

Impacto Económico del Árbol de Navidad más Grande del Ecuador en los Emprendimientos - Cuenca 2022

<http://doi.org/10.53358/ideas.v6i2.997>

Catalina Astudillo Astudillo, Juan Parra Silva, Ma. Elena Villafuerte Pucha

Instituto Superior Tecnológico Universitario San Isidro

astudillocatalina@sanisidro.edu.ec, parrajuan@sanisidro.edu.ec, elenavillafuerte@sanisidro.edu.ec

Fecha de envío, enero 9/2024 - Fecha de aceptación, junio 10/2024 - Fecha de publicación, julio 15/2024

Resumen: Los atractivos turísticos de temporada se convirtieron en una fuente de trabajo y desarrollo económico, por ello, se crean espacios de entretenimiento en la época navideña. El objetivo del estudio es analizar el impacto económico del Árbol de Navidad más Grande del Ecuador en los emprendimientos ubicados en el parque Miraflores de la ciudad de Cuenca 2022. La metodología fue cuantitativa y cualitativa con alcance descriptivo y fenomenológico, con diseño de investigación no experimental de corte transversal, para recopilar información se empleó un cuestionario aplicado a una población de 43 emprendedores y una muestra aleatoria simple de 28 involucrados. Los resultados revelan que, el promedio de ingreso diario de los emprendedores está comprendido en menos de \$300, mientras que, mensualmente tienen el mismo ingreso, pero devengan valores de pago de servicios básicos e impuestos. En conclusión, las actividades generadas en los atractivos temporales potencian el turismo interno y los emprendedores se benefician porque se fortalecen sus ingresos económicos en el evento del árbol de navidad más grande del Ecuador.

Palabras Clave: Atractivos turísticos, Fortalecimiento económico, Emprendimiento, Turismo interno

Abstract: Seasonal tourist attractions became a source of work and economic development, which is why entertainment spaces are created during the Christmas season. The objective of the study is to analyze the economic impact of the Largest Christmas Tree in Ecuador on the enterprises located in the Miraflores park in the city of Cuenca 2022. The methodology was quantitative and qualitative with descriptive and phenomenological scope, with a non-experimental research design. cross-sectional, to collect information a questionnaire was used applied to a population of 43 entrepreneurs and a simple random sample of 28 involved. The results reveal that the average daily income of the entrepreneurs is less than \$300, while they have the same monthly income, but they earn payment amounts for basic services and taxes. In conclusion, the activities generated in the temporary attractions enhance domestic tourism and entrepreneurs benefit because their economic income is strengthened in the event of the largest Christmas tree in Ecuador.

Keywords: Tourist attractions, Economic strengthening, Entrepreneurship, Domestic tourism

Introducción

Cuenca, denominada la Atenas del Ecuador; es una ciudad llena de cultura y tradiciones, dentro de la cual se deslumbra por su esplendor en el mes de diciembre de cada año con las luces que alegran los hogares de las familias que elaboran la tradicional recreación del nacimiento del niño Jesús en Belén y con ello colocan el árbol de navidad como símbolo de fe y entusiasmo religioso; sin embargo en concordancia con lo que pasa al interno de las casas cuencanas; las calles, ríos y plazas de la ciudad se encienden, gracias al trabajo de la Fundación Iluminar, una empresa forjada en el 2002 con la participación de la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur, HIDROPAUTE S. A., ETAPA y la Municipalidad de Cuenca [7], con el objetivo el embellecer a la ciudad en épocas navideñas, y otras festividades locales para promover el turismo y con ello impactar en la economía de los habitantes de la ciudad [6].

En este contexto, la Fundación Iluminar en el año 2022 implementó el Árbol de Navidad más grande del Ecuador con una estructura de 41 metros, seis más que el año anterior [9], en el parque Miraflores, un lugar que regularmente acoge a familias y sobre todo deportistas que cuenta con un recorrido de aproximadamente 1,2 km. Debido a su accesibilidad y amplitud se propuso implementar elementos iluminados alusivos a la navidad, de manera en que la población pueda visitar, fotografiarse y compartir momentos en familia, además, se planificó que exista un espacio abierto para emprendimientos y de esta forma complementar la propuesta turística, con la oferta de productos y servicios que influirá en la socioeconomía de las/los emprendedoras/es y los comercios circundantes al parque.

Por consiguiente, este proyecto pretende establecer el impacto socioeconómico que se genera con la implementación del Árbol de Navidad más grande del Ecuador en los emprendimientos que presentaron sus productos en la feria convocada para tal evento; y para ello, se aplicaron entrevistas sobre su actividad previa al programa, así mismo, se indaga sobre sus ventas y condiciones durante la exposición y un cuestionario de las actividades que realizaran después de su participación junto al árbol de navidad. Todo esto con el fin de identificar los cambios, las amenazas y oportunidades que pudiera tener el grupo de estudio en concordancia con los fines con los que fue implementado este espacio de iluminación decorativa. Por lo tanto, se procura contar con la información necesaria para la toma de decisiones sobre futuras actividades y potenciar la incidencia económica a través de las actividades de ornamentación que realiza la Fundación Iluminar en la ciudad de Cuenca.

A pesar que el desarrollo de actividades turísticas son un referente de progreso económico, la realidad se tornó débil en el transcurso de la crisis sanitaria del COVID-19, generando pérdidas significativas a nivel laboral y por ende afectó al sector económico, por tal razón, las actividades de turismo tuvieron una pérdida significativa. En este contexto, la actividad con mayores pérdidas por causa de la pandemia fue el comercio, seguido de servicios y manufactura entre otros sectores de influencia económica [13]. En el caso Ecuador la crisis sanitaria significó un declive significativo en la economía del sector turístico porque la afección fue directa a los empresarios, emprendedores y todos los sectores de servicios y entretenimiento masivo, por ende, una vez que la pandemia se detuvo todos los sectores tuvieron que iniciar desde cero las actividades económicas, que en algunos casos la probabilidad de éxito fue nula [12].

Partiendo de lo anteriormente mencionado, este estudio se enfocó en analizar la influencia que generan los eventos de temporalidad en relación al turismo interno y su incidencia en la reactivación económica a través de la generación de espacios con actividades productivas que benefician a la sociedad en general, con el propósito de crear desarrollo productivo a nivel económico y a la vez actividades turísticas de acuerdo a fechas especiales, es decir se busca combinar actividades económicas con actividades de entretenimiento con un fin en común, enfocado en beneficiar a propios y extraños con el propósito de reactivar la economía.

Por tal motivo, desde el contexto teórico es necesario entender que este tipo de actividades que se menciona en el estudio, están referidas a atractivos turísticos temporales que ayudan a promover el turismo interno, por ello, al hablar de atractivos turísticos se hace referencia a lugares, eventos o elementos de interés que fomenta interés en los turistas y a la vez generan actividad económica y requieren infraestructura adecuada para el acceso, la intención es dar al turista una experiencia de calidad [11].

Es importante entender que, la motivación que tienen los turistas al visitar un destino y los atractivos que este ofrece, también forman parte del proceso de transformación. A medida que se ofrecen más puntos de atracción, más personas acudirán a ellos, por tal razón, las características para realizar actividades turísticas surgen de la mercantilización previa del territorio, convirtiéndolo en un producto consumible que puede ser fácilmente monetizado y promovido a través de medios digitales u otros medios de activación económica [1].

Entonces se entiende que las actividades que generan entretenimiento se consideran como actividades beneficiosas para el desarrollo productivo y económico de los sectores que ofertan las mismas, por ello, se considera al turismo como uno de los sectores más importantes en términos de generación de ingresos, al punto de convertirse en un sector estratégico que ocupa el cuarto lugar en importancia económica; porque el turismo satisface las necesidades de las generaciones actuales, pero no compromete la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones venideras [15]. Por tal razón, es preciso el desarrollo de estrategias que fomenten opciones de atractivos en épocas consideradas importantes en el transcurso del año.

Es crucial considerar que las estrategias que ayuden a generar interés por promover los atractivos de acuerdo a la temporalidad de una ciudad es importante, porque ayuda a generar interés en el público externo por visitar dichos espacios; pero la estrategia de mayor consideración para este desarrollo de atractivos temporales deben estar planificados con la participación de los stakeholders porque en la actualidad se convirtió en una necesidad su intervención en la generación de políticas públicas y gestiones en el ámbito turístico, porque son los interesados que buscan potenciar las propuestas para fomentar el desarrollo económico y social [14].

Al vincular a los stakeholders en el desarrollo de la planificación estratégica de propuesta de turismo interno resulta fundamental porque permite acoger las necesidades y posibles soluciones, atendiendo variables de diversa naturaleza como la percepción y la participación ciudadana. La intención es promover actividades que generen espacios de dinamización económica para la ciudadanía [14].

Los eventos de temporalidad son considerados como turismo de eventos porque es una modalidad turística que promueve los atractivos con la intención de fomentar el flujo turístico de la celebración de un evento específico, para ello se requiere conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental de acuerdo a las oportunidades del sector productivo [18].

En el contexto ecuatoriano el turismo interno ha tenido influencia significativa en el fortalecimiento y potencialización económica después de que el mundo y el país vivan un escenario de pandemia que generó déficit económico en todos los sectores productivos. Es importante señalar que los primeros intentos de reactivación turística no fueron alentadores, pero mientras se mejoraban las estrategias para la reactivación económica se alcanzó a fomentar el turismo interno y con ello atractivos que ayudaron en la creación de empleo y actividad económica en general [13]. La necesidad de entender que las actividades que generan turismo benefician tanto en el aspecto económico como sociocultural porque genera rubros de divisas significativas, que incluso se considera que el turismo es un sector estratégico que representa la cuarta actividad de importancia económica [15].

Con base a, los antecedentes mencionados es necesario plantear el desarrollo de modelos de gestión y estrategias que permitan la generación de actividades turísticas con la intención de potencializar la actividad económica, pero es necesario la consideración de políticas públicas, planificación, recursos básicos y atractivos, recursos de apoyo, gestión de destinos y tecnologías [10]. La importancia de generar políticas públicas que promuevan las actividades turísticas radica en que el turismo tiene un impacto del 2% en el Producto Interno Bruto (PIB) es por tal motivo que, las actividades que se planteen en relación al turismo deben mantener estrategias que generen rentabilidad de la oferta turística [15].

Desde el contexto del estudio planteado se direccionan los siguientes objetivos:

Objetivo General

Analizar el impacto económico del Árbol de Navidad más Grande del Ecuador en los emprendimientos presentados en el parque Miraflores de la ciudad de Cuenca 2022.

Objetivos Específicos

1. Establecer indicadores económicos de las actividades de los/as emprendedores/as previa a la asistencia al evento del Árbol de navidad.
2. Identificar el nivel de ventas promedio que las/los emprendedoras/es consiguieron durante el tiempo de implantación del Árbol de Navidad en el parque Miraflores de la Ciudad de Cuenca.
3. Determinar el impacto que el evento del Árbol de Navidad más Grande del Ecuador ha generado entre las/los emprendedoras/es participantes de la feria circundante.

Metodología y materiales

La metodología empleada es de enfoque mixta es decir cuantitativo y cualitativo, de acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014) mencionan que el cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” [5] y desde el enfoque cualitativo se hace referencia al “uso de la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” [5].

Además, el estudio presenta un alcance descriptivo porque este emplea “la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos, por ello el enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes o sobre la conducción de una persona o un grupo” [16], mientras que en el caso cualitativo el alcance fue fenomenológico porque analiza “los valores, experiencias y significados de un grupo social” [5] en este caso de estudio se examinó los sucesos en el antes y durante de los emprendedores que realizan actividades económicas en la exhibición del árbol de navidad de la ciudad de Cuenca.

El tipo de investigación fue no experimental porque la “recolección de datos se realizó sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” [5]. Se estableció un corte de tiempo longitudinal porque se recabó información en diferentes momentos con la intención de analizar los cambios antes, durante y después del evento denominado “Árbol de Navidad más grande de Cuenca”.

En el levantamiento de información se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que contenía variables de tipo sociodemográficas, de análisis de la situación económica de los emprendedores y variables de evolución. Para el levantamiento de información se consideró una población de 43 emprendedores que se colocaron en el Parque Miraflores siendo este lugar en el cual se colocó el árbol de navidad; se determina una muestra de 28 involucrados para ello se empleó un muestreo de tipo aleatorio simple.

La información recopilada fue procesada en el programa de Excel, para ello se creó una base de datos que fue depurada y seguidamente analizada para obtener los resultados finales del estudio de acuerdo al propósito de la investigación desarrollada que se enfocó en analizar el turismo interno de la ciudad de Cuenca.

Resultados y discusión

La información levantada permitió analizar la situación de desarrollo económico de los emprendedores en relación a las actividades que se llevan a cabo con el atractivo denominado “el árbol de navidad más grande del Ecuador”. La intención de promover este atractivo es para fomentar el turismo interno en la ciudad de Cuenca y potenciar la economía local.

Edad y género de los emprendedores del estudio

Las encuestas levantadas a los emprendedores que se ubican en el sector del Parque Miraflores de la ciudad de Cuenca en el desarrollo del evento del árbol de navidad, presentan que, el 21,43% están en un rango de edad de 26-33años en el caso femenino,

mientras que del género masculino el 21,43% están en una edad de 34-41 años siendo esta los rangos de mayor proporción. La importancia de esta variable radica en que por medio de los resultados se puede estimar la tipología de emprendedor de acuerdo a la edad e incluso en un plazo de tiempo se podrán estimar estrategias y decisiones para otorgar oportunidades para este grupo de estudio [8]. El detalle de información se puede observar en la figura 1.

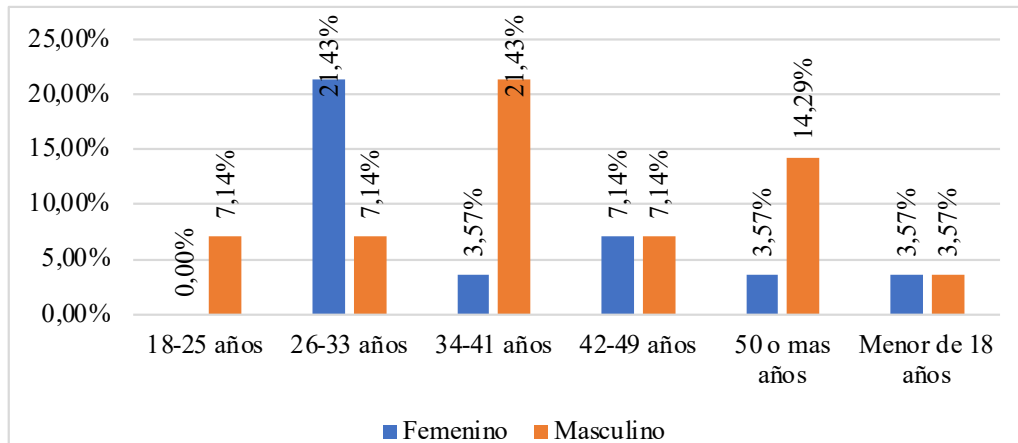


Fig.1. Edad y género de los participantes del estudio

Formación académica de los emprendedores

La formación académica de los emprendedores también fue una variable importante que se ha tomado en cuenta en el levantamiento de datos, porque permite conocer la realidad de cada uno de ellos y sobre todo beneficiará en un determinado plazo porque se podrán plantear planes de acción como propuestas de formación de tipo artesanal o de carrera, todo depende de las necesidades que requieran mejorar. De lo cual, en los resultados obtenidos se tiene que el 71,43% poseen un nivel de educación de secundaria, mientras que, el 14,29% de los involucrados sólo han terminado la primaria y en el mismo porcentaje algunos tienen educación de tercer nivel. Es importante mencionar que el análisis del nivel de educación radica en que se puede determinar los factores que influyen en el avance o progreso de las personas y la sociedad en general [17]. El detalle de la información presentada se puede observar en la figura 2.

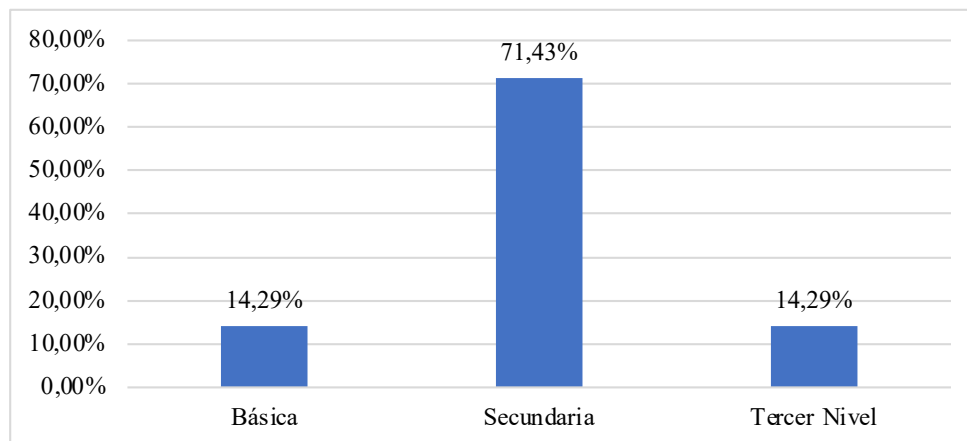


Fig. 2. Nivel de educación de los emprendedores

Actividades realizadas antes de la feria de exhibición del árbol de navidad

En las actividades cotidianas de los encuestados menciona el 28,57% que son comerciantes referido a venta de ropa y diferentes artículos de necesidad para el hogar, mientras el 17,86% indica que se dedican a actividades de construcción, en cambio el 10,71% refieren que tienen emprendimientos de diversa índole, seguidamente el 7,14% se dedican a tareas como empleada doméstica, jardinería, joyería y restaurante, finalmente el 3,57% tienen actividades como arquitectura y otros son sólo estudiantes.

Los resultados presentados permiten definir la situación laboral de los involucrados del estudio para analizar la realidad de empleabilidad y las razones por las que decidieron emprender durante el evento analizado. El análisis de los datos como actividades de empleabilidad ayudan a tener claros los objetivos de estudio, de acuerdo a las necesidades o intereses de la institución o empresa que lo realiza porque favorecen a determinar las alternativas de posibilidades de oportunidades y mejora de conocimientos con el fin de obtener resultados exitosos y admite una toma de decisiones adecuadas [2]. La información analizada se puede revisar en la tabla 1.

Tabla 1. Actividades desarrolladas antes de la feria de exhibición del árbol de navidad

Actividades	Total
Chofer	7,14%
Comerciante	28,57%
Construcción	17,86%
Empleada doméstica	7,14%
Emprendedor	10,71%
Estudiante	3,57%
Independiente de arquitecto	3,57%
Jardinería	7,14%
Joyas	7,14%
Restaurante	7,14%
Total general	100%

Análisis del ingreso promedio mensual de los emprendedores antes de la feria del árbol de navidad

En relación a los datos de actividades laborales que realizan los emprendedores encuestados, también se obtuvo el promedio de ingresos mensuales que estos perciben, de lo cual se deduce que el 50% tienen un ingreso de \$301.50 - \$673.5, mientras que el 32,14% tienen menos de \$300 y el 17,86% de encuestados muestran un aproximado de más de \$675, esto quiere decir que los ingresos percibidos son poco alentadores porque es necesario considerar que en algunos casos deben cubrir gastos básicos como consumo de energía eléctrica, agua, gas, internet y en ciertos casos pago de arriendo, lo cual significa un gasto elevado que posiblemente los ingresos percibidos no sean lo suficiente para generar ganancias en su totalidad.

De acuerdo a Dueñas (2019) menciona en su estudio que, la estabilidad económica de las familias depende de las actividades comerciales de la localidad que podría significar un 10% de ahorro, por lo que indica que el ingreso mensual se podría proyectar en \$567,00 a más porque si el ingreso está por debajo de dicho valor podría existir un déficit y ocasionaría una crisis económica a nivel del hogar [3]. La información detallada se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Ingreso promedio de los emprendedores 45 días antes de la feria del árbol de navidad

Ingreso promedio	Total
Menos de \$300.00	32,14%
\$301.50 - \$673.5	50,00%
Más de \$675	17,86%
Total general	100%

Análisis del ingreso promedio diario de los emprendedores durante de la feria del árbol de navidad

Tabla 3. Ingreso promedio durante los 45 días del evento en los emprendedores

Ingreso promedio	Total
Menos de \$300.00	23.08%
\$301.50 - \$673.5	42.31%
Más de \$675	34.62%
Total general	100%

En el desarrollo del evento del árbol de navidad los emprendedores indican que su ingreso promedio diario en el caso del 23.08% es menos de \$300, mientras que el 42.31% señala que tienen un promedio de \$301.50 - \$673.5 y el 34.62% enmarcan que poseen un rango de ingreso de más de \$675. Estos valores indican que el evento del árbol de navidad genera ingresos que benefician a los emprendedores porque comúnmente de forma mensual suelen adquirir dichos ingresos, es decir que les deja una ganancia considerable al menos en esa época del año, lo cual refleja que los eventos de atractivos eventuales si ayudan al desarrollo económico del sector que genera emprendimientos a corto plazo.

Según Zamora-Boza (2018) indica que emprender es un factor clave para el crecimiento económico, a pesar que existen elementos como la temporalidad, la intensidad y la direccionalidad que pueden ocasionar obstrucción en la evolución del trayecto económico, por tal razón, es importante potenciar la promoción de los emprendimientos mediante estrategias de venta, antes, durante y después de los atractivos eventuales [19]. El detalle de información se puede revisar en la tabla 3.

Análisis comparativo entre el promedio mensual frente al promedio diario de ingresos de los emprendedores

Al realizar el comparativo, entre los ingresos de 45 días antes y durante los 45 días del evento, se identifica que aquellos emprendedores que tenía el ingreso de menos de \$300, corresponde al 32.14% y durante el evento este rango disminuyó un 9.07%; es decir al 23.08%. A continuación, en el análisis antes del evento el 50% de los emprendedores tenían el rango de \$301,5 – \$673,5 y durante el evento disminuyó un 7.69%, es decir al 42.31%. En el rango de más de \$ 675, antes del evento se tenía el 17.86% y durante el evento aumenta un 16.76%, es decir al 34.62%. Los emprendedores al proyectar en un ingreso supera el valor inicialmente estimado, debido que el 9.07% y el 7.69% obtuvieron ingresos más de \$675, como se puede apreciar en la figura 3.

Estos resultados permiten deducir que, los atractivos eventuales generados si potencian el desarrollo económico de los emprendedores, por lo cual, es necesario realizar proyecciones a largo plazo a las actividades de turismo interno que se puedan desarrollar en la ciudad de Cuenca. Con base a este antecedente y de acuerdo a Guzmán (2014) se puede afirmar que el turismo interno contribuye al reequilibrio de la economía y a la redistribución de los ingresos y sobre todo proyecta el desarrollo de actividades que favorezcan a la economía de la localidad [4].

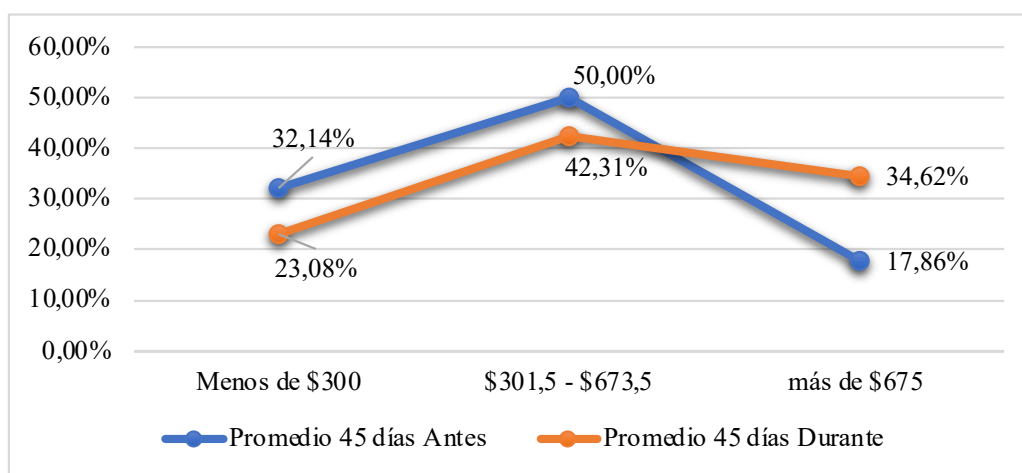


Fig. 3. Comparativo del ingreso antes frente al ingreso durante el evento denominado árbol de navidad

Conclusiones

El análisis realizado en este estudio ha permitido examinar la estrategia de gestión de la Fundación Iluminar, focalizada en la promoción de atractivos turísticos temporales, como el árbol de Navidad más grande de Ecuador en 2022. Esta iniciativa ha sido clave para potenciar el turismo local en la ciudad de Cuenca, con el propósito de fomentar tanto actividades económicas como opciones de entretenimiento accesibles para todos los ciudadanos.

Las actividades turísticas locales tienen un impacto económico inmediato, especialmente durante la temporada navideña de 2022 en Cuenca. En el parque Miraflores, los emprendedores informales aprovecharon la presencia del árbol más grande de Ecuador del año 2022 para llevar a cabo actividades comerciales, asegurando así su sustento temporal y mejorando sus ingresos. La colaboración de una empresa pública sin fines de lucro en la organización del evento ha facilitado la obtención de permisos por parte de

la Municipalidad de Cuenca para estas actividades comerciales en los alrededores del atractivo, agilizando así la regulación necesaria.

Finalmente, los emprendedores estudiados experimentaron aumentos significativos en sus ingresos por la influencia de la exhibición del árbol de Navidad más grande de Ecuador en 2022. Estos resultados resaltan la importancia de que entidades gubernamentales y fundaciones planifiquen espacios turísticos, permitiendo la operación de emprendimientos temporales en sus alrededores. Esta estrategia no solo ayuda a promover los productos de los emprendedores ante la ciudadanía, sino que también contribuye de manera considerable a mejorar sus ingresos, superando incluso las expectativas iniciales. Por ende, el impacto económico generado por este tipo de eventos temporales es un claro ejemplo del potencial positivo que tienen en los ingresos de los emprendedores, siendo una oportunidad valiosa para que todos participen como emprendedores y turistas en estos espacios.

Referencias

1. Cabrera Cortés, L. R. (2022). El turismo de interior en México. Desde el Sur, 14(3), 1–24. <https://doi.org/10.21142/DES-1403-2022-0042>
2. Conexión Esan. (2021). Importancia del análisis de datos en la toma de decisiones. Conexión ESAN. <https://bit.ly/3Sb22i7>
3. Dueñas Solórzano, G. (2019). El Nivel de Ingresos de las Familias del Ecuador: Factor de Equidad para el Consumo y el Ahorro. Ciencia Sociales y Económicas, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.18779/csye.v3i2.293>
4. Guzmán, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, 7(17). <https://bit.ly/48JwogZ>
5. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, B. L. (2014). Metodología de la investigación (6ta. Ed.). Mc Graw Hill.
6. Ilustre Municipalidad de Cuenca. (2002a). Estatuto de la Fundación Iluminar. Luz y Color para Cuenca. <https://bit.ly/3RUUXkv>
7. Ilustre Municipalidad de Cuenca. (2002b). Acta de Asamblea General Constitutiva de la Fundación Iluminar. Luz y Color para Cuenca. <https://bit.ly/3TNTEq5>
8. Jacho Guashca, A. D. (2020). La importancia de la estadística para el éxito de resultados en una investigación. Espirales. Revista multidisciplinaria de investigación, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.31876/is.v3i1.9>
9. Mosquera, J. (2022). El árbol de Navidad más grande del país se instala en Cuenca. <https://bit.ly/3TTAwam>
10. Muñoz-Jácome, E. A., Vaca-Cárdenas, P. V., & Ati-Cutiupala, G. M. (2022). Modelos de gestión de destinos turísticos en el Ecuador. FIPCAEC, 7(4), 2357–2375. <https://bit.ly/3vtLYiA>
11. Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de Turismo, 35, 335–357. <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>

12. Padilla Buñay, A., Lluglla Luna, L. A., Álvarez Arboleda, W. R., & Ramírez Rodríguez, B. E. (2021). Crisis and tourist reactivation in times of covid-19. Pastaza province chamber of tourism. *Universidad y Sociedad*, 13(3).
13. Proaño Lucero, G. E., López Paredes, C. R., & Chérrez Bahamonde, R. C. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(3), 29–39. <https://bit.ly/3RLLQCy>
14. Rivera García, C., Parra Cerezo, G., & Zavala Santana, A. (2021). Estrategia de planificación turística y las funciones participativas de los stakeholders en la provincia de Los Ríos. *ConcienciaDigital*, 4(4.1), 178–188. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i4.1.1981>
15. Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24(86), 417–434. <https://bit.ly/4aSndgq>
16. Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*. EDITORIAL LIMUSA, S.A. DEC.V. GRUPO NORIEGA EDITORES.
17. Universidad Nacional Autónoma de México. (2009). *Importancia de la educación para el desarrollo*. <https://bit.ly/4aMRahH>
18. Wright Garzón, M. R., & Montesdeoca Carrasco, M. F. (2020). Impacto de Eventos Innovadores para la Dinamización del Turismo. *INNOVA Research Journal*, 5(3). <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1437>
19. Zamora-Boza, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 1–12. <https://acortar.link/gF72M>