación y valoración de datos, encontraron de manera perspicaz que la misma aporta significativamente al desarrollo socioeconómico de los habitantes, sin embargo, la misma, producía efectos negativos que perjudicaban a la misma naturaleza. Es decir, existía un costo de oportunidad para mantener niveles altos de comodidad económica poblacional, concluyendo de igual manera que hay que tener en cuenta otros aspectos de evaluación en cuanto al impacto del turismo en la localidad.

De igual manera Ortega (2015), en su estudio el cual lleva por nombre “Análisis del impacto del turismo en la parroquia baños del cantón cuenca” expuso el impacto de esta actividad para la localidad de Baños, así que considerando aquello como principal objetivo, mostró algunos resultados. Bajo la aplicación de un método cualitativo y con el uso de técnicas como la entrevista, brindó algunos resultados,

en primer lugar, se demostró que el turismo concebía réditos positivos a la localidad en cuanto a los ingresos percibidos, sin embargo, también detalló las complejidades resultantes de esta actividad, como la contaminación efectuada al medio ambiente debido al volumen de turistas que ingresaban y no respaldaban la misma cultura como de orden y limpieza en el Cantón. Una de sus principales conclusiones determinó que el turismo impacta de manera positiva al nivel socioeconómico de la localidad, así como es una principal fuente generadora de empleo.

Jaramillo (2021), en su investigación “El Turismo en el Cantón Sucre, Provincia de Manabí y su Impacto económico en la Población” demuestra las capacidades de desarrollo que puede generar el turismo en el Cantón Sucre, por lo que estableció como objetivo principal analizar las actividades turísticas general en esta población. Es así que, utilizando un tipo de investigación descriptiva y exploratoria, supo llegar a ciertas conclusiones; una de ellas es que, si bien el turismo es uno de los pilares de desarrollo, este Cantón posee debilidades en cuanto a la infraestructura del lugar que permita potenciar el factor económico e incrementar la demanda por los servicios de hospedaje y comida en Sucre, por lo que ciertos propietarios optaban por cerrar los establecimientos.

Pilla (2019), expone su estudio “El impacto socioeconómico del turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, en él indica que la actividad turística promueve los índices de empleo en la parroquia de Salasaka, con el objetivo principal de basarse en mejorar los ingresos de esta localidad, implementó una metodología basada en métodos empíricos, de análisis de documentos y recolección de datos de fuentes primarias. En su estudio concluyó que debido a la falta una planificación enmarcada sobre el turismo, y la serie de actividades que pertenecen al mismo, no permite que se generen mayores ingresos, además de reconocer que al ser un sector de nacionalidad indígena ecuatoriana son mayormente irrespetados.

2.1.2 Fundamentación teórica.

2.1.2.1 Desarrollo económico.

En el escenario global, el desarrollo económico se erige como un factor crucial que impulsa la prosperidad de las naciones y moldea la calidad de vida de sus ciudadanos, esta fuerza motriz, apuntalada por políticas, innovación y colaboración, trae consigo una serie de argumentos que destacan su importancia tanto en el ámbito económico como en la sociedad (Orozco & Núñez, 2013).

En términos económicos, al estimular la inversión y la producción, se generan más empleos, lo que a su vez aumenta los ingresos y reduce la pobreza, por tanto, las naciones con un desarrollo económico sólido tienden a experimentar mayor estabilidad en sus indicadores macroeconómicos, como inflación y déficit fiscal.

Según Cardoso & Enzo (1969), a medida que los países mejoran sus infraestructuras y tecnologías, aumenta su capacidad para producir bienes y servicios de alta calidad, esto puede resultar en un incremento de las exportaciones y un fortalecimiento de la balanza comercial, lo que contribuye a la fortaleza económica a nivel internacional, pero sus beneficios no se limitan solo a las cifras y gráficos, a nivel social, ya que mejora en los niveles de ingresos y la reducción de la pobreza contribuyendo a una distribución más equitativa de la riqueza, las oportunidades y el acceso a servicios básicos, se vuelven más amplios. Además, se entrelaza con la elevación de la calidad de vida, con ingresos más altos, las personas tienen la posibilidad de acceder a mejores viviendas, alimentación de calidad y servicios de salud de primera categoría, a su vez, conduce a una población más saludable y educada, lo que contribuye a la formación de una sociedad más productiva y dinámica (Labrunée, 2018).

En el ámbito social, el progreso económico desempeña un papel vital al actuar como fermento para la instauración de una cultura propensa a la innovación, de hecho la dedicación de recursos financieros hacia la investigación y el desarrollo no solo aviva la emergencia de nuevas entidades empresariales y tecnologías, no obstante, las discusiones sobre este tema también han sido objeto de debate, algunos críticos argumentan que un enfoque excesivamente centrado en el crecimiento económico puede llevar a la explotación de recursos naturales y la degradación del medio ambiente, lo que también destacan la importancia de equilibrar el crecimiento con la igualdad y la sostenibilidad (Alcañiz, 2008).

En el mundo del desarrollo económico, emergen teorías que arrojan luz sobre los mecanismos que impulsan el progreso de las naciones, estas perspectivas, apoyadas por investigadores y economistas, desglosan las rutas que las sociedades pueden seguir para alcanzar la prosperidad y mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. A continuación, se presentan algunas de las principales teorías del desarrollo económico y sus argumentos distintivos.

2.1.2.2. La Teoría de la Modernización.

Plantea que las naciones atraviesan una serie de etapas evolutivas para alcanzar el desarrollo, desde la agricultura de subsistencia hasta la industrialización y la adopción de tecnologías avanzadas, esta teoría sostiene que las sociedades que siguen esta senda experimentarán un aumento en su riqueza y bienestar. Sin embargo, los críticos de esta teoría señalan que su enfoque en la imitación de los países desarrollados puede no considerar las realidades únicas de cada nación (Moré, 2022).

Un punto central de esta teoría es el énfasis en el proceso de cambio que las naciones atraviesan, según las sociedades pasan por etapas secuenciales que van desde la economía agraria de subsistencia hasta la industrialización y, finalmente, hacia la adopción de tecnologías avanzadas, cada etapa representa un paso hacia una mayor productividad y riqueza, lo que a su vez eleva el bienestar general.

De acuerdo con Novales (2022), también destaca la importancia de la inversión en capital humano y tecnológico en el camino hacia la modernización, la educación y la capacitación se consideran elementos esenciales para desarrollar una fuerza laboral altamente calificada y adaptada a las demandas de una economía en constante evolución. A medida que las naciones avanzan en este camino, la teoría sugiere que la innovación tecnológica se convierte en un impulsor clave del crecimiento económico.

Arguye que a medida que las sociedades avanzan hacia etapas más desarrolladas, aumenta la demanda de participación política y transparencia, se espera que el desarrollo económico conduzca a una mayor igualdad y acceso a

oportunidades, lo que, a su vez, puede fomentar la formación de instituciones democráticas.

2.1.2.3 La Teoría de la Dependencia.

Cuestiona el camino unidireccional hacia el desarrollo. Argumenta que las naciones en vías de desarrollo a menudo son atrapadas en relaciones de dependencia con las naciones más industrializadas. En lugar de experimentar un progreso sostenible, estas naciones podrían quedar atrapadas en la exportación de materias primas y la importación de productos manufacturados. Sin embargo, esta teoría también ha sido criticada por no ofrecer soluciones claras y por sobrevalorar el papel de la influencia extranjera (Dvoskin, 2022).

Uno de los pilares fundamentales de esta teoría es la idea de que las naciones en vías de desarrollo no pueden simplemente seguir el camino trazado por las naciones industrializadas hacia la prosperidad, en cambio, argumenta que existe un desequilibrio económico y de poder en las relaciones internacionales que puede atrapar a las naciones en un ciclo de exportación de materias primas y dependencia de productos manufacturados importados.

Kohan (2022), subraya cómo las naciones desarrolladas pueden influir en las políticas y la economía de las naciones menos desarrolladas, la inversión extranjera, el acceso a los mercados y las relaciones comerciales desiguales pueden llevar a una situación en la que las naciones en vías de desarrollo queden subordinadas a los intereses de las naciones más industrializadas.

Pone de relieve cómo esta situación de dependencia puede mantener a las naciones en vías de desarrollo en una posición de desventaja en la economía global, la falta de diversificación económica y la concentración en productos primarios pueden hacer que estas naciones sean vulnerables a las fluctuaciones en los precios de las materias primas y al impacto de las decisiones económicas de las naciones más poderosas.

Sin embargo, algunos discuten que su enfoque en la dependencia puede pasar por alto los factores internos que influyen en el desarrollo de las naciones, como la corrupción, la mala gestión económica y la falta de inversión en capital humano, además, la teoría podría no tener en cuenta las oportunidades de desarrollo que pueden surgir de la globalización y la apertura de mercados.

2.1.2.4 La Teoría del Desarrollo Sostenible.

Se enfoca en la idea de que el desarrollo económico debe ser equilibrado y sostenible en el tiempo. Argumenta que el crecimiento económico no debe comprometer los recursos naturales y debe tener en cuenta las necesidades futuras de las generaciones venideras.

Esta teoría toma en consideración el impacto ambiental y social de las actividades económicas y busca crear un equilibrio entre el progreso y la preservación, a pesar de su importancia, también enfrenta desafíos en su implementación y medición (Damián, Hernández, Garzón, & Bellon, 2022).

En el panorama actual, se dialoga que el crecimiento no puede ser a expensas del medio ambiente y de los recursos naturales, en lugar de explotar indiscriminadamente los recursos, la teoría sustenta que las naciones deben adoptar enfoques que permitan satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las necesidades futuras.

Además, apoya de que el acceso a oportunidades y a servicios básicos debe ser igualitario para todas las personas incluyendo la atención a las poblaciones vulnerables y la creación de políticas que eviten la exclusión y la desigualdad.

Así mismo, Fernández (2021), propugna la adopción de prácticas que minimicen la huella ecológica, como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la promoción de fuentes de energía renovable, es decir, se traduce en un llamado a la innovación tecnológica y al fomento de la investigación en soluciones sostenibles.

Sin embargo, algunos críticos cuestionan la viabilidad económica y la factibilidad de aplicar plenamente esta teoría en el mundo actual, debido a que el equilibrio entre el crecimiento económico y la sostenibilidad puede ser complicado de lograr en la práctica, señalando de igual manera los desafíos políticos y económicos que pueden obstaculizar la implementación efectiva de políticas sostenibles.

2.1.2.5 Desarrollo económico, emprendimiento y turismo.

En el corazón de una localidad, el desarrollo económico, el emprendimiento y el turismo entrelazan sus hilos para tejer un tapiz de oportunidades y transformación, esta tríada poderosa no solo moldea el panorama económico, sino que también influye en la vida cotidiana de los residentes y en la identidad misma de la comunidad.

El emprendimiento, no solo crea empresas y empleos, sino que también fomenta una mentalidad de innovación y resiliencia, en una localidad, los emprendedores locales pueden dar vida a ideas únicas que reflejen la identidad y las necesidades de la comunidad, estos negocios pueden ser impulsados por la pasión por preservar tradiciones culturales, promover productos locales o proporcionar soluciones a desafíos locales (Altamira & Muñoz, 2007).

El turismo, por su parte, se presenta como un catalizador que impulsa dicho crecimiento a través de la creación de empleo, la inversión y la promoción del patrimonio cultural, el flujo constante de visitantes no solo estimula la demanda de bienes y servicios, sino que también impulsa la inversión en infraestructuras turísticas y mejora la infraestructura local.

Los destinos turísticos florecientes pueden revitalizar comunidades enteras, al tiempo que preservan y promueven sus activos únicos, al llegar a una localidad, puede encender el resplandor económico, los visitantes que buscan experiencias auténticas pueden descubrir los tesoros escondidos de la comunidad, desde artesanías y gastronomía hasta festivales y actividades culturales, generando no

solo ingresos directos a través del gasto turístico, sino que también crea oportunidades de empleo en sectores como la hostelería, el comercio y la artesanía.

El emprendimiento en el turismo, específicamente en una localidad, puede crear una conexión genuina con los visitantes, los emprendedores pueden ofrecer experiencias personalizadas y auténticas, lo que a su vez puede atraer a un público más diverso y leal, esto no solo beneficia a los turistas, sino que también agrega valor a la comunidad al destacar su singularidad (Gutama & Jiménez, 2019).

En este escenario, los emprendedores en la industria turística no solo crean nuevos productos y experiencias para los visitantes, sino que también impulsan la innovación en la gestión y promoción de destinos, la tecnología se convierte en una herramienta clave para llegar a nuevos mercados y satisfacer las expectativas cambiantes de los turistas.

Sin embargo, es importante señalar que este intercambio entre el desarrollo económico, el emprendimiento y el turismo también plantea desafíos, por ejemplo, se plantea que la sostenibilidad es esencial para garantizar que los beneficios económicos del turismo pero que no se traduzcan en una explotación insostenible de los recursos naturales y culturales.

Según Carrandi & Hernández (2022), se necesita un entorno empresarial propicio para fomentar la actividad emprendedora, lo que implica la creación de políticas que reduzcan las barreras y fomenten la inversión y la innovación, pero, el equilibrio es esencial, la gestión sostenible del turismo es fundamental para evitar la sobreexplotación de recursos y la descaracterización de la localidad.

Políticas que promuevan la preservación del patrimonio cultural y natural son trascendentes para garantizar que el turismo no tenga un impacto negativo en la comunidad, por lo que es esencial brindar apoyo a los emprendedores locales.

La creación de incubadoras de negocios, programas de formación y acceso a financiamiento puede fortalecer el tejido empresarial en la localidad, no solo

estimulando el crecimiento económico, sino que también contribuye a la autonomía y el empoderamiento de la comunidad.

2.1.2.6 Teoría del Capital Humano.

Según Montoya, Quiroga, & Torrent (2022), esta teoría, respaldada por eminentes economistas y sociólogos, sostiene que las personas son más que simples trabajadores son acumuladores de capital humano, una mezcla única de educación, formación y experiencia que influye directamente en su productividad laboral y en sus perspectivas de empleo.

Habría que imaginarlo como una inversión, es decir, cuando las personas se embarcan en la educación, desde la educación básica hasta la capacitación profesional, están construyendo su propio capital humano, esta inversión no solo les permite acceder a trabajos más especializados y mejor remunerados, sino que también las convierte en activos más valiosos para los empleadores.

Pero, ¿cómo se relaciona esto con el empleo? La respuesta radica en cómo las habilidades adquiridas a través de la educación y la experiencia aumentan la capacidad de un individuo para realizar tareas de manera eficiente y efectiva, esta mayor eficiencia no solo beneficia al trabajador, sino que también agrega valor al empleador en forma de una mayor productividad y, por ende, mayores ganancias.

De acuerdo con Vilacis & Guaita (2022) esta teoría también arroja luz sobre la noción de que la educación y la formación son una inversión a largo plazo, a medida que las personas adquieren habilidades y conocimientos más avanzados, sus perspectivas de empleo a lo largo del tiempo se ven mejoradas, este enfoque a largo plazo se relaciona directamente con la planificación de carreras y la búsqueda de empleo.

Sin embargo, como cualquier teoría, la del Capital Humano también ha sido objeto de críticas, como el hecho de que puede sobrevalorar la educación formal como el único impulsor del éxito laboral, sin considerar factores como el contexto socioeconómico y las oportunidades desiguales (Gil, 2020).

2.1.2.7. Teoría general del empleo, el interés y el dinero.

Esta teoría, presentada por el influyente economista británico John Maynard Keynes (1943), redefinió cómo se ve la relación entre el empleo, el ahorro, la inversión y la demanda, se convirtió en un faro de sabiduría durante la Gran Depresión y sigue siendo una columna vertebral en las discusiones económicas actuales.

Un aspecto fundamental de esta teoría radica en la significación de la demanda total, defendió la noción de que el grado de ocupación no se encuentra exclusivamente definido por la oferta y la búsqueda de trabajo, sino también por la solicitud de bienes y servicios, una reducida solicitud tiene la capacidad de inducir una reducción en la manufactura y, en última instancia, a la falta de empleo.

En segundo lugar, desafía la idea convencional de que los mercados se equilibrarían por sí mismos, en cambio, señala que, en situaciones de recesión o depresión, los mercados podrían quedar atrapados en un estado de equilibrio insuficiente, con desempleo persistente, para contrarrestar esto, Keynes abogó por la intervención gubernamental para estimular la demanda y revitalizar la economía.

La Teoría General también tocó el tema del interés y el dinero, se indica que el nivel de inversión empresarial y, por lo tanto, el empleo, podría verse influido por la tasa de interés, una tasa de interés baja podría incentivar la inversión, lo que a su vez podría estimular la creación de empleo (Maya, 2016).

Sin embargo, sus principales críticas radican en que su enfoque en la demanda puede pasar por alto otros factores económicos y estructurales, y que la intervención gubernamental puede tener efectos secundarios imprevistos.

Ahora bien, desde la teoría económica que revolucionó la forma de entender el dinero hasta las comunidades que buscan una forma más sostenible de turismo, las conexiones emergen entre los principios de Keynes y el turismo comunitario.

La demanda agregada, también encuentra eco en el turismo debido a que se trata de estimular la demanda de experiencias únicas y productos locales que atraigan a los turistas, siendo un intento de traducir la teoría económica en práctica, impulsando la economía local a través de experiencias auténticas.

La intervención gubernamental, encuentra un papel en el turismo, los gobiernos locales pueden convertirse en catalizadores al proporcionar recursos y apoyar su promoción, desde mejorar la infraestructura hasta establecer políticas adecuadas, su intervención puede ser crucial para fomentar la participación de la comunidad. Así, la relación entre inversión y empleo, también es fundamental, la inversión en proyectos turísticos sostenibles puede generar empleos y revitalizar áreas rurales o menos desarrolladas, desde la construcción de instalaciones hasta la capacitación de la comunidad, la inversión puede ser la chispa para un crecimiento local (Díaz & Torrent, 2015).

En este enfoque, la esencia del desarrollo local es el equilibrio entre crecimiento y preservación, los principios del turismo se alinean con esta idea, priorizando la conservación y el beneficio local con el paso extensible del tiempo.

El concepto del "multiplicador" económico encaja también en el turismo, cada dólar que los turistas gastan puede desencadenar una serie de ingresos en la comunidad, a través de la cadena de suministro local, es el efecto cascado que refleja la idea de la teoría de que una inversión inicial puede tener impactos extendidos.

2.1.2.8 Teoría de la Fuerza Laboral Desalentada.

Un argumento central de esta teoría es que el desempleo prolongado puede desalentar a las personas a seguir buscando activamente empleo, la falta de oportunidades puede erosionar la confianza y la motivación, llevando a algunos individuos a retirarse de la búsqueda laboral, esto puede crear una categoría de personas fuera de la fuerza laboral activa, lo que puede tener ramificaciones significativas para la economía (Organización Internacional del Trabajo, 2016).

Según Castillo, Arzate, & Arcos, (2019), este enfoque también plantea el concepto de "desempleo oculto", a simple vista, las tasas de desempleo pueden parecer bajas, pero la fuerza laboral desalentada no se refleja en esas cifras, esto puede distorsionar la percepción del verdadero estado del mercado laboral y subestimar el impacto del desempleo en la sociedad.

El desaliento puede tener un efecto de largo alcance, cuando las personas abandonan la búsqueda activa de empleo, pueden perder habilidades y prácticas valiosas, no solo afecta a los individuos, sino que también puede generar una escasez de habilidades en el mercado laboral en el futuro.

También plantea desafíos para las políticas públicas, las estrategias para abordar el desempleo deben considerar no solo la creación de empleo, sino también la motivación y la confianza de los trabajadores en el mercado laboral, se vuelve vital diseñar programas que brinden incentivos para que los trabajadores desalentados vuelvan a participar activamente.

Sin embargo, esta teoría también ha tenido críticas como la misma puede simplificar en exceso la complejidad del comportamiento humano y no tener en cuenta factores individuales, como las razones personales para abandonar la búsqueda de empleo, las motivaciones personales, económicas y psicológicas a menudo desempeñan un papel crucial en estas decisiones, lo que puede no estar completamente reflejado en la perspectiva del desaliento (Espinosa, Esteves, & Pronko, 2018).

Otra crítica importante es la falta de consideración de las motivaciones individuales, la teoría podría no capturar adecuadamente las diversas razones que podrían llevar a alguien a detener su búsqueda de empleo, como el cuidado de la familia, la salud u otras obligaciones personales.

Además, algunos señalan que la teoría podría agrupar de manera demasiado generalizada a todos los trabajadores desalentados, sin tener en cuenta las diferencias entre grupos demográficos y situaciones individuales, esto podría llevar a una imagen distorsionada de las razones detrás del desaliento.

La falta de consideración de los efectos contextuales también es una preocupación, el entorno geográfico y la disponibilidad de servicios de apoyo pueden influir en la decisión de una persona de abandonar la búsqueda de empleo, y esta perspectiva podría no abordar adecuadamente este factor.

2.1.2.9. Teoría del Turismo de Masas.

Es un enfoque fundamental para comprender las dinámicas de los viajes, esta teoría pone en relieve que las personas, en busca de un respiro de su rutina diaria, se sienten atraídas hacia destinos populares y conocidos, donde esperan disfrutar de experiencias placenteras (Ruiz, 2020).

Uno de los autores prominentes de esta teoría es Myrdal (1979), propone que el turismo de masas puede impulsar el desarrollo económico en regiones en vías de desarrollo.

Sugiere que puede tener un efecto positivo en la economía de las regiones subdesarrolladas, la llegada de turistas podría generar un flujo de ingresos característico, beneficiando a la comunidad local al crear empleos en el sector turístico y estimulando la demanda de bienes y servicios locales, además, el incremento en la actividad económica puede resultar en inversiones en infraestructura, como hoteles, restaurantes y transportes, contribuyendo así al desarrollo de la región (Acerenza, 2016).

Sin embargo, también se plantean objeciones, críticos argumentan que la teoría simplifica las motivaciones de los viajeros y no considera adecuadamente la riqueza cultural y emocional del viaje.

En sus postulados clave, sostiene que esta teoría se caracteriza por la búsqueda de escapismo y por la preferencia de destinos estandarizados, diseñados para complacer a un gran número de viajeros, no obstante, sus detractores subrayan que esta teoría no aborda las diferencias individuales ni la variabilidad cultural y psicológica del turismo.

Es un enfoque intrigante para entender las motivaciones y comportamientos de los viajeros debido a que se enfoca en la búsqueda de experiencias culturales auténticas y en la exploración de destinos con rica historia y patrimonio (Salazar, González, & Macías, 2020).

Según Bonomi (2022), la importancia de las interacciones con las comunidades locales y la inmersión en sus tradiciones y modos de vida como elementos esenciales para los viajeros interesados en el turismo cultural.

2.1.3.0. Teoría del Flujo:

Esta teoría se adentra en el concepto del "flujo", un estado mental en el que las personas están completamente inmersas en una actividad, sintiéndose plenamente comprometidas y satisfechas, es decir, no solo aporta una perspectiva intrigante sobre la experiencia del viajero, sino que también ofrece una ventana hacia un estado mental deseado que trasciende la actividad turística en sí misma (Güipe, 2022).

Desde una perspectiva social, tiene implicaciones valiosas, primero y ante todo, promueve la idea de experiencias significativas y enriquecedoras, en un mundo donde la atención y el tiempo se han convertido en recursos preciados, la capacidad de crear momentos en los que las personas se sumergen por completo en actividades puede contribuir a un mayor bienestar individual y colectivo.

Según Arias & Caraballo (2012), su búsqueda puede servir como un motor para la innovación y la creatividad en la industria turística, los destinos y las empresas que diseñan experiencias que permiten a los viajeros alcanzar el flujo no solo pueden mejorar la satisfacción del cliente, sino también fomentar la reputación y la demanda continua.

Para Naranjo & Martínez (2022), en esta teoría se introduce la noción de flujo como un estado óptimo de experiencia, además plantean que los viajeros buscan activamente alcanzar este estado de flujo durante sus experiencias turísticas. No obstante, también se indica que dicha teoría puede no ser adecuada para todos los

contextos turísticos y que puede haber otros factores que influyan en la satisfacción del viajero.

Tabla 1. Postulados y críticas de la teoría del flujo.

Principales Postulados de la Teoría del Flujo	Críticas hacia esta Teoría
Búsqueda de experiencias inmersivas y comprometedoras para los viajeros.	Posibilidad de que no todas las experiencias turísticas sean propicias para alcanzar el estado de flujo.
Importancia de la satisfacción y el placer en la experiencia de flujo.	Falta de consideración de otros factores, como expectativas y motivaciones del viajero, en la búsqueda de experiencias satisfactorias.
Equilibrio entre habilidades del viajero y desafíos de la actividad turística.	La idea de que el flujo puede ser subjetivo y difícil de medir o definir de manera consistente.
Logro de un estado mental donde el tiempo pasa rápidamente y la concentración es máxima.	

Fuente: Naranjo & Martínez (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

2.1.3.1 El emprendimiento

La importancia del emprendimiento en la industria productiva es innegable debido a ello no solo se trata de crear negocios, sino también de impulsar la innovación y la creatividad en los servicios, productos y experiencias (Gutama & Jiménez, 2019).

El emprendimiento turístico fomenta la diversificación, permitiendo que los propietarios de restaurantes exploren nuevas propuestas y segmentos de mercado, esto puede ser particularmente relevante ya que tiene un fuerte impacto en el desarrollo local.

Según Mintini (2012), la colaboración también juega un papel importante en el emprendimiento turístico debido a que los emprendedores a menudo establecen asociaciones con otros actores del sector para ofrecer experiencias más completas y atractivas para los viajeros, este enfoque puede no solo beneficiar a los negocios individuales, sino también a la comunidad en su conjunto.

El emprendimiento implica el procedimiento de idear, formar y llevar a cabo novedosas concepciones, ideas, productos o servicios con el propósito de producir valor y crear un efecto económico, social o cultural. Incluye la disposición para asumir riesgos y la habilidad para reconocer posibilidades en el mercado o en la sociedad y convertir esas oportunidades en realidades concretas (Alzate, 2017).

En una perspectiva más amplia, no se restringe únicamente a la instauración de recientes compañías, sino que también abarca la innovación en el seno de organizaciones ya existentes y la ejecución de iniciativas que provocan modificaciones importantes, puede mostrarse en variadas esferas, tales como los negocios, la tecnología, la ciencia, la educación, la salud y el arte, etc.

Se pueden encontrar las siguientes teorías:

- Teoría del Emprendimiento Basado en Recursos.
- Teoría del Emprendimiento Social.
- Teoría de la Red Social.
- Teoría del Ecosistema Emprendedor.

2.1.3.2 Teoría del Emprendimiento Basado en Recursos.

Los cimientos de esta teoría han sido establecidos por autores prominentes en el campo, entre los que destaca Jay Barney argumentando que los recursos internos, como conocimientos, habilidades, tecnologías patentadas y relaciones, son cruciales para la capacidad de una empresa de sobresalir en un entorno competitivo (Avila, 2021).

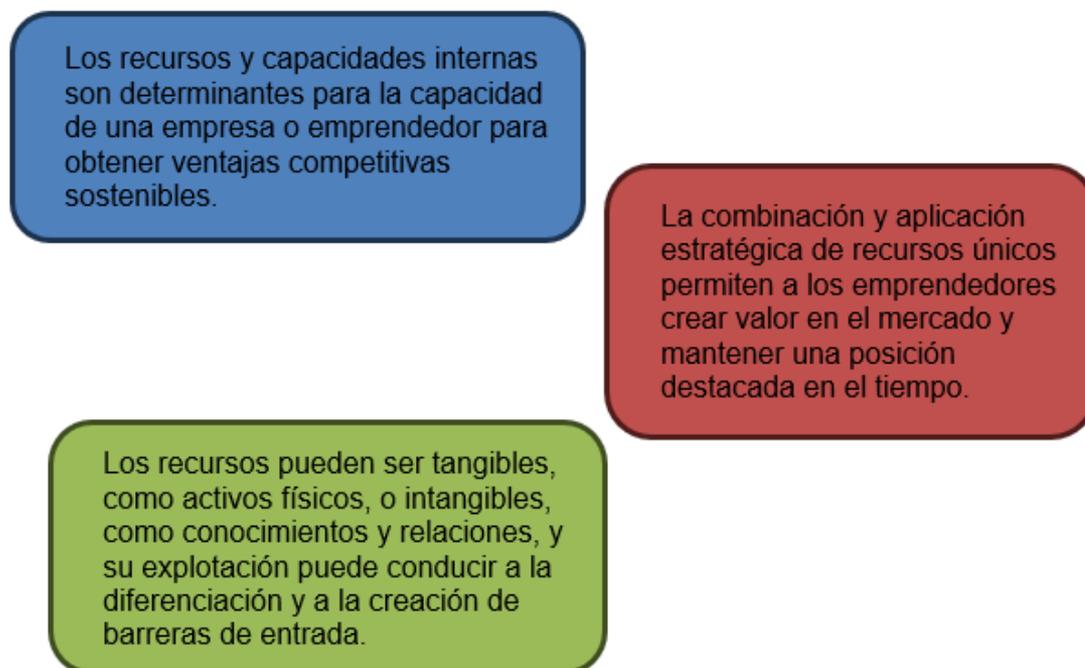
La teoría postula que los emprendedores no solo identifican oportunidades de mercado, sino que también despliegan sus recursos estratégicamente para

capitalizar esas oportunidades, al aprovechar al máximo sus recursos y capacidades únicas, los emprendedores pueden establecer barreras de entrada para competidores y crear una ventaja sostenible en el mercado.

Sin embargo, para Palacios & Ruiz (2020), esta teoría no está exenta de críticas, algunos académicos han planteado que puede ser demasiado simplista al centrarse únicamente en los recursos internos de la empresa, pasando por alto factores externos que también pueden influir en el éxito, además, la medición y evaluación precisas de los recursos y su impacto en la ventaja competitiva pueden resultar desafiantes.

De acuerdo con Terán & Guerrero (2020), las principales proposiciones que se presentan en la teoría son:

Figura 1. Proposiciones de la teoría del Emprendimiento Basado en Recursos



Fuente: Naranjo & Martínez (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

2.1.3.3 Teoría del Emprendimiento Social.

Esta perspectiva innovadora examina cómo los emprendedores pueden abordar problemas sociales y ambientales a través de soluciones empresariales. Uno de los autores preeminentes en esta teoría es Ashoka, una organización sin fines de lucro que se dedica a apoyar a emprendedores sociales en todo el mundo (Labarcés, 2015).

La Teoría argumenta que los emprendedores pueden ser motores de cambio al abordar desafíos como la pobreza, la educación deficiente y la degradación ambiental a través de modelos de negocios innovadores. Aquí hay tres argumentos clave que respaldan esta teoría:

- **Soluciones Innovadoras:** Los emprendedores sociales a menudo diseñan modelos de negocios creativos que resuelven problemas sociales arraigados de manera más eficiente y efectiva que las soluciones tradicionales. Esto puede llevar a mejoras tangibles en la calidad de vida de las comunidades y la sostenibilidad del medio ambiente.
- **Sostenibilidad a Largo Plazo:** La Teoría del Emprendimiento Social promueve la idea de que las soluciones empresariales pueden ser sostenibles a largo plazo. A través de modelos de negocio que generan ingresos, los emprendedores pueden reinvertir en su misión social sin depender en gran medida de financiamiento externo.
- **Colaboración Multiactoral:** Los emprendedores sociales suelen trabajar en colaboración con diversas partes interesadas, como gobiernos, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales. Esta colaboración multidisciplinaria puede potenciar el impacto y facilitar la implementación de soluciones integrales.

2.1.3.4 Teoría de la Red Social.

Esta teoría ha sido explorada por destacados autores en el ámbito de la sociología y la economía. Entre ellos, Mark Granovetter ha desempeñado un papel fundamental al examinar cómo las redes sociales pueden facilitar la obtención de recursos, información y oportunidades (Moreno, Sariago, & Ávila, 2020).

Sostiene que las relaciones entre personas, grupos y organizaciones tienen un valor inherente. Aquí hay tres argumentos clave que conectan esta teoría con la industria del turismo:

- I. **Influencia en la Toma de Decisiones:** La dinámica participativa de las redes sociales adquiere un papel preeminente al condicionar la toma de decisiones de los potenciales viajeros. Las recomendaciones emanadas de conexiones sociales, ya sean amistades cercanas o contactos en línea, no solo constituyen una influencia significativa, sino que se erigen como factores determinantes en la elección de destinos específicos, modalidades de alojamiento y la configuración global de experiencias que configuran el itinerario del viajero perspicaz.
- II. **Colaboración y Experiencias Compartidas:** Las redes sociales facultan a los individuos que se desplazan geográficamente a compartir sus vivencias de manera instantánea, este fenómeno conlleva la capacidad de desencadenar un efecto de recomendación virtual, donde las revisiones y las imágenes compartidas por otros viajeros son determinantes.
- III. **Colaboración Empresarial:** En el ámbito empresarial, las redes pueden ser esenciales para establecer alianzas y colaboraciones, emprendedores en el sector turístico pueden conectarse con otros actores, como agencias de viajes, hoteles y proveedores de servicios, para ofrecer paquetes integrales y experiencias más enriquecedoras.

Sin embargo, esta teoría también ha sido esencia de ataques, argumentan que puede sobrevalorar el papel de las conexiones sociales en detrimento de otros factores, como la calidad de los productos y servicios, medir con precisión el impacto de las redes sociales en los resultados empresariales puede ser un desafío (Hidalgo, 2015).

Podría estar otorgando un peso excesivo a las conexiones sociales como el factor determinante en el éxito empresarial, lo que podría resultar en la minimización de otros aspectos cruciales, por ejemplo, aunque las redes sociales pueden ser influyentes en la toma de decisiones de los consumidores, la calidad real de los

productos y servicios sigue siendo una variable fundamental en el éxito a largo plazo, esta crítica sostiene que las relaciones personales no deben ser el único criterio evaluativo, y que la excelencia en la oferta debe mantenerse como una prioridad.

2.1.3.5 El emprendimiento y el turismo

El cruce entre la innovación empresarial y la industria turística, surge una interacción dinámica que redefine la manera en que exploramos el mundo y se crean nuevas oportunidades económicas dando lugar a un panorama en constante evolución.

El emprendimiento, en su esencia, es el proceso de concebir y llevar a cabo nuevas ideas, productos o servicios con la intención de generar valor y crear un impacto económico, social o cultural, por otro lado, el turismo es una industria global que involucra la movilidad de personas en busca de experiencias, aventuras y culturas únicas, a medida que estas dos fuerzas convergen, se generan oportunidades excepcionales tanto para los emprendedores como para los destinos turísticos (Aguirre & Flores, 2018).

Para Amador (2022), en primer lugar, el emprendimiento en el turismo impulsa la innovación en experiencias y servicios, los emprendedores en este campo están siempre en búsqueda de maneras únicas de atraer a los viajeros y brindarles vivencias memorables, desde aplicaciones móviles que facilitan la planificación de viajes hasta servicios de turismo sostenible, estas iniciativas emprendedoras enriquecen la forma en que exploramos nuevos lugares.

Un ejemplo elocuente de esta interacción es la tendencia de los viajes de experiencia, donde emprendedores crean actividades inmersivas que van más allá de lo tradicional, los viajeros pueden participar en talleres culinarios con chefs locales, rutas de senderismo guiadas por expertos en ecología o incluso convivir con comunidades indígenas para sumergirse en su cultura, estas iniciativas no solo ofrecen nuevas oportunidades para los emprendedores, sino que también enriquecen la oferta turística de los destinos.

En segundo lugar, comienza en escalas locales y se expande a nivel global, los emprendedores en áreas remotas o menos tradicionales pueden desencadenar un auge turístico al crear propuestas únicas, por ejemplo, una comunidad costera puede aprovechar su herencia cultural y culinaria para emprender y atraer a viajeros en busca de autenticidad, esta convergencia de emprendimiento y turismo no solo genera ingresos para los locales, sino que también contribuye a la revitalización de áreas subdesarrolladas.

Además, los emprendedores comprometidos con el impacto positivo pueden impulsar proyectos que beneficien a las comunidades locales y al medio ambiente, iniciativas como la construcción de alojamientos ecológicos, la promoción de turismo cultural responsable y la inversión en infraestructuras sostenibles han demostrado ser pilares de esta interacción.

Por consiguiente se puede decir que la fusión del emprendimiento y el turismo crea una sinergia poderosa que reconfigura la forma en que se viaja, experimenta y crea oportunidades económicas, a través de la innovación, la diversificación y el compromiso social, los emprendedores están dando forma al futuro de la industria turística, y a su vez, los destinos turísticos se benefician al atraer a viajeros ávidos de autenticidad y experiencias únicas, siendo que dichas actividades se complementan mutuamente para construir un panorama global de descubrimiento y desarrollo.

2.2 Marco Legal

2.2.1 Constitución de la República del Ecuador (2008).

Conforme a la Constitución ecuatoriana, en el artículo 283, que caracteriza al sistema económico del Ecuador como una estructura económica social y cooperativa, en la que el individuo es el agente y propósito, además su propósito es asegurar la creación y repetición de las circunstancias tanto tangibles como intangibles que permitan el avance del país, fundamentado en la estimulación de políticas gubernamentales que aseguren el acceso al préstamo y financiamiento por parte del sector estatal y privado, para los proyectos de pequeños y medianos

empresarios y/o microempresarios (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Tabla 2. Artículos de la Constitución de la República del Ecuador.

Artículo	Detalle
Art. 276. núm. 2	Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
Art. 283	El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.
Art. 325	El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores

Fuente: Constitución de la República del Ecuador (2008).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

Conforme a la Constitución ecuatoriana, en el artículo 283, que caracteriza al sistema económico del Ecuador como una estructura económica social y cooperativa, en la que el individuo es el agente y propósito, además su propósito es asegurar la creación y repetición de las circunstancias tanto tangibles como intangibles que permitan el avance del país, fundamentado en la estimulación de políticas gubernamentales que aseguren el acceso al préstamo y financiamiento por parte del sector estatal y privado, para los proyectos de pequeños y medianos empresarios y/o microempresarios (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En relación a este asunto, es imperativo que el sistema económico se amalgame y ajuste en las formas de estructura económica gubernamental, privada, combinada, comunitaria y cooperativa, así como otras que la Constitución estipule, como la herramienta legal para la ejecución de los planes de emprendimiento social, en base a una economía solidaria y popular que se regirá conforme a las normas y contendrá a las esferas cooperativas, asociativas y locales, las cuales son los protagonistas esenciales en la edificación del ámbito microempresarial y empresarial con fines de progreso productivo.

2.2.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Tabla 3. Artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Artículo	Detalle
Art. 1.	Se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital
Art. 15. Sector Comunitario	Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, promulgada en concordancia con los preceptos estipulados en los artículos 283, 309 y 311 de la constitución ecuatoriana, donde se concede primacía a la aplicación de políticas gubernamentales para la instauración de un sistema económico cooperativo y social, y la indicación de la estructura financiera pública y privada del sector económico para adoptar propuestas de financiamiento a pequeñas, medianas y microempresas; ha configurado los escenarios políticos, económicos y legales que posibilitan que todos aquellos individuos emprendedores puedan obtener las facilidades esenciales para el acceso al financiamiento de proyectos que den lugar a oportunidades laborales y avance económico, en línea con la promoción del Estado (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

2.2.3 Código del Trabajo.

El Código del Trabajo, también reconoce el empleo como un derecho fundamental y una responsabilidad compartida, traza una conexión directa entre la actividad laboral y su influencia en diversos aspectos de la vida cotidiana, recae así en el deber del Estado y sus leyes en vigor asegurar oportunidades laborales donde se salvaguarde la integridad de las personas, con remuneraciones y compensaciones adecuadas, y la ejecución de labores saludables, en consonancia con esto, en el ámbito del emprendimiento en el sector turístico, se encuentran beneficios fiscales en la declaración tributaria que deben llevar a cabo las empresas derivadas de la actividad emprendedora en este dominio (Código de trabajo, 2020).

Tabla 4. Artículos del Código del Trabajo.

Artículo	Detalle
Art. 2.	El trabajo es un derecho y un deber social.
Art. 36	El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajado

Fuente: Código de trabajo (2020).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

2.2.4 Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno.

El reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno establece reglas sobre cómo calcular los impuestos relacionados con los ingresos de trabajo, para hacerlo, se considera todo el dinero que se gana, tanto lo normal como lo extra, pero se restan ciertos gastos y descuentos, en el caso de los sueldos que la gente gana en trabajos dependientes, también se tienen en cuenta algunos aspectos específicos (Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, 2021).

Tabla 5. Artículos del Reglamento para aplicación a la LORTI.

Artículo	Detalle
Art. 21.	Gastos de viaje, hospedaje y alimentación. -No están sujetos al impuesto a la renta los valores que perciban los funcionarios, empleados y trabajadores, de sus empleadores del sector privado, con el fin de cubrir gastos de viaje, hospedaje y alimentación (...)
Art. 23	-Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para los emprendimientos turísticos y asociativos (...). Los emprendimientos turísticos de micro, pequeñas y medianas empresas de turismo comunitario y/o asociativo, deben estar registradas previamente en el catastro que para este objeto deberá mantener el ente rector en materia de turismo.
Disposiciones transitorias Vigésima Séptima	Se considerarán gastos por turismo interno los pagados por servicios de: (...) Servicios de alimentos y bebidas no alcohólicas, entendiéndose como tales, a los servicios gastronómicos en restaurantes, bares y similares, donde se expendan alimentos y/o bebidas no alcohólicas para consumo humano, adquiridos por las personas naturales durante sus actividades turísticas

Fuente: Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno (2021).
Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

En términos de su implementación, las inversiones frescas y provechosas deben llevarse a cabo en áreas apartadas de las zonas urbanas del Cantón Quito o

el Cantón Guayaquil, y enmarcarse en los sectores económicos específicos que el Estado considera de gran importancia. Por lo tanto, la iniciativa emprendedora en el Cantón Santa Elena se ajusta de manera idónea a las leyes tributarias que garantizan su exención.

2.2.5 Ley de Turismo

Tabla 6. Artículos de la Ley de turismo.

Artículo	Detalle
Art. 3	<p>Son principios de la actividad turística, los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; (...)
Art. 4	<p>La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo
Art. 5	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; (...)

Fuente: Ley de turismo (2014).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

Esta ley tiene el propósito de establecer las reglas legales para impulsar, desarrollar y regular el turismo, define las responsabilidades del gobierno, así como los derechos y deberes de las empresas turísticas y de las personas que viajan. De

igual manera, se concreta al turismo como todas las actividades relacionadas con viajar a lugares diferentes al de la residencia usual, sin intención de establecerse permanentemente en esos lugares (Ley de turismo, 2014).

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

El abordaje de la presente investigación adopta un enfoque integral mixto, combinando el análisis cuantitativo y cualitativo, en la vertiente cuantitativa, se lleva a cabo un estudio de campo en el pintoresco cantón costero de San Pablo, en este proceso, se recopilan los datos de encuestas y se someten a una minuciosa tabulación (Bernal, 2010).

Esta meticulosa clasificación de la información se realiza de manera sistemática, con el propósito de arribar a conclusiones coherentes, así mismo se identifica las relaciones existentes entre las diversas variables que inciden en la prosperidad económica de la comuna ya mencionada.

En paralelo, el enfoque cualitativo nos brinda una valiosa perspectiva descriptiva que se ajusta a los requisitos específicos de la investigación, en consonancia con los fundamentos teóricos previamente expuestos.

3.2 Alcance de la investigación

La presente indagación científica se inicia en una fase de tipo exploratoria en la que se establece y examina minuciosamente el panorama que abrazan los visionarios propietarios de los restaurantes en el idílico enclave costero de San Pablo, a medida que se avanza en este viaje investigativo, se torna cada vez más descriptiva, revelando en detalle las facetas esenciales que configuran la actividad de la comuna (Universidad Latinoamericana, 2017).

La investigación tiene un alcance descriptivo debido a su capacidad para proporcionar una visión detallada y comprensiva de la situación de los propietarios de restaurantes en la comuna, de la misma forma esta metodología busca describir

las características, propiedades y demás comportamientos que para el presente es el desarrollo socioeconómico.

3.3 Técnicas e instrumentos para obtener datos

En el proceso de llevar a cabo la investigación acerca de los emprendedores dueños de restaurantes en la región costera de San Pablo, se hizo imperativo establecer estrategias que facilitaran la obtención de datos concernientes a cada uno de los parámetros predefinidos, estos datos enriquecen la comprensión de las múltiples facetas que rodean a cada variable considerada en el estudio.

Para efectuar esta recopilación de información, se emplearon enfoques tanto cuantitativos como cualitativos, a continuación, se describen con detalle las técnicas utilizadas en cada uno de estos enfoques.

Encuesta: Esta valiosa metodología se erige como una herramienta esencial, al permitirnos recolectar información directamente de los dedicados anfitriones de los restaurantes en la apacible zona costera de San Pablo, un minucioso cuestionario fue administrado a un grupo de ochenta y cuatro entusiastas responsables del servicio turístico en esta encantadora localidad, las preguntas estratégicamente diseñadas buscaron arrojar luz sobre la gestión turística que actualmente impera en San Pablo, desentrañando sus secretos y desafíos.

Entrevista: Este método de investigación de índole cualitativa despliega un espacio en el que el investigador y el protagonista de los restaurantes a lo largo de la pintoresca costa de San Pablo entablan un intercambio profundo, aquí, el investigador actúa como guía de la conversación, brindando al entrevistado la libertad de expresar sus perspectivas y vivencias de manera auténtica.

Para llevar a cabo este tipo de diálogo, se diseña un conjunto de preguntas abiertas que sirven como hoja de ruta para el diálogo, estas preguntas, se dirigen para explorar la gobernanza local y sus competencias en la búsqueda del desarrollo de la región.

Focus group: Conocido también como "reunión focal", esta técnica de exploración cualitativa se centra en la recopilación de percepciones y opiniones de los apasionados dueños de los restaurantes en la idílica zona costera de San Pablo, en este contexto, se destaca la importancia de mencionar que este evento de reflexión congrega a influyentes participantes, cada uno representando una faceta única del sector turístico, entre ellos se artesanos, pescadores, miembros de la comunidad y autoridades locales.

Por ello, las preguntas son diseñadas con precisión, con el propósito de sondear las perspectivas de los invitados acerca de la planificación y gestión turística vigente en San Pablo, este encuentro es una oportunidad para que estos entusiastas actores expresaran sus valiosas percepciones y experiencias en la promoción de este pintoresco destino costero.

3.4 Población y muestra

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), la población es la amalgama de individuos que componen el núcleo central de interés en nuestro estudio, destacando que estos individuos comparten rasgos y experiencias comunes, en el contexto de esta investigación, bajo este aspecto la población se centra en el amplio tejido humano que da vida a la encantadora comuna costera de San Pablo.

De acuerdo al Sistema de Rentas Internas (2023), la comuna posee una Asociación de propietarios de cabañas, cevicherías y restaurantes de la comuna san pablo ruta del spondylus, la cual contiene 22 socios, esto puede ser comprobado también por los estudios de Tenempaguay (2019) y Vera (2019). Otro aspecto particular, en Soriano (2020), a través de una meticulosa recopilación de datos, ha identificado a un total de 84 individuos que realizan labores del servicio al turismo, distribuidos de la siguiente manera: 77 son dedicados dueños de restaurantes y 7 que provienen del ámbito de la hostelería, todos ellos brindan sus servicios en el idílico rincón costero de San Pablo y desempeñan roles clave en la gestión y operación de hostales y establecimientos de restauración, todos ellos registrados debidamente ante las autoridades competentes.

Por tanto, la población queda definida en 84 personas que se dedican a esta actividad y que pueden ser pertenecer a alguna asociación.

La muestra en una población finita, se define bajo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Z: parámetro de confianza 1.96

N=84

P=0.5

E= 0.05

Q= 0.5

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 84}{0.05^2(84 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = 70$$

De acuerdo al cálculo, la muestra queda definida en 70 personas.

CAPITULO IV

PROPUESTA O INFORME

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos de la metodología explicada en el capítulo anterior, y que está acorde con el objetivo de planteado el cual busca exponer el desarrollo socioeconómico de los propietarios de los restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo.

4.1 Presentación y análisis de los resultados

4.1.1 Características del Cantón Santa Elena

La comuna de San Pablo pertenece al Cantón de Santa Elena, dicho cantón tiene un total de 72.598 personas. De acuerdo al INEC (2022), brinda un total de 407 empleos con afiliación al seguro social en cuanto a la actividad de Alojamiento y servicios de comida.

Tabla 7. Generalidad del sector de Alojamiento y servicios de comida

Detalle	Valor
Habitantes	72598
N° de empresas	613
Empleo registrado	407
Ventas totales (en miles)	10.614

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

De acuerdo a la tabla 2, en el Cantón de Santa Elena hay un registro de 613 empresas que se dedican a esta actividad del turismo, que al año 2022, tuvieron ingresos de USD \$10.6 millones.

Tabla 8. Remuneración promedio del sector turístico.

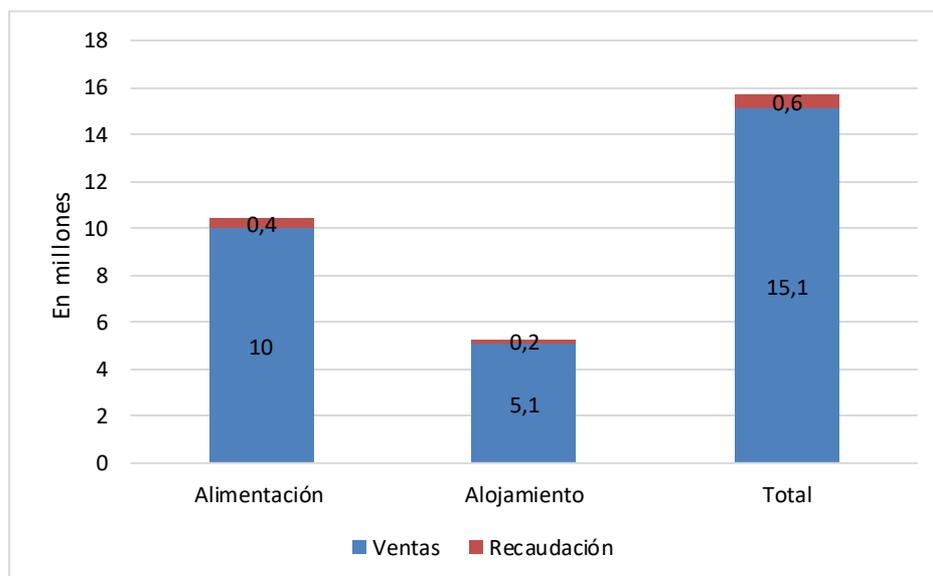
Año	Nacional	Cantonal
2019	474	430,7
2020	448	403,69
2021	467	413,6
2022	500	427,51

Fuente: Ministerio de Turismo (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

En la tabla 3, se muestra el promedio de la remuneración mensual que recibe un empleado que realiza sus labores en la actividad turística. Si bien, a nivel nacional al año 2022 tiene un valor de \$500, la misma solamente ha tenido un aumento desde el 2019 de \$26, sin dejar de mencionar su mayor caída en el 2020, el cual llegó a \$448 producto de las restricciones de circulación impuestas por la pandemia del coronavirus. Sin embargo, las remuneraciones mensuales promedio en el Cantón son menores a las del promedio nacional, al 2022 la diferencia es de \$73, mucho mayor incluso en el 2020, cuando la diferencia era de apenas \$44.31.

Figura 2. Ventas y recaudación del sector turístico en el Cantón Santa Elena.

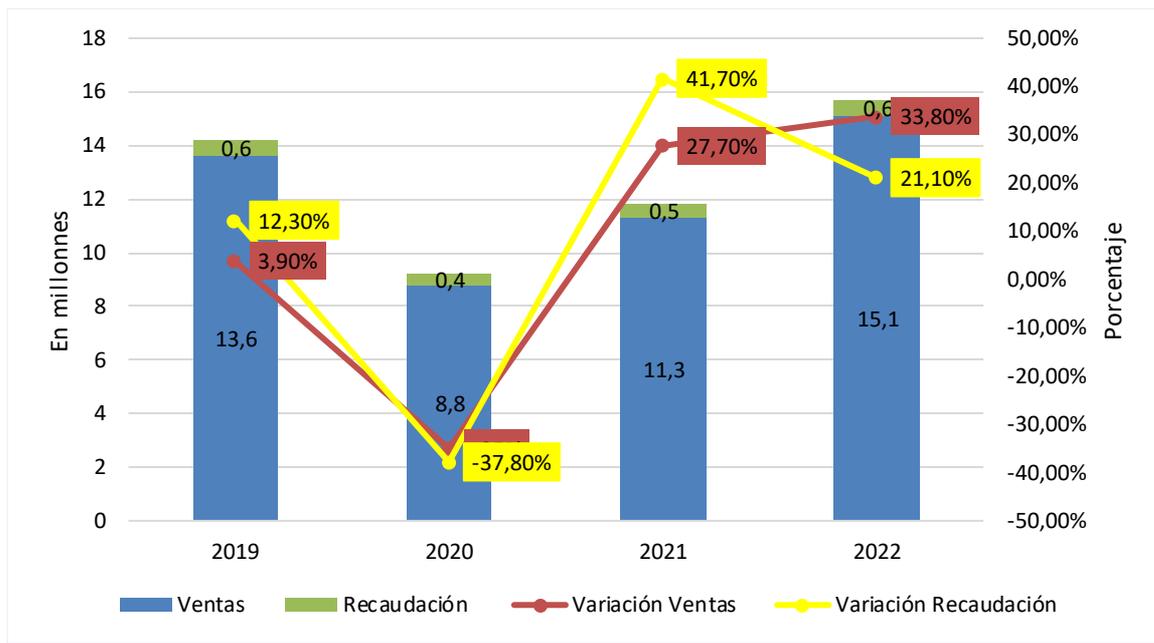


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

En la figura 2, se muestra el nivel de ventas del sector turístico en el cantón, se puede observar de manera desglosada que al año 2022, los servicios concernientes a la alimentación tuvieron ventas por USD \$10 millones, mientras que los servicios de alojamientos fueron de aproximadamente la mitad USD \$5,1 millones. De estos valores se pudieron recaudar USD \$0.6 millones, de los cuales USD \$0.4 millones pertenecen a la alimentación y USD \$0.2 al alojamiento.

Figura 3. Nivel de Ventas y recaudación anual



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022).

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

Con respecto a la figura 3, los niveles de venta son mayores recientemente en el año 2022, la recuperación con respecto al año 2021 fue del 33.8%, mayor a la del año 2020, donde el aumento fue de 27,7%. También se observa la relación directa entre el nivel de ventas con la recaudación tributaria. En la pandemia bajaron los niveles de venta en un 35%, lo mismo ocurrió con los niveles de recaudación, el cual obtuvo 200 mil dólares menos que en el 2019 (\$0.6 millones vs \$0.4 millones). Desde dicho año de mucha crisis, los servidores turísticos han tenido una recuperación anual promedio de USD \$3 millones.

Tabla 9. Gastos de turistas por feriado en la provincia de Santa Elena

Feriado	Gasto promedio	Viajes turísticos (miles de viajes)
Carnaval	\$81	234
Semana Santa	\$78	108
1ero de Mayo	\$56	90
24 de mayo	\$86	67
10 de agosto	\$43	88
9 de octubre	\$73	75
2 y 3 de noviembre	\$48	68
Navidad	\$61	25
Fin de Año	\$108	139
Total	Promedio \$70	894

Fuente: Ministerio de Turismo (2022).

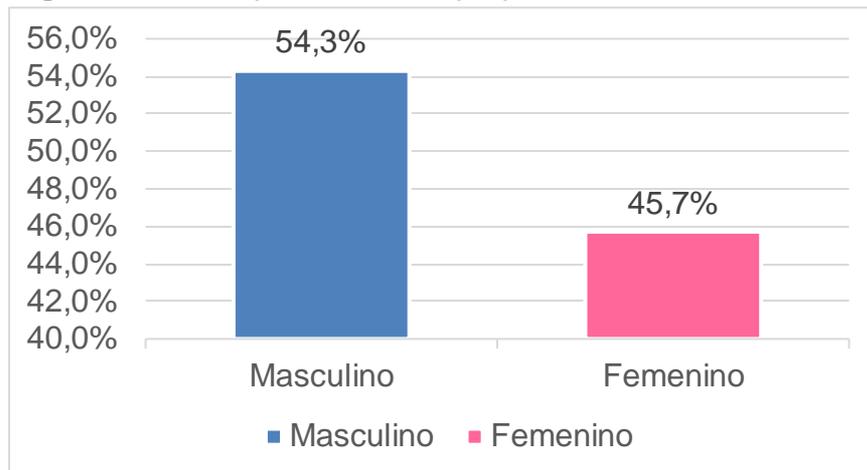
Elaborado por: Venegas, Catherine (2023).

Ahora bien, la tabla 4, detalla los gastos promedio de un turista nacional o extranjero y los números de viaje que realizan a la provincia de Santa Elena, en esta área, existe un mayor número de turistas para los feriados de Carnaval, fin de año y semana santa, con un total de viajes de 234 mil, 139 mil y 108 mil respectivamente; de la misma forma los gastos promedios por turista son de \$81, \$108 y \$78 respectivamente. Es decir, para fin de año, los turistas gastan más que en el resto de feriados.

4.1.2 Presentación de resultados de la encuesta.

Objetivo 1.- Identificar los factores que influyen en la estabilidad económica de los propietarios de los restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo.

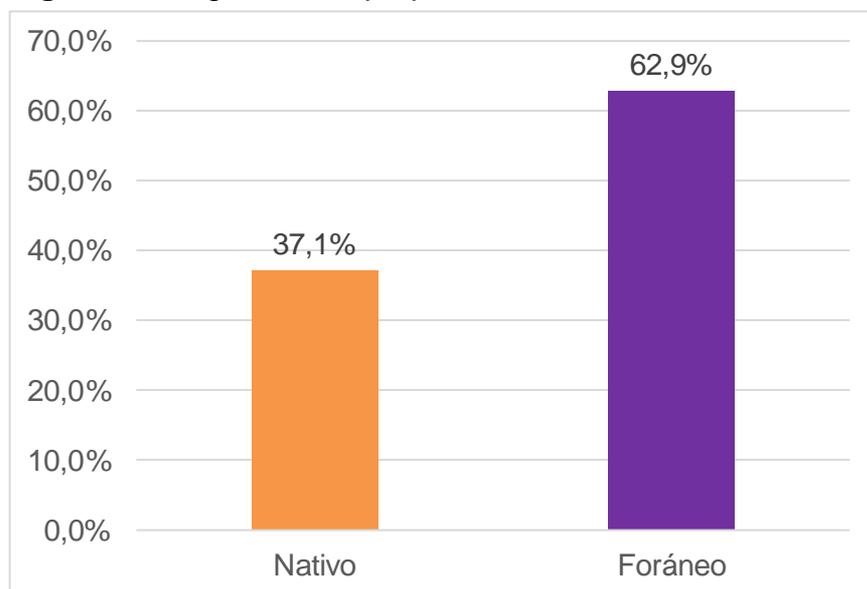
Figura 4. Participación de los propietarios de restaurantes por sexo.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Con la muestra realizada, se pudo determinar que, en cuanto al sexo de los propietarios de los restaurantes de la Comuna de San Pablo, 54,3% son hombres, mientras que un 45,7% son mujeres.

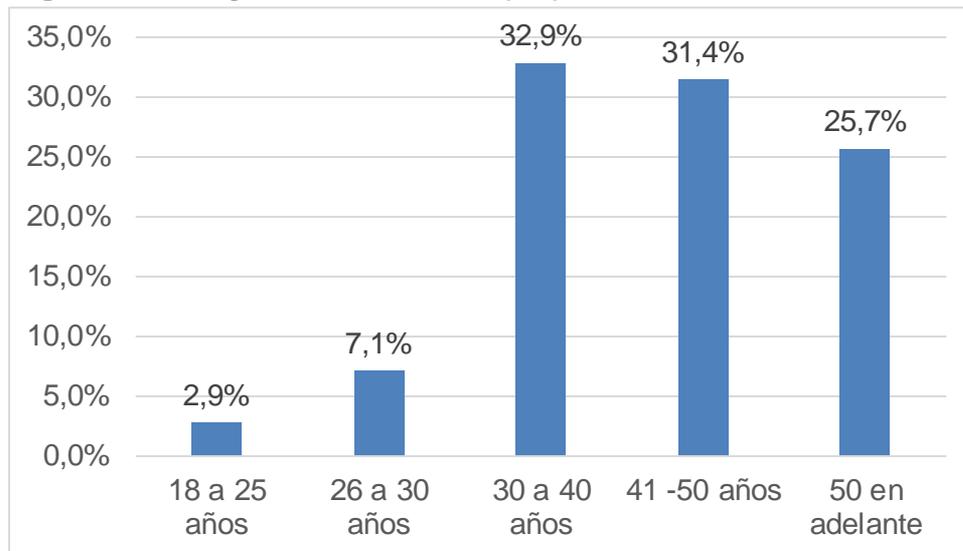
Figura 5. Origen de los propietarios de restaurantes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De la misma manera, tal como lo indica la figura 5, se pudo contemplar que a pesar de que los dueños de los restaurantes residen en la Comuna, ciertamente los orígenes de nacimiento de la mayoría corresponden con otra localidad, siendo así que un 62,9% son foráneos, mientras que un 37,1% son nativos oriundos del sector.

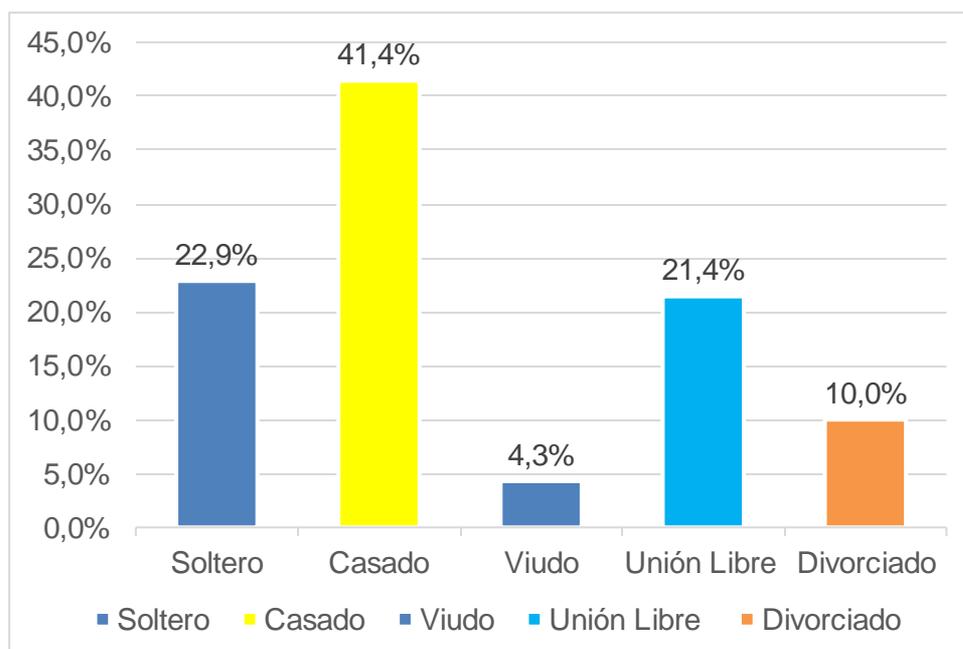
Figura 6. Rangos de edad de los propietarios de restaurantes



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

La figura 6, permite observar que el 90% de los propietarios tienen una edad mayor a los 30 años, de hecho, donde más se concentra la edad está particularmente entre los rangos 30 a 40 años y 41 a 50 años, con una participación del 32.9% y 31.4% respectivamente. En un 25,7% son mayores a los 50 años, y por otro lado, los más jóvenes que comprenden una edad menor a los 30 años representan el 10% total.

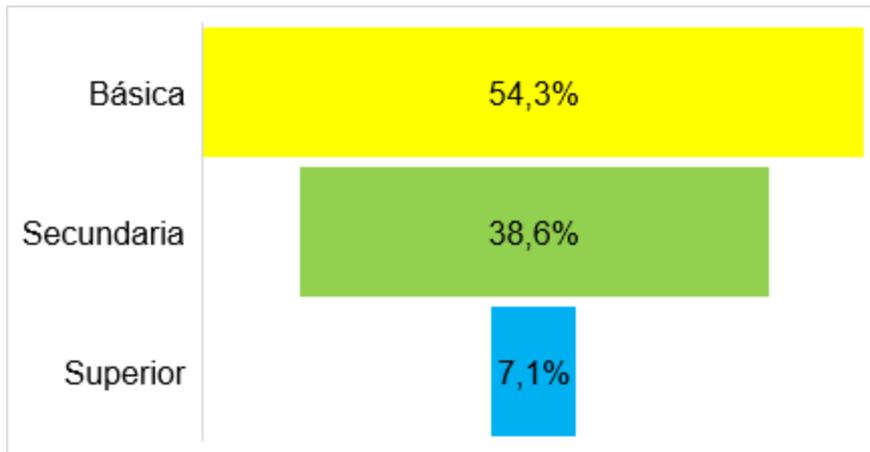
Figura 7. Estado civil de los propietarios de restaurantes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De igual manera, con la figura 7, se puede observar que de acuerdo al estado civil el 41,4% de los encuestados tienen un matrimonio formal, y un 21.4% son personas que están en unión libre. Por otro lado, el 22.9% son personas que están solteras mientras que solo un 10% están divorciados, y el 4.3% son personas que están viudas.

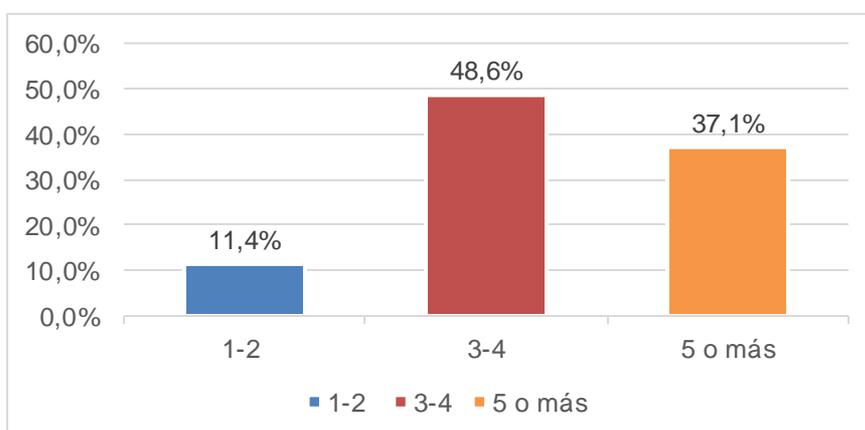
Figura 8. Instrucción de los propietarios de restaurantes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

En cuanto al nivel de instrucción, los propietarios, más de la mitad de los propietarios tienen una formación básica, estos conforman un 54,3%; por otro lado, los de nivel secundario representan el 38.6% y solo un 7,1 % tienen un nivel de instrucción superior. Un aspecto a destacar es que, si bien existen propietarios de instrucción superior, al momento de la recolección de datos supieron considerar que los mismo son herencia de un familiar.

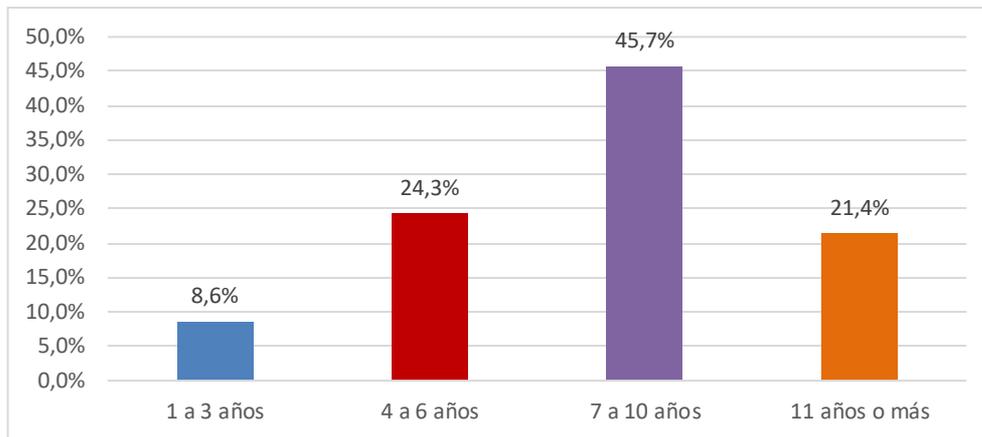
Figura 9. Número de personas que conforman el hogar.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De acuerdo a la figura 9, los hogares de los propietarios de las cabañas particularmente tienen en un 48,6% entre 2 a 4 miembros en el hogar y un 37,1% son hogares con 5 o más miembros, mientras que solo un 11,4% de los hogares son propietarios que con al menos 1 o dos personas.

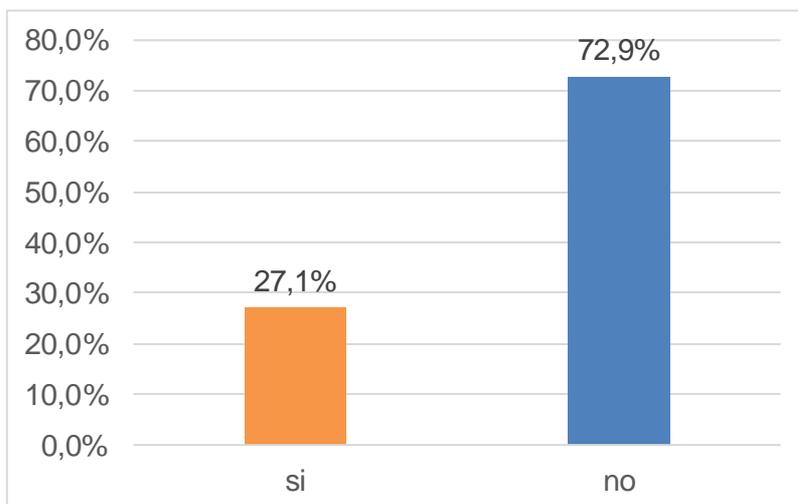
Figura 10. Tiempo de los propietarios de restaurantes en el servicio de turismo.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Cuando se observa el tiempo de establecimiento en el negocio, un 45,7% son propietarios que tienen llevan entre 7 a 10 años en la comuna realizando esta actividad, un 24,3% tienen entre 4 a 6 años. Así mismo solo un 8,6% de los propietarios tienen menos de 3 años, mientras que un 21,4% tienen más de 11 años. Una de las razones por las cuales los propietarios tienen menos de 4 años en dedicarse a esta labor es por situaciones provenientes de la pandemia en el 2020.

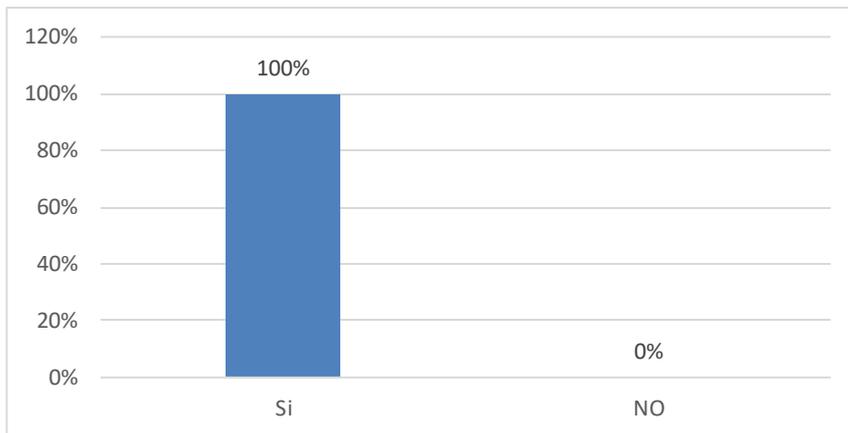
Figura 11. Pertenencia a alguna asociación.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De acuerdo a la figura 11, solamente un 27,1% de los propietarios pertenecen a una Asociación comunera, tal como la Asociación de pescaderos o la Asociación de Comuneros de restaurantes en San Pablo, mientras que un 72,9% no pertenecen a alguna asociación.

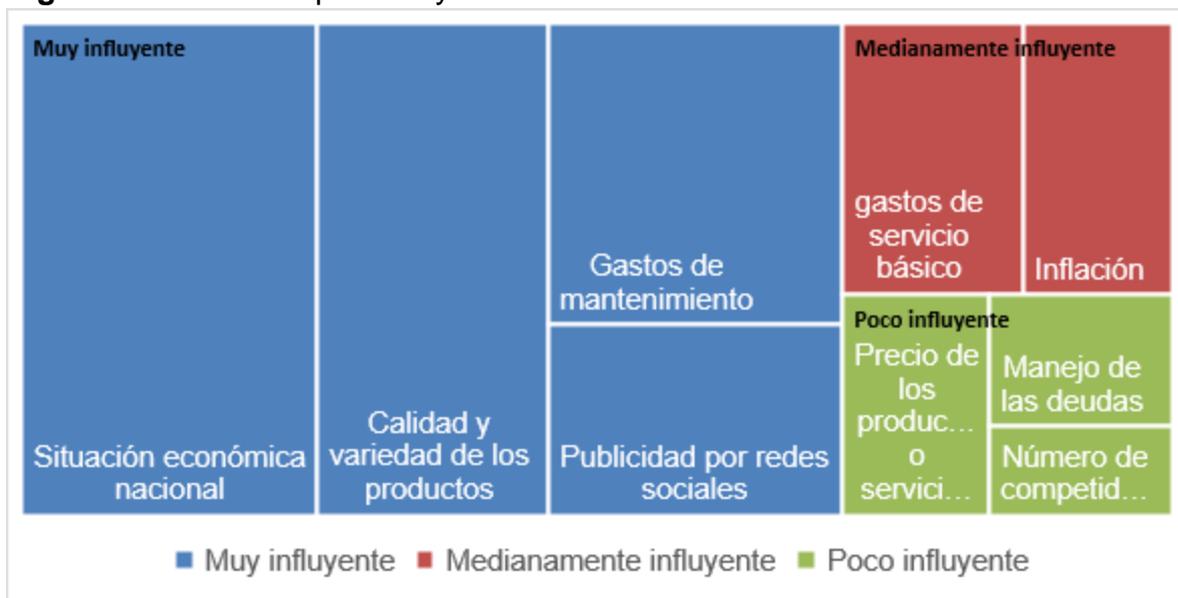
Figura 12. Posesión Registro Único Contribuyente.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Con la figura 12, se puede determinar que todos los propietarios de los restaurantes en San Pablo actualmente declaran impuestos al Sistema de Rentas Internas puesto que tienen activo el registro único del contribuyente o se manejan con el RIMPE.

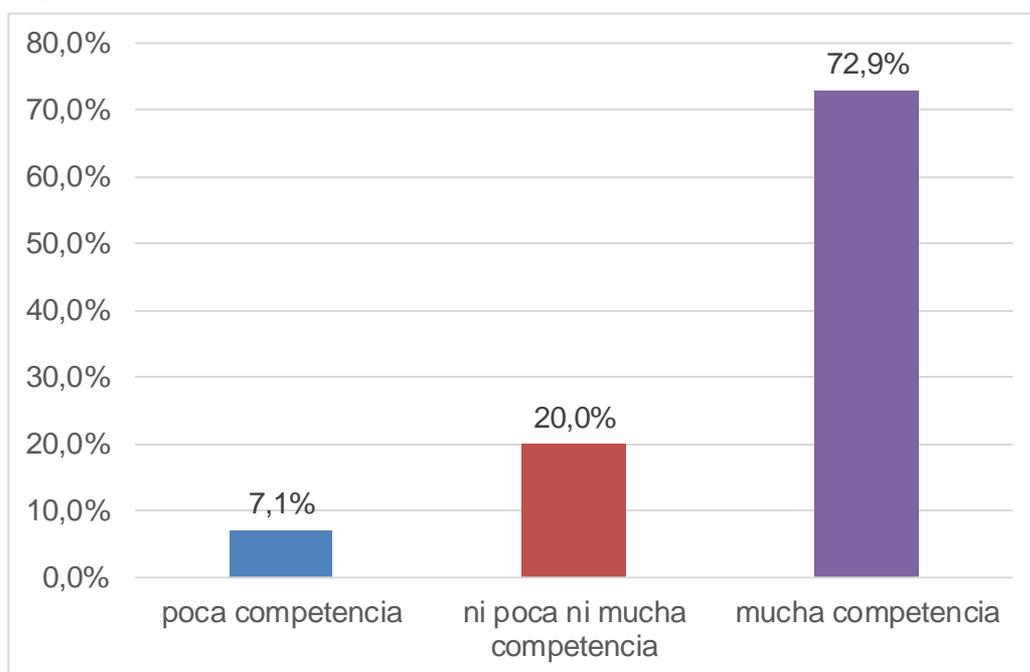
Figura 13. Factores que influyen en la actividad económica.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

En la figura 13, aquellos factores que los propietarios consideran muy influyentes para la estabilidad económica de sus hogares, en primer lugar, se sitúa la situación económica nacional, así mismo debido a la competencia consideran vital también la calidad de sus productos como la publicidad que se le brinde a estos servicios en la comuna de San Pablo, así como el manejo de los gastos asociados a la preparación de los productos. De igual manera consideran medianamente influyente el aumento de los precios y los gastos de servicios básicos, por último, debido a que la zona de los locales de restauración se ubica a pocos metros de la playa consideran poco influyente el precio de los productos como el número de los competidores.

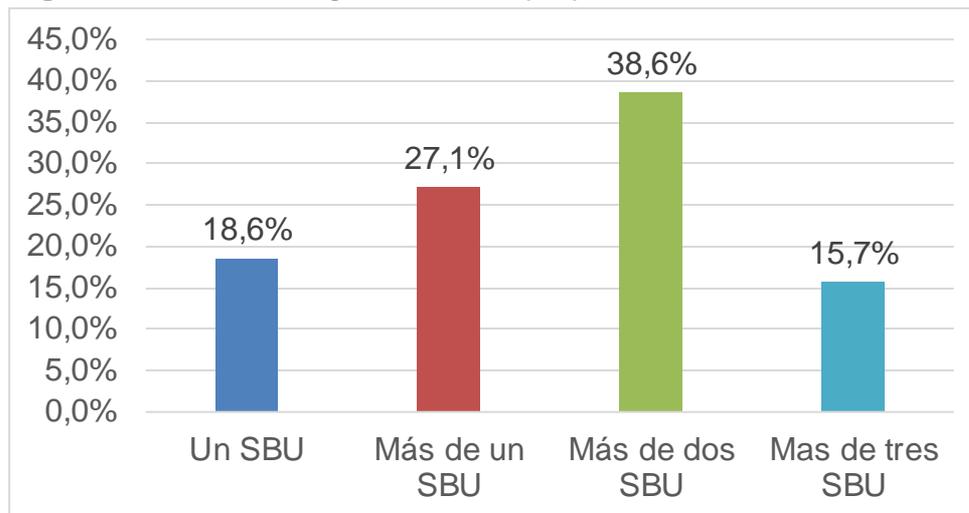
Figura 14. Evaluación de la competencia.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Una de las características de los propietarios de los restaurantes en la comuna es que a pesar de que consideran de que el nivel de competencia es alto (72.9%), por factores obvios a la posición de sus competidores, no les genera mucho malestar, el 20% opina que hay una competencia mediana, mientras que solo un 7,1% opinan que hay poca competencia, una de las consideraciones relevantes es que el lugar turístico puede potenciarse, sin embargo, en los últimos años, no se ha podido realizar.

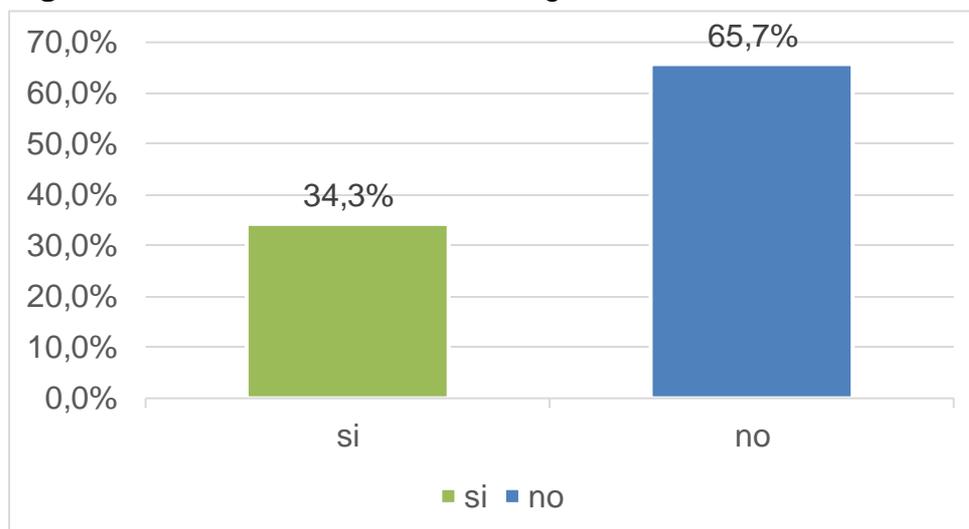
Figura 15. Nivel de ingresos de los propietarios de restaurantes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

En el gráfico 15, se puede observar que el 65.7% de los propietarios ganan más de un SBU (27.1%) y más de dos SBU (38.6%), mientras que alrededor del 18.6% son propietarios que tienen ingresos de un SBU. Además solamente el 15.7% tienen ingresos que superan tres SBU, una de las grandes ventajas es la posición del lugar y los atractivos a simple vista de los usuarios.

Figura 16. Consideración nivel de ingresos.



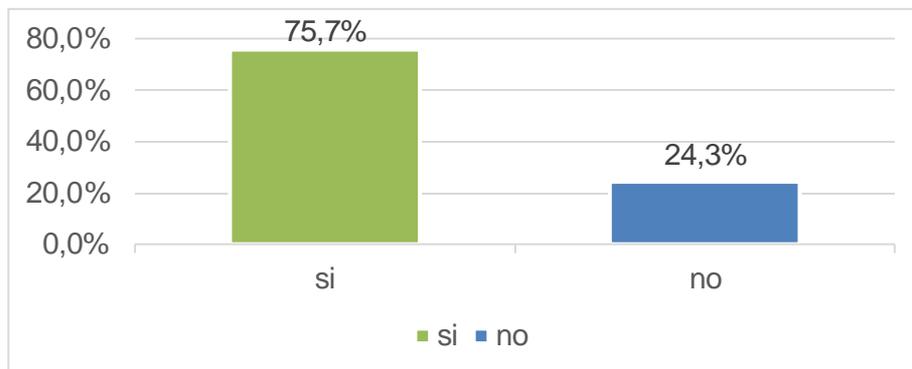
Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De acuerdo a la figura 16, los propietarios de los restaurantes de la comuna consideran que en cuanto a la mejora de sus ingresos, estos no se han visto muy beneficiados, el 65,7% de ellos, consideran que no han tenido mejoras y un 34.3%

consideran lo contrario, aquí se pone a detalle la situación nacional del país, por un lado la falta de seguridad, la falta de conexión con entidades gubernamentales y la poca colaboración con la promoción del corredor turístico la cual es el lugar en donde se acentúan.

Objetivo 2.- Analizar la demanda turística de los propietarios de restaurantes en el sector playero de la Comuna de San Pablo durante los últimos años.

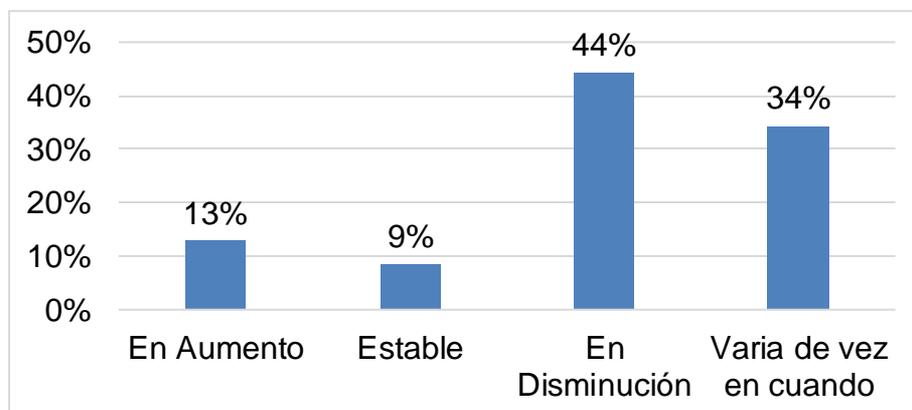
Figura 17. Consideración cambio en la afluencia de clientes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De acuerdo a la figura 17, los propietarios responden en un 75.7% que, si han tenido cambios en la afluencia de los comensales que solían llegar como destino a su zona comercial, mientras que un 24,3% no ven muchos cambios en los últimos años a excepción de la pandemia, ya que gradualmente consideran ha ido aumentando, pero en el último tiempo volvió a caer la demanda del turismo en este sector.

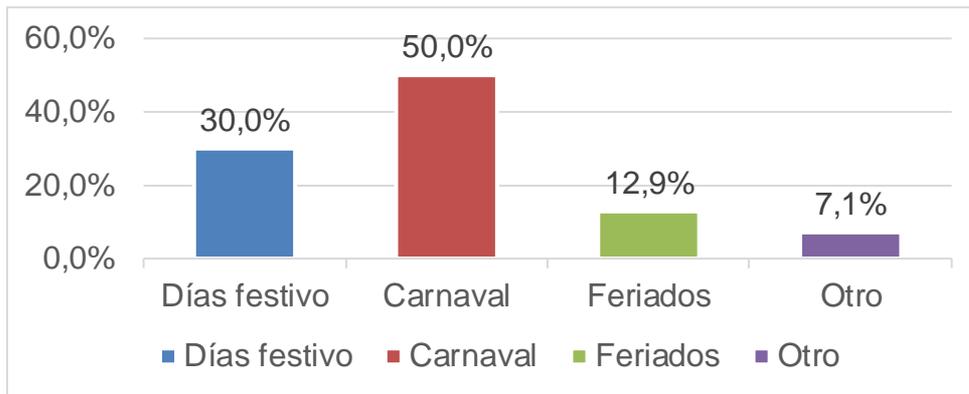
Figura 18. Consideración sobre la tendencia de los clientes.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Por otro lado, lo mismo dueños de estos restaurantes, de acuerdo a la figura 18, en un 44% consideran que la afluencia turística ha bajado y por ende existen otros factores que no pueden controlar el cual permite la disminución de los turistas nacionales o extranjeros en la comuna, por otro lado el 34% consideran que varía de vez en cuando por las festividades del año, mientras que solo un 9% considera la demanda estable, a pesar de ello, un 13% considera que ha habido un ligero incremento en comparación con otros años.

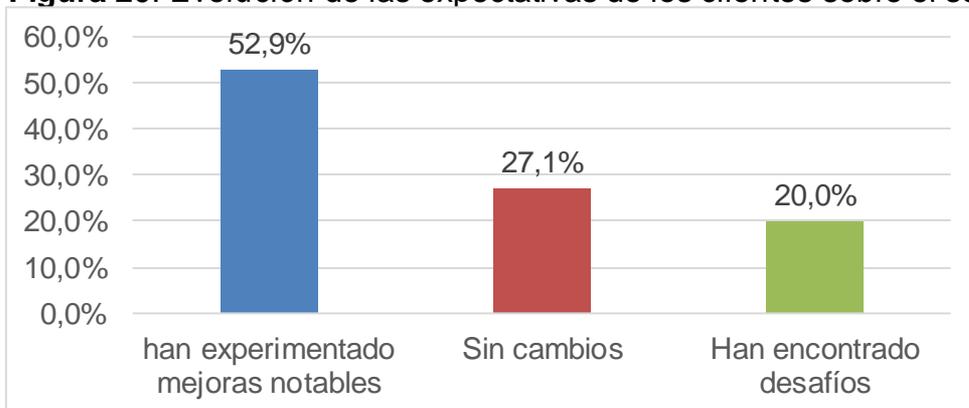
Figura 19. Temporadas con mayor afluencia de turistas.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Con la figura 19, se puede determinar que el feriado de carnaval es que permite mayores ingresos para los propietarios, un 50% de los encuestados consideran que esta fecha del año es la más importante; por otro lado, un 30% están de acuerdo en que hay otros días festivos como semana santa que también son importantes, mientras que un 12,9% consideran otros feriados como los de navidad y fin de año.

Figura 20. Evolución de las expectativas de los clientes sobre el servicio turístico.

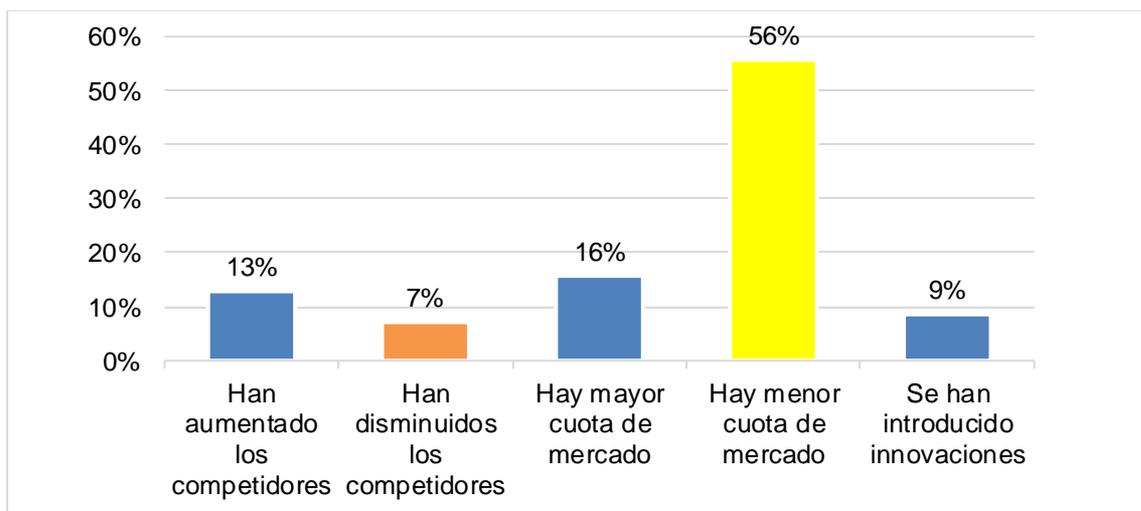


Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

De acuerdo a la figura 20, un 52.9% de los propietarios consideran que actualmente los clientes han experimentado mejoras en cuanto a servicio que ellos brindan con productos más frescos, puesto que, al ser una actividad comercial en la zona playera, mejoran la entrega del producto con una asistencia más rápida, así como también han implementado mejoras de infraestructuras por sí mismos en los locales. Un 27,1% no han considerado mayores cambios de los clientes, mientras que el 20% restante, consideran que los clientes han tenido algunos desafíos, los cuales se asocian con los niveles de seguridad y bienestar en la comuna.

Objetivo 3. - Describir los principales desafíos y oportunidades que enfrentan los propietarios de los restaurantes en la Comuna de San Pablo, a través del cuestionario relacionado para la recolección de datos.

Figura 21. Consideración sobre los cambios observados en la competencia.



Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Se puede observar en la figura 21, que la mayoría (56%) de los encuestados cree que hay una menor cuota de mercado en la zona en los últimos años, esto podría indicar una percepción de saturación del mercado o una disminución en las oportunidades comerciales. Un 16% opina lo contrario, que hay una mayor cuota de mercado, en cuanto a la competencia, un 13% piensa que ha aumentado mientras un 7% cree que ha disminuido, esto podría reflejar una mayor diversidad de ofertas o una mayor rivalidad entre los comerciantes, además un 9% menciona la introducción de innovaciones como un cambio observable, lo que podría señalar una

adaptación a las nuevas demandas o una búsqueda de ventajas competitivas con los demás propietarios de las cabañas.

Finalmente, los propietarios de las cabañas supieron reconocer ciertas dificultades que encuentran en sus actividades como residentes de la comuna:

- No hay una jurisdicción específica dentro de la comuna que permita una mayor articulación entre los propietarios con un ente gubernamental para la promoción turística local y a su vez elabore un plan que dinamice aún más los servicios del turismo y que como resultado sean beneficiados los restaurantes playeros.
- Existe una insuficiencia de normativas que respalden y aporten a la actividad del turismo.
- No hay proyectos o programas de forma periódica que responda ante la disminución de la demanda de clientes, de manera que no permite que puedan abastecerse del mismo volumen de turistas que sean comparables con las de los días festivos.
- No tienen apoyo económico, por lo que deben autogestionarse para realizar alguna actividad que contribuya al turismo local.
- En la actualidad, el aumento de la delincuencia, crimen organizado y los efectos que estos conllevan, no permiten que realicen sus labores de manera que garantice su seguridad.

CONCLUSIONES

San Pablo, ubicada en el Cantón de Santa Elena, destaca por sus actividades turísticas, siendo los servicios de comida su principal oferta. Hasta el año 2022, estas actividades generaron ventas por USD \$10 millones, consolidándose como la principal fuente de ingresos en las áreas turísticas. En la presentación del proyecto se abordaron los aportes teóricos relevantes sobre el impacto del turismo en la Comuna de San Pablo, incluyendo teorías como el desarrollo económico, el capital humano y el turismo de masas. Destaca que la mayoría de propietarios de restaurantes en la Comuna son casados (41%), de unión libre (21.4%) y solteros (22.9%), con un 48% de hogares que tienen entre 3 y 4 miembros; más del 50% posee educación básica, y el 45.7% tiene una experiencia en el negocio de 7 a 10 años. Solo el 27.1% pertenece a alguna asociación comunera.

El 100% de los propietarios tiene activo su Ruc o RIMPE. Los factores que afectan la estabilidad económica incluyen la situación económica nacional, la publicidad en medios masivos, la calidad de los productos y los gastos de producción. Aunque enfrentan competencia cercana, los ingresos generados no han sido suficientes; el 65.7% se siente insatisfecho por la falta de mayores ingresos a lo largo del tiempo, esto se debe en parte a que solo el 38.6% tiene ingresos superiores a dos SBU, mientras que el 27.1% gana un poco más de un SBU. Solo el 15.7% de los propietarios logran más de 3 SBU, indicando que una pequeña proporción considera que sus ganancias son adecuadas.

La demanda de servicios turísticos muestra variaciones estacionales, siendo las temporadas de carnaval, semana santa, fin de año y otros días festivos específicos las de mayor afluencia. El 75.7% de los propietarios percibe un cambio en la afluencia turística, siendo un 44% pesimista sobre una disminución, mientras que solo el 9% considera que la afluencia es estable. La estabilidad se encuentra principalmente en la innovación de productos y en la mejora de la infraestructura de los restaurantes, reflejando inversiones realizadas por los propios dueños.

Los propietarios de restaurantes enfrentan desafíos como la disminución de oportunidades comerciales, la rivalidad entre ellos y la dificultad para adaptarse a nuevas demandas, a pesar de esto, no hay una articulación efectiva con entidades gubernamentales para mejorar la infraestructura en la zona playera. La falta de planificación turística, la autogestión limitada y la dependencia de días festivos son problemas adicionales. La situación económica del país, junto con factores como la falta de seguridad y la ausencia de acciones para mejorar la capacidad económica, también influyen en la situación actual de los propietarios.

RECOMENDACIONES

Una vez obtenida las conclusiones del proyecto, se realizan las siguientes recomendaciones a determinadas entidades del Estado.

- El Ministerio de Turismo debe desarrollar e implementar una estrategia de promoción integral que destaque los atractivos únicos del sector playero de la Comuna de San Pablo.
- Al presidente de la Asociación de Cabañeros que fomente alianzas con otros negocios, empresas de turismo y tiendas de productos regionales, para crear sinergias y ofrecer a las visitantes experiencias más completas.
- A la Cámara de Turismo de Santa Elena apoyar la creación y promoción de eventos turísticos que atraigan a visitantes, como festivales culturales, competencias deportivas o eventos temáticos.
- Los propietarios de los restaurantes deben incentivar a los visitantes a crear y compartir su propio contenido sobre la Comuna y la zona playera, ya sea a través de fotografías, videos o reseñas, en los medios de difusión masiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2016). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México, D. F.: Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Aguirre, J., & Flores, M. (2018). El emprendimiento en Latinoamérica. Un impacto diferenciable para el crecimiento económico entre países de la región. *Espacios*, 2-16. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p02.pdf>
- Alburquerque, F. (2004). El enfoque del desarrollo económico local. Cuaderno de capacitación . *Organización Internacional del Trabajo*, 1-84. https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_del_0.pdf
- Alcañiz, M. (2008). El desarrollo local en el contexto de la globalización. *Convergencia*, 285-315.
- Altamira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 677-710.
- Alzate, A. (2017). *Emprendimiento*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1>
- Amador, Y. (2022). El ciclo de vida de los destinos turísticos. *Vida Científica*, 40-41 . https://www.researchgate.net/publication/342783231_La_teoria_del_Ciclo_de_Vida_de_los_Destinos_Turisticos_El_caso_de_Tandil
- Arias, F., & Caraballo, A. (2012). El turismo de salud, Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Dialnet*, 72-98.

- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449.
- Asamblea Nacional. (2012). *Código de trabajo*. Registro Oficial Suplemento 167. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 32-48. https://www.researchgate.net/publication/353518572_La_evolucion_del_concepto_emprendimiento_y_su_relacion_con_la_innovacion_y_el_conocimiento
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson Education.
- Bonomi, E. (2022). *Modelos territoriales de turismo cultural*. Madrid: Oficina de Turismo de Toscana. https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2022/06/Herramienta_106_PS_Modelos-territoriales-turismo-cultural-Toscana.pdf
- Butler, R. (2017). *Entorno turístico*. Artículos académicos de turismo: <https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/>
- Calvache, J., Jácome, V., & Gallardo, P. (2015). Los impactos generados por el turismo en la parroquia Mindo, cantón San Miguel de los bancos, provincia de Pichincha, Ecuador. *Sinapsis*, 1-19.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Provincia*, 53-76. <https://www.redalyc.org/pdf/555/55500804.pdf>
- Cardoso, F., & Enzo, F. (1969). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. México DF: CEPAL.

- Carrandi, M., & Hernández, A. (2022). *La nueva era del turismo: de la experiencia a las emociones*. México D.F.: Ideas Llyc.
https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2022/03/220322_Nueva_Era_Turismo_M%C3%A9xico.pdf
- Castillo, D., Arzate, J., & Arcos, I. (2019). *Precariedad y desaliento laboral de los jóvenes en México*. Ciudad de México: siglo xxi .
- Damián, A., Hernández, A., Garzón, E., & Bellon, D. (2022). Desde la sostenibilidad hasta el desarrollo sustentable: Una radiografía de la evolución del concepto. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1536-1550. <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/200>
- Decreto Ejecutivo 374. (2021). *Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno*. Quito: Asamblea Nacional.
<https://impuestosecuador.com/wp-content/uploads/2021/04/Reglamento-para-la-Aplicacion-de-la-Ley-de-Regimen-Tributario-Interno-RLRTI.pdf>
- Díaz, Á., & Torrent, J. (2015). *Difusión del conocimiento (spillover), empresas industriales medianas y pequeñas (PYMES) y productividad: lecciones de la crisis económica en España*. Madrid: Fundación SEPI.
<https://www.fundacionsepi.es/investigacion/publicaciones/documentosTrabajo/WP5.pdf>
- Dvoskin, N. (2022). Heterogeneidad estructural, subdesarrollo y dependencia. Los entramados histórico-teóricos del desarrollismo tardío latinoamericano. *CEC*, 61-84. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8301238.pdf>

Escamilla, R. (2020). Turismo y dependencia en México: el trabajo en la ciudades turísticas de Quintana Roo. *Península*, 31-54.

<https://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v15n2/1870-5766-peni-15-02-31.pdf>

Escobedo, A. (20 de Noviembre de 2018). *Entorno Turístico*.

<https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>

Espinosa, B., Esteves, A., & Pronko, M. (2018). *Mundos del trabajo y políticas públicas en América Latina*. Quito: Flacso.

https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1215274641.las_politicas_activas_del_mercado_por_miriam_rodriguez_3.pdf

Fernández, C. (2021). El desarrollo sostenible y la teoría del derecho internacional. *Iberoamerican*, 54-77.

Fundación para el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal e Institucional de Centroamérica y El Caribe. (2009). *Guía Práctica para el Agente de Desarrollo Local de Centroamérica y República Dominicana*. San José: Fundación DEMUCA.

https://www.cepal.org/sites/default/files/guia_agentes_demuca.pdf

García, B., Reinares, E., & Armelini, G. (2013). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *aDResearchESIC*, 76-93.

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/article/download/8403/8653/>

Gil, F. (2020). El estudiante como actor racional: objeciones a la teoría del capital humano. *Estudio*, 315-327.

<https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:0cf98838-0228-4194-8be8-1033e9be1a11/re3061000494-pdf.pdf>

Güipe, J. (2022). Teoría del flujo o "flow" y su efecto en el talento humano durante pandemia COVID-19. *InvestUBA*, 1-12.

<https://revistasuba.com/index.php/INVESUBA/article/view/243>

Gutama, M., & Jiménez, P. (2019). *“El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura.* Cuenca: Universidad de Cuenca.

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPREENDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>

Gutiérrez, R. (2021). La focalización. Génesis y desarrollo de un concepto. *El Pez y la Flecha. Revista de Investigaciones Literarias*, 113-136.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* México D.F.: Mc Graw Hill.

Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 1-8.

<https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>

INEC. (2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* Visualizador del registro estadístico de empresas:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLThiYzYtNDE0NzFmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>

Jaramillo, U. (2021). *El Turismo en el Cantón Sucre, Provincia de Manabí y su Impacto económico en la Población. Periodo 2016-2020.* Guayaquil:

Universidad de Guayaquil.

<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9d540b78-53df-4e3c-b80e-b88d35f4ab01/content>

Kohan, N. (2022). *Teorías del Imperialismo y la Dependencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe-IEALC.

<http://iealc.socials.uba.ar/wp-content/uploads/sites/57/2022/06/Teorias-del-Imperialismo-y-de-la-Dependencia.pdf>

Labarcés, C. (2015). Aspectos de innovación schumpeteriano: el emprendimiento, el perfil del empresario en el contexto social. *Dictamen Libre*, 73 - 80.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/download/3082/2492/4931>

Labrunée, M. (2018). El Crecimiento y el Desarrollo. *Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 1-17.

<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2883/1/labrunee-2018.pdf>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). *Registro Oficial 444*. Quito: Asamblea Nacional.

Lupiáñez, L., Priede, T., & López, C. (2014). El emprendimiento como motor de la economía. *Colaboraciones*, 55-63.

Maya, G. (2016). Ochenta Años de la Teoría General 1936-2016. *Ensayos de economía*, 13-34. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6289132.pdf>

Maynard, J. (1943). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/Teor%C3%ADa%20gen

eral%20de%20la%20ocupaci%C3%B3n,%20el%20inter%C3%A9s%20y%20e
l%20dinero%20-%20%20John%20Maynard%20Keynes.pdf

Ministerio de turismo. (2022). *Turismo en cifras*.

<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/visualizador-ventas/>

Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones.

Fundamentos y aspectos territoriales, 23-30.

<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/Economia Industrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADa%20Minnit.pdf>

Montoya, A., Quiroga, J., & Torrent, J. (2022). El capital humano en América Latina:

Una caracterización desde los niveles de educación. *Revista Lasallista a de Investigación*, 277-298.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8895917.pdf>

Moré, E. (2022). Croquis paradigmático de la Teoría de la Modernización. Una

perspectiva desde la economía del desarrollo. *Revista ADGNOSIS*, 1-27.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8703311.pdf>

Moreno, A., Sariego, I., & Ávila, R. (2020). el enfoque de redes aplicado a los

destinos turísticos: de la competencia a la concurrencia para la mejora de la competitividad. *Turydes*, 53-64.

Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes

y clasificación. *Visión general*, 135-158.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Myrdal, G. (1979). *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*. México D.F.:

México: Fondo de Cultura Económica.

- Naranjo, R., & Martínez, A. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros*, 406-422.
<https://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335/288>
- Novales, A. (2022). Modernización de la Administración Pública. *Policy paper*, 1-27.
<https://www.ucm.es/icei/file/fpp2022-01-modernizacion-de-la-administracion-publica>
- Organización Internacional del Trabajo. (2016). *Resolución sobre las estadísticas del trabajo, la ocupación y la subutilización de la fuerza de trabajo*. OIT.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms_501591.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. Madrid: OMT. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421404>
- Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 144-167.
<https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
- Ortega, C. (2015). *Análisis del impacto del turismo en la parroquia baños del cantón cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23552/1/ensayo.pdf>
- Palacios, E., & Ruiz, S. (2020). El emprendimiento en américa latina: un análisis de su etimología, tipología y proceso. *Sinergia*, 47-58.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/2115/264>
- 1
- Peralta, L. (2022). *La recuperación del turismo como pilar del gran impulso para la sostenibilidad*. Santiago: Naciones Unidas.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48200/1/S2200928_es.pdf

Pilla, L. (2019). *El impacto socio-económico del turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad técnica de Ambato.

https://www.researchgate.net/publication/345455647_El_impacto_socio-economico_del_turismo_en_la_parroquia_Salasaka_canton_Pelileo_Provincia_de_Tungurahua

Ruiz, G. (2020). El turismo de masas como agente transformador de la ciudad: urbanismo. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 188-206.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7764930.pdf>

Salazar, B., González, A., & Macías, A. (2020). el turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Rosa dos Ventos*, 406-428.

<https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492009/html/>

Sistema de Rentas Internas. (2023). *SRI en línea*. <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>

Soriano, J. (2020). *Gestión del turismo. Caso comuna San Pablo, provincia de Santa Elena*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5369>

Tenempaguay, D. (2019). *La calidad de servicio de la asociación de cabañas, restaurantes y cevicherías Ruta del Spondylus de la comuna San Pablo, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5132>

- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 7-23.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Tobar, L. (2022). El turismo, su influencia en la economía del Ecuador. *Notas de EconomIUS*, 1-14. <https://ius-sdb.com/wp-content/uploads/2022/09/NOTAS-DE-ECONOMIA-EL-TURISMO-UPS-Ecuador.pdf>
- Universidad Latinoamericana. (2017). *Investigación Exploratoria*. Ciudad de México : Universidad Latinoamericana.
http://practicaprofesionales.ula.edu.mx/documentos/UOAONLINE/Maestria/MAN/HRM558/Publicaci%C3%B3n/Semana_3/Estudiante/HRM558_S3_E_Inv_explo.pdf
- Vera, J. (2019). *El impacto de la estacionalidad en el desarrollo económico de los negocios de restauración de la asociación Ruta del Spondylus en la comuna San Pablo, año 2018*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5092>
- Vilacis, J., & Guaita, A. (2022). *La incidencia del capital humano en el crecimiento económico del Ecuador en el período 2000-2018*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/36180>

Anexos

Anexo 1. Provincia de Santa Elena

Gastos de turistas por feriado nacional	Gasto promedio	Viajes turísticos (miles de viajes)
Carnaval	\$81	234
Semana Santa	78	108
1ero de Mayo	56	90
24 de Mayo	86	67
10 de Agosto	43	88
9 de Octubre	73	75
2 y 3 de Noviembre	48	68
Navidad	61	25
Fin de Año	108	139
Total	Promedio \$70	894

Fuente: Ministerio de Turismo (2022)

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Anexo 2. Ventas y recaudación del sector turístico en el Cantón Santa Elena

Ventas del sector turístico en el Cantón de Santa Elena (en millones)	Ventas	Recaudación
Alimentación	10	0,4
Alojamiento	5,1	0,2
Total	15,1	0,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022)

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Anexo 3. Nivel de Ventas y recaudación anual

Años	Ventas	Variación Ventas	Recaudación	Variación Recaudación
2019	13,6	3,90%	0,6	12,30%
2020	8,8	-35%	0,4	-37,80%
2021	11,3	27,70%	0,5	41,70%
2022	15,1	33,80%	0,6	21,10%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022)

Elaborado por: Venegas, Catherine (2023)

Anexo 4. Encuesta

Encuesta dirigida a los propietarios de los restaurantes de la zona playera de la Comuna San Pablo		
SEXO		Nivel de educación
Masculino		Básica
Femenino		Secundaria
		Superior
Origen		Estado Civil
Nativo		Soltero
Foráneo		Casado
		Viudo
		Unión Libre
		Divorciado
Numero de personas que conforman su hogar incluida usted		
1-2		
3-4		
5 o más		
Cuál es el tiempo de funcionamiento del establecimiento?		
1 a 3 años		
4 a 6 años		
7 a 10 años		
11 años o más		
¿Pertenece a alguna asociación		
si		
no		

¿Posee Registro Único del Contribuyente o RIMPE?	
Si	
NO	
¿De los siguientes factores, cuáles considera más influyentes en la estabilidad económica de su restaurante?	
Gastos de mantenimiento	
Gastos de servicio básico	
Número de competidores	
o de los productos o servicios ofrecidos	
Inflación	
Publicidad por redes sociales	
Manejo de las deudas	
¿cómo evaluaría la intensidad de la competencia en el sector playero de la Comuna de San Pablo?	
poca competencia	
ni poca ni mucha competencia	
mucha competencia	
¿Cuánto gana al mes con el establecimiento?	
Menos de un salario básico_____	
Un SBU	
Más de un SBU	
Más de dos SBU	
Mas de tres SBU	
¿Ha mejorado su nivel de ingresos con su negocio? ¿por qué?	
si	
no	

¿Ha experimentado cambios en la afluencia de clientes en su restaurante durante los últimos años?		
si	<input type="checkbox"/>	
no	<input type="checkbox"/>	
¿Cómo describiría la tendencia de la afluencia de clientes en su restaurante durante los últimos años?		
En Aumento	<input type="checkbox"/>	
Estable	<input type="checkbox"/>	
En Disminución	<input type="checkbox"/>	
Varia de vez en cuando		
¿Cuáles son los meses o temporadas en los que su restaurante experimenta mayor demanda turística?		
Días festivo	<input type="checkbox"/>	
Carnaval	<input type="checkbox"/>	
Feriados	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	
¿Cómo ha evolucionado la expectativa de los clientes en términos de servicios y experiencias en los últimos años?		
han experimentado mejoras notables	<input type="checkbox"/>	
Sin cambios	<input type="checkbox"/>	
Han encontrado desafíos	<input type="checkbox"/>	
Otro: _____	<input type="checkbox"/>	

<p>¿Cuáles son los desafíos más significativos que ha enfrentado como propietario de un restaurante en el sector playero?</p>		
<p>¿Ha identificado oportunidades específicas para mejorar o expandir su negocio en la Comuna de San Pablo?</p>		
<p>En términos concretos, ¿cómo describiría los cambios observados en la competencia en la zona durante los últimos años?</p>		
Han aumentado los competidores		
Han disminuidos los competidores		
Hay mayor cuota de mercado		
Hay menor cuota de mercado		
Se han introducido innovaciones		