

# Efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador

## Socioeconomic effects of tourism in Santa Catalina de Salinas, Ibarra, Ecuador

Gabriel Tapia González<sup>1</sup>, Nhora Benítez Bastidas<sup>2</sup> & Andrea Basantes Andrade<sup>3</sup>.

En el último tiempo el turismo comunitario ha tomado vital importancia dentro de la oferta turística a nivel mundial, generando una importante demanda a nivel nacional. El turismo comunitario está considerado como una tipología turística que pertenece a la modalidad de turismo vivencial y a la corriente de turismo alternativo. En este trabajo se buscó evaluar los efectos socioeconómicos ocasionados por la actividad turística desde la rehabilitación del "Tren de la Libertad" en el trayecto Ibarra y Santa Catalina de Salinas, Valle del Chota, provincia de Imbabura, Ecuador. En primer lugar se realizó una descripción socioeconómica y una caracterización de la actividad turística de Salinas. Para ello se identificaron los atractivos turísticos, se determinó el inventario de emprendimientos turísticos y de actividades relacionadas, y se estableció el perfil y capacidad de gastos de los visitantes. La metodología aplicada incluyó la aplicación de un cuestionario a los representantes de los emprendimientos turísticos que operan en la zona, además de entrevistas en profundidad a los principales actores para conocer los beneficios recibidos por el turismo. Los principales hallazgos fueron los siguientes: (1) El patrimonio turístico de Santa Catalina de Salinas, tanto material como inmaterial, incluye diversas manifestaciones culturales; (2) Los emprendimientos turísticos están concentrados en servicios de alimentación, y en menor medida en alojamiento y artesanías; (3) La demanda turística está compuesta principalmente por visitantes nacionales (89%), entre 21 y 50 años (70%), mujeres (58%), cuya principal motivación es el viaje en tren; y (4) El presupuesto de gasto para realizar turismo considera entre 16 a 20 dólares diarios por persona. Los principales efectos de este tipo de turismo comunitario sobre los emprendimientos turísticos se visualizan en el ámbito del empleo y la participación de las mujeres. La principal conclusión sugiere que el turismo comunitario en la zona es aún incipiente, aunque debería transformarse en una actividad complementaria a la agricultura, la cual sigue siendo la principal fuente de ingresos de los pobladores.

**Palabras clave:** Turismo comunitario, Tren de la Libertad, emprendimientos turísticos, actividad complementaria.

Community-based tourism has become vital to the tourism industry worldwide recently, generating significant demand at the national level. It is considered a type of tourism that is part of experiential travel and the current of alternative tourism. This work sought to assess the socioeconomic effects of tourism from the renovation of the "Freedom Train" on the route between Ibarra and Santa Catalina de Salinas, Valle del Chota, in the province of Imbabura, Ecuador. First, a socioeconomic description and a characterization of the tourist activity in Salinas were done. To do this, the tourist attractions were identified, an inventory of tourist enterprises and related activities was taken, and the profile and capacity of visitors' spending was established. The applied methodology included the administration of a questionnaire to the representatives of the tourist enterprises operating in the area, as well as in-depth interviews with the main actors in order to ascertain the benefits reaped from tourism. The main findings were the following: (1) The tourist heritage of Santa Catalina de Salinas, both material and intangible, includes various cultural manifestations; (2) The tourist enterprises are concentrated in food services, and to a lesser extent in accommodation and crafts; (3) The tourist demand is composed mainly of domestic visitors (89%), between 21 and 50 years (70%), women (58%), whose main motivation is the train journey; and (4) The expense budget for tourism considers between 16 and 20 dollars per day per person. The main effects of this type of community-based tourism on the tourist enterprises are seen in the area of employment and the participation of women. The main conclusion suggests that community-based tourism in the area is still in the early stages, although it should be transformed into an activity complementary to agriculture, which continues to be the main source of the inhabitants' income.

**Key words:** Community-based tourism, Freedom Train, tourist enterprises, complementary activity.

(Presentado: octubre 30, 2015. Aceptado: noviembre 26, 2015)

<sup>1</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. gabrieltapia@outlook.com

<sup>2</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. nmbenitez@utn.edu.ec

<sup>3</sup> Universidad Técnica del Norte, Ecuador. avbasantes@utn.edu.ec

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se analizaron los efectos más relevantes de los proyectos turísticos puestos en marcha, en los últimos diez años, por los gobiernos locales, además del nacional, así como de la empresa privada, en el aspecto sociocultural en la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, una comunidad afro ecuatoriana que trata de desarrollarse sin perder su identidad cultural pues es una omisión preocupante que la cultura no ocupe el lugar que le corresponde en la concepción de los proyectos turísticos sino que, al contrario, sea ignorada por la masificación turística.

Cualquier proyecto turístico que se plantee para una comunidad de estas características requiere que todos los productos turísticos armonicen con las culturas y el medio ambiente (Ruiz, 2008). Al mismo tiempo, dadas las condiciones de pobreza de ingresos y de acceso a los servicios básicos de gran parte de este territorio ha convertido al turismo en una alternativa válida para alcanzar el desarrollo sin exclusiones (FEPTCE, 2007).

Específicamente, el turismo comunitario responde a un cambio a las preferencias de los turistas que quieren experimentar nuevas experiencias en sus viajes, realizar actividades fuera de lo común y buscar nuevos paquetes que respondan a esas expectativas, generalmente relacionadas con acercamientos a la diversidad cultural como una forma de enriquecer su bagaje y nutrirse con esas costumbres (Cabanillas, 2003). Todo esto ha permitido que comunidades como Salinas comiencen a generar interés en los circuitos turísticos de las operadoras privadas y en la planificación del MIN-TUR, lo que posibilita la creación de productos turísticos que den respuesta a esas inquietudes y se abran nuevas oportunidades de aumento de los ingresos y la participación de la población local.

El turismo comunitario en los últimos tiempos ha tomado vital importancia dentro de la oferta turística a nivel mundial y sin duda también ha tenido una importante demanda a nivel nacional, dentro de la revisión literaria se presenta a continuación los puntos de vista de varios autores:

En primer lugar para la OMT el turismo comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (OMT, 2000).

El turismo comunitario está considerado como una tipología turística que pertenece a la modalidad de turismo vivencial y a la corriente de turismo alternativo.

Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado. (Castillo, 2011).

En el ámbito nacional la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, sostiene que el turismo comunitario es una actividad que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva; factores que aportan al fortalecimiento social y ambiental, con la preservación y manejo sostenible del ambiente (FEPTCE, 2007).

Las políticas de planificación y desarrollo del actual gobierno incluye a la actividad turística, es así que, en el objetivo 8 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017, referente a consolidar el sistema económico social y so-

lidario, plantea, como una de las políticas y lineamientos estratégicos, profundizar las relaciones con el sector popular y solidario a través del fomento del turismo comunitario y turismo social.

Además, es importante destacar el enunciado de la Ley de Turismo (2002), en el artículo 3, correspondiente a los principios de la actividad turística, en el literal e, manifiesta que: "La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos" (p.1).

El artículo 12 de la mencionada ley sostiene que:

"Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos" (MINTUR, 2002, p.3).

El objetivo del turismo comunitario es preservar la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones, ya que las culturas autóctonas son portadoras de valores, historia e identidad (Maldonado, 2006).

Un elemento esencial para el éxito del turismo comunitario es el papel que debe adoptar la comunidad local en la planificación y gestión de la actividad turística, ya que sirve para adaptarse a los cambios, abre su mentalidad y son parte esencial del producto turístico (López & Sánchez, 2009a).

La actividad turística comunitaria es sostenible siempre que permita el crecimiento económico, ayude a mejorar la calidad de vida, y sea realizada de forma equilibrada,

con la debida planificación y uso racional de los recursos naturales; en base a la participación activa de los sectores público, privado y comunitario. Según este contexto es de vital significancia el trabajo coordinado en busca de un solo propósito, alcanzar el turismo comunitario responsable, de manera que, la actividad turística sostenible esté basada en cuidar ahora y conservar para el futuro, con el uso adecuado de los recursos naturales para las futuras generaciones (Chevez, 2011).

Es importante mencionar que el turismo está considerado como un eje importante dentro de la matriz productiva del Ecuador, y la modalidad de turismo comunitario viene a constituirse en una herramienta de impulso a esta estrategia de fomentar el bienestar de la población con actividades sostenibles y participativas e igualitarias, como lo manifiesta la política nacional de desarrollo.

De esta forma, el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, como iniciativa de la propia comunidad organizada, que podrá encarar con éxito varias de las más exigentes expectativas del mundo turístico actual (Anzola, 2006).

Dentro de las múltiples formas de turismo tenemos también el turismo rural comprende un conjunto de actividades que se desarrollan en el medio rural, aportando algo más que solo el alojamiento y que puede convertirse, para los pobladores de la comunidad, en un rubro de ingresos que complementen a los tradicionalmente provenientes del sector primario (OMT, 2005).

El concepto de turismo rural y comunitario, mantienen un alto grado de coincidencias, lo fundamental es la dirección enfocada en la participación de los comuneros locales en función de mejorar sus ingresos económicos.

En referencia al turismo cultural Sánchez (2002), lo define así:

“Es aquel que se desarrolla con fundamento en los bienes culturales tangibles e intangibles de un país, región y/o localidad, que comporta la interacción entre el sujeto turista ávido de contacto con culturas materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicante de sus valores culturales y tradiciones” (p.54).

La Organización Mundial del Turismo (2000), considera que dentro de las formas de manifestación del turismo existe una modalidad denominada turismo cultural en la cual predominan las motivaciones de tipo cultural. El turismo cultural es la inmersión en la historia natural, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones. Dentro de esta modalidad turística podemos incluir el turismo de patrimonio que es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución.

Como se puede apreciar estos tipos de turismo están completamente relacionados entre sí. La persona que los practica, le gusta contactar con otras culturas para apreciar su patrimonio, colocando más énfasis en el desarrollo de la personalidad, a través de experiencias relacionadas con el conocimiento, que en el descanso o la diversión.

A finales de 1970 esta modalidad comenzó a ser reconocida como una categoría distinta del producto cuando los comercializadores y los investigadores del turismo se percataron que algunas personas viajaban específicamente para ganar una mayor comprensión de la cultura o el patrimonio de un destino (García, 2006). No obstante este tipo de turismo es el más viejo de los fenómenos nuevos del turismo, a tal punto que está presente desde los romanos.

Existen variedad de reflexiones y análisis relativos al turismo propiamente cultural o patrimonial, a la promoción del turismo cultural mediante nuevas tecnolo-

gías (Galí, Mayó & Vidal, 2000) o mediante el uso de las exposiciones histórico-culturales (García, 2006), entre otras muchas cuestiones relativas al turismo cultural o patrimonial.

Todo turismo implica el consumo de los productos y de experiencias (Richards, 2001) y el turismo cultural no es diferente. Los turistas quieren consumir una colección variada de experiencias culturales. Para facilitar este consumo, los activos culturales del patrimonio deben ser transformados en productos culturales de turismo. El proceso de transformación hace real el potencial del activo convirtiéndolo en algo que el turista puede utilizar. Este proceso de transformación, sin embargo aborrecible para una cierta cantidad, es integral para el auge exitoso y la gestión sostenible del producto cultural turístico (Mckercher & du Cros, 2002).

Y en la actualidad es imprescindible tratar sobre el turismo sostenible, en el Acuerdo de Mohonk (2000) se define al turismo sostenible como el “turismo que busca minimizar el impacto sociocultural a la vez que provee beneficios económicos a las comunidades locales y los países que lo albergan” (p.17).

En la Agenda 21 para la Industria del Turismo y Viajes (1995), manifiesta que: “los productos de turismo sostenible son productos que funcionan en armonía con el ambiente, la comunidad y las culturas locales, de modo que estos se convierten en beneficiarios permanentes” (p. 31).

Es importante destacar los conceptos del turismo comunitario, rural, cultural y sostenible, en vista de que esto permite tener una base conceptual sólida, la misma que ayude a formar una estructura, desde la cual orientar el tipo de turismo que se debe ofertar en Salinas, así mismo, conocer las formas de turismo que se practican es vital el momento de diseñar las variables e indicadores acordes para medir los beneficios o desventajas que este tipo de turismo lleva a la zona, dependerá del resultado para, desde el punto de vista

técnico impulsar estas formas de turismo, o por el contrario, sugerir la implementación de otras tendencias turísticas dentro de la oferta de Salinas.

Sin duda, estas formas de turismo, se orientan en función del potencial que presenta el destino turístico, según las características de éste, por ejemplo: tipo, conservación y acceso a los atractivos, entre otras; permite diseñar el tipo de turismo a ofertar; y entre ambos factores, especialmente el destino turístico, en su composición social y económica, serán un parámetro decisivo el momento de medir efectos del turismo dentro de la comunidad receptora, en esta caso, la población de Salinas.

Todas estas y otras formas de turismo se concentran en un destino turístico, Anzola (2006) lo define como el “área, lugar o zona donde el viajero espera encontrar una serie de actividades, atractivos y servicios que le permitan obtener la experiencia única e inolvidable que espera de su viaje” (p. 76).

El autor Valls (2004) establece una serie de características que lo configuran:

- **Un espacio territorial homogéneo:** en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados.
- **Centralidad:** criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia su territorio. (En este punto es de vital importancia el concepto de capacidad de carga)
- **Una oferta estructurada de atractivos:** resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista. También puede entenderse como la puesta en valor del territorio y su ordenación de acuerdo a las necesidades de los potenciales clientes.

- **Una marca integradora:** el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- **La comercialización** resulta imprescindible con la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, enmarcada en una visión estratégica.

También, se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística (MINTUR, 2012).

En base a lo expuesto, el destino turístico se convierte en el lugar en donde los turistas tienen la intención de pasar un tiempo fuera del lugar de su domicilio habitual; este desplazamiento y estancia, sin duda, provoca efectos en diferentes ámbitos, entre ellos, el social y económico, los mismos que son sujeto de estudio en esta investigación.

En todos los destinos turísticos se producen diferentes beneficios y también situaciones adversas, estos efectos de la actividad turística en las comunidades rurales del Ecuador, como en cualquier otro lugar, el turismo puede ser considerado como un fenómeno ambivalente, debido a que puede tener beneficios tanto directos como indirectos. El adecuado manejo de este tipo de turismo sin duda se reflejará en importantes beneficios económicos, sociales, ambientales, en una comunidad determinada, favoreciendo intercambios de bienes y servicios y propiciando el encuentro entre personas de diferentes culturas, clases sociales y nacionalidades. En el otro lado de la medalla, el turismo puede implicar también efectos negativos, como la pérdida de la identidad cultural, tensiones y conflictos de los turistas con la población residente

y la degradación ambiental. Estos aspectos negativos han obligado a replantear las relaciones entre turismo, sociedad y desarrollo.

Entre los aspectos positivos, se puede mencionar que las administraciones públicas desempeñan entonces un papel central en el logro de una mayor competitividad del sector, favoreciendo la implantación de un marco adecuado para que la actividad turística sea competitiva, y busque el equilibrio necesario entre intereses, garantizando que los impactos negativos que provoca el turismo sean mínimos. Esto exige introducir una visión de largo plazo en el desarrollo de la actividad turística que se vea reflejada en una adecuada política turística. El turismo impacta en el desarrollo regional en la medida que: primero, genera cambio económico a través del crecimiento del empleo, del crecimiento de la producción directa, indirecta e inducida, de la transformación de los rubros económicos tradicionales, de la mejora de los recursos públicos y de la distribución de la renta, entre otros factores; además, genera efectos sociales y ambientales a través de la diversificación del empleo, del mejoramiento de infraestructuras y de los desajustes socioculturales, brindando posibilidades de movilidad social, etc. (Figuerola, 2004).

El turismo comunitario aporta importantes beneficios en las áreas rurales de estos países, ya que, en primer lugar, tiene un impacto directo en las familias de la población local, en el desarrollo socioeconómico de la región y en el estilo de vida (Manyara & Jones, 2007); en segundo lugar, estimula un turismo responsable que permite mejorar la calidad de vida de las poblaciones asentadas en áreas rurales y, por último, es una forma de erradicar la pobreza.

Respecto a la erradicación de la pobreza, cabe destacar la aportación de la Organización Mundial del Turismo (1999), en donde señala que el turismo comunitario sostenible puede convertirse en una herramienta para el desarrollo económico y reducir la pobreza en determinadas áreas rurales, pero como actividad complementaria no sustitutiva de la agricultura.

Contrastando lo anterior, el desarrollo de esta actividad de turismo alternativo comunitario se puede encontrar con diferentes limitaciones, debido, sobre todo, a la importancia que tiene la comunidad local. Así, siguiendo a Nyaupane, Morais & Dowler (2006), quienes sostienen que las principales limitaciones serían las siguientes: "la comunidad local puede no disponer de los necesarios recursos financieros, know-how o infraestructuras; la comunidad local puede tener limitaciones de carácter cultural; y pueden existir conflictos entre las diferentes administraciones públicas" (p.61). Esto puede, además, agravar la situación de desempleo en sectores no turísticos.

En el aspecto social, se puede mencionar la pérdida de la identidad cultural de las comunidades cuando se comercializan de manera exagerada las manifestaciones locales, despojándolas de su significado original y destruyendo su valor histórico y autenticidad, produciendo lo que manifiesta Monreal (2003) una autenticidad escenificada. La cultura local se transforma en un simple objeto de consumo.

Además, el turista también interactúa con las organizaciones que prestan el servicio turístico, con el entorno donde se desarrolla la actividad turística y con el contexto en el que se desarrolla el propio servicio (Castellanos & Orgaz, 2013), y por lo tanto, puede propiciar que aparezca algún tipo de impacto cultural entre la propia comunidad local y el visitante, o, también, medioambiental en el destino, sino se tienen en cuenta aspectos como la capacidad de carga (Nae-Wen & Pei-Hun, 2009).

Este tipo de turismo está basado en la comunidad local que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. Permite generar riqueza en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo, a través de la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios repercutan en la propia comunidad. Un turismo inadecuado puede degradar el hábitat y los paisajes y agotar los recursos naturales, mientras que el turismo sostenible y responsable puede ayudar a la

conservación del medio rural y la cultura local. Este modelo de gestión y desarrollo turístico se ha convertido en una modalidad turística que ha aparecido como alternativa a los viajes tradicionales. Cobra cada vez más importancia la cultura local de la zona, sus costumbres, su gastronomía y su propia historia. En realidad, más que una modalidad turística el turismo comunitario es una forma diferente de creación de productos turísticos bajo el principio de participación comunitaria en el que se respeta una serie de principios en el mercado turístico (Palomo, 2003).

El objetivo del turismo comunitario es preservar la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones, ya que las culturas autóctonas son portadoras de valores, historia e identidad (Maldonado, 2005). Un elemento esencial para el éxito del turismo comunitario es el papel que debe adoptar la comunidad local en la planificación y gestión de la actividad turística, ya que sirve para adaptarse a los cambios, abre su mentalidad y son parte esencial del producto turístico (López & Sánchez, 2009b).

Toda actividad, sin duda, genera efectos en la zona de intervención, el turismo como actividad económica y social no está exento de esta premisa, por lo cual, es importante identificar y medir el efecto provocado, sea este, positivo o negativo, lo cual ayudará a tomar las medidas necesarias para potencializar o mitigar sus efectos, por parte de los actores involucrados en la operación turística. En Salinas, hasta la presente fecha no cuenta con un estudio de similares características, y siendo una comunidad que le apuesta al turismo, es importante definir las políticas y metodología que ayuden a analizar los beneficios que deja el turismo en la comunidad.

Luego de revisar la estructura bibliográfica es importante definir los objetivos que persigue el presente trabajo:

- Caracterizar la actividad turística de la parroquia Salinas desde la rehabilitación del "Tren de la Libertad".

- Evaluar los efectos generados por las actividades turísticas en la situación socioeconómica del lugar.

## METODOLOGÍA

La metodología fue diseñada para obtener los resultados en base a cada uno de los objetivos del estudio, de tal manera, tenemos dos secciones que a continuación se detalla:

En primer lugar, para la caracterización de la actividad turística en la parroquia de Salinas, se aplicó la investigación de campo, para lo cual, se procedió a identificar los elementos que forman parte de esta actividad, y para cada uno de ellos se estableció su respectiva estrategia metodológica, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Atractivos turísticos, la información fue recogida durante las visitas de campo efectuadas el 16, 17 y 18 de enero de 2015, la técnica usada fue el fichaje, y como instrumento se tomó el modelo de fichas para inventario del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC; en primer lugar se llenó una matriz de resumen de todos los atractivos, luego se procedió a levantar la información llenando una ficha para cada atractivo correspondiente al patrimonio cultural material e inmaterial encontrados en los límites de la parroquia de Salinas. Además, se usó también la técnica del mapeo, realizando un mapa con todos los atractivos y sus respectivas representaciones y coordenadas geográficas.
- Planta y servicios turísticos, para levantar la información correspondiente a este elemento se realizaron dos visitas de campo, el 06 y 07 de febrero y mediante la técnica de la observación directa, en una primera parte se llenó una matriz de resumen de todos los emprendimientos turísticos y no turísticos; como instrumento se usó una ficha para registrar los datos de los establecimientos turísticos y no turísticos que operan en Salinas. También aportó información para este aspecto, las encuestas (metodología cuantitativa) aplicadas usando como instrumento dos cuestionarios: el

primero, dirigido a los prestadores de servicios turísticos; y el segundo cuestionario diseñado para los prestadores de servicios complementarios al turismo. Por último, se aplicó la técnica del mapeo para registrar los establecimientos turísticos con sus respectivas coordenadas. Luego de aplicadas las encuestas se procedió a elaborar la tabulación y análisis de los resultados.

- Demanda Turística, el número de llegada, y el perfil de los turistas que visitan Salinas, se estableció en base a la investigación bibliográfica; en el aspecto de las estadísticas se procedió a consultar los registros en Trenes Ecuador Empresa Pública. Luego de la revisión bibliográfica, se procedió a analizar los datos y presentar los resultados finales sobre el perfil del turista.

En segundo lugar, en relación a la identificación y evaluación de los efectos socioeconómicos ocasionados por la actividad turística en Salinas, se utilizó la investigación de campo, la misma que se llevó a cabo en dos fases:

- La primera fase desarrollada desde el 11 al 15 de febrero del 2015, durante la cual se procedió a aplicar las encuestas a los representantes de los emprendimientos turísticos y los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas.

- La segunda fase se efectuó desde el 25 de febrero hasta el 1 de marzo, en este lapso se entrevistó a los representantes de las comunidades en base a las citas programadas con cada uno de ellos.

Para concretar estas fases se procedió primero a estructurar una matriz de variables e indicadores y sus respectivos instrumentos de medición, y en base a esta matriz se procedió a establecer la propuesta metodológica, la cual permitió identificar y analizar dos componentes:

- Componente socio-cultural, fueron considerados

cinco indicadores: pobreza, escolaridad, equidad de género, etnia e idioma.

- Componente económico, para medir este componente fueron aplicados cinco indicadores: empleo, inversión turística, proyectos de mejoramiento turístico, No. de visitantes y encadenamiento productivo.

Una vez identificados los dos componentes, se procedió a realizar las visitas de campo, con la finalidad de tomar los datos mediante la ejecución de técnicas como: en primer lugar la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos y prestadores de servicios vinculados al turismo, con sus respectivos cuestionarios; y en segundo lugar, se usó la técnica de la entrevista (metodología cualitativa) y su respectivo cuestionario, la misma que se efectuó previa cita con:

- Presidente de la Junta Parroquial de Salinas, el Ab. Raúl Maldonado. Realizada el 26 de febrero.
- Sra. Jessenia Ferigra, Vocal de la Parroquia. Aplicada el 28 de febrero.
- Sr. Juan Minda, Presidente de la Fundación Fortalecimiento. Realizada el 01 de marzo.

Luego de la aplicación de los instrumentos, se procedió a organizar, tabular y analizar los datos obtenidos para presentar los resultados finales sobre los efectos que ha provocado el turismo en la parroquia gracias a los emprendimientos turísticos y emprendimientos de servicios complementarios al turismo.

## RESULTADOS

### Patrimonio turístico

La parroquia de Salinas cuenta con un importante aporte de manifestaciones culturales, tanto en la categoría patrimonio material como inmaterial, para lo cual, se presenta una matriz de resumen para cada una de ellas.

**Tabla 1: Matriz de patrimonio cultural material.**

Denominación del bien material	Parroquia	Nombre Comunidad/Barrio	Coordenadas geográficas	Categoría	Ámbito
Museo de Sal	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4953 Este: 78,1287	Bienes Inmuebles	Arquitectura vernácula
Bombodromo "Palenque"	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4994 Este: 78,1273	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Centro Gastronómico "Palenque"	Salinas	San Miguel	Norte: 0,4967 Este: 78,1292	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Sala Etnográfica	Salinas	San Martin	Norte: 0,4958 Este: 78,1295	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Estación del Ferrocarril	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4925 Este: 78,1289	Bienes Inmuebles	Arquitectura civil
Parque Central	Salinas	Central	Norte: 0,4951 Este: 78,1309	Bienes Inmuebles	Plazas
Plaza del Buen Vivir	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4943 Este: 78,1324	Bienes Inmuebles	Plazas
Parque de la Floresta	Salinas	La Floresta	Norte: 0,4920 Este: 78,1322	Bienes Inmuebles	Plazas
Parque Ambrosio Mondongo	Salinas	San Martin	Norte: 0,4963 Este: 78,1305	Bienes Inmuebles	Plazas
Iglesia de la cabecera parroquial	Salinas	Central	Norte: 0,4901 Este: 78,1379	Bienes Inmuebles	Arquitectura Religiosa
Tolas de Sal	Salinas	San Miguel	Norte: 0,5035 Este: 78,1257	Bienes Inmuebles	

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

**Tabla 2: Matriz de patrimonio cultural inmaterial.**

Denominación de expresiones inmateriales	Parroquia	Coordenadas geográficas	Categoría	Ámbito
Leyenda de la Virgen de las Lajas	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060868	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Fiestas de la Virgen de las Lajas	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060869	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Fiesta del Divino Niño	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060870	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Leyenda de la Luterana	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060871	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda del duende	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060872	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda de las brujas voladoras	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060873	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Leyenda de la viuda	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060874	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas
Dulce de fréjol	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060875	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía
Picadillo	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060876	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía

Elaboración de panela	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060877	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Técnicas productivas
Extracción de sal	Salinas	Este: 819107	Conocimientos y usos Norte: 10060878 naturaleza y el universo	Técnicas productivas relacionados con la
Semana Santa	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060879	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas
Medicina artesanal	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060880	Conocimientos y usos relacionados con la	Medicina tradicional naturaleza y el universo
Asistencia en el parto	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060881	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradiciona
Banda mocha	Salinas	Este: 819107 Norte: 10060882	Artes de espectáculo	Música

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

### Planta y servicios turísticos

En Salinas los emprendimientos turísticos ofertan principalmente el servicio de alimentación y en un mínimo porcentaje se dedican al alojamiento y artesanías. A continuación se presenta una tabla de resumen sobre la información de los emprendimientos turísticos de Salinas.

Los emprendimientos relacionados al turismo ofertan básicamente el servicio de presentaciones de danza, realizando

bailes propios de la cultura afro, es importante mencionar la microempresa de productos elaborados de chocolate, ovo, dulce, entre otros; los mismos que son consumidos por los turistas debido a que este emprendimiento está dentro de la ruta de visita en Salinas, y otra atracción importante constituye el local donde se puede realizar trenzas. La información de estos negocios se pone a consideración en la siguiente tabla.

**Tabla 3: Matriz de emprendimientos turísticos.**

No.	Nombre del establecimiento	Tipo de establecimiento	Propietario/Gerente	Dirección
1	Parador las Cañas	Alimentación	Sra. Margot Valencia	Salinas-Vía Chachimbiro
2	Asadero Super Pollo	Alimentación	Sra. Margarita Pozo	Eloy Alfaro y Angela Aguirre
3	Comedor el Buen Sabor	Alimentación	Sra. Rosa Ferígra	Av. Vía San Lorenzo y Eloy Alfaro
4	Comedor Don de Vickytha	Alimentación	Sra. Verónica Pozo	Barrio la Floresta calle Esmeraldas
5	Centro Gastronómico Palenque	Alimentación	Organización Comunitaria	Vía San Lorenzo
6	Café del Tren	Alimentación	Aso. Mujeres emprendedoras	Estación del Tren
7	Asociación de desarrollo integral Palenque	Artesanías	Asociación	Frente a la estación del tren
8	Hospedaje la Casa del Turista	Hospedaje	Sr. Roberto Espinoza	Frente al parque central

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

**Tabla 4: Matriz de Emprendimientos vinculados al turismo.**

No.	Nombre del Establecimiento	Tipo de	Propietario/Gerente Establecimiento	Dirección
1	Jugo de Caña	Alimentación	Oracio Lusón	Frente a la estación del tren
2	Grupo de Danza Icanti	Danza	Grupo de Danza Icanti	7 de Junio y Eloy Alfaro
3	Variedades Darlita	Trenzas	Carla Lastra	Salinas y Gonzales Suárez
4	Grupo de danza Mandela	Danza	Grupo Mandela	Frente al parque Ambrocio Modongo
5	Asociación agroindustrial Santa Catalina	Alimentación	Asociación	Frente al parque central
6	Grupo de Danza Yemayá	Danza	Grupo de Danza Yemaya	Sala de capacitación es frente al Centro Gastronómico
7	Grupo de Danza lanza	Danza	Grupo de Danza lanza	Sala de sesiones

Fuente: Investigación de Campo. Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

### Demanda turística

Alrededor del 70% de los turistas que visitan Salinas están en un rango de edad entre los 21 y 50 años, el 58% son mujeres; una mayoría con 89% son nacionales que llegan con familiares y amigos; Los turistas que acuden a la parroquia Santa Catalina de Salinas, alrededor del 60% tienen diferentes ocupaciones, entre las más comunes están: trabajadores privados, empresarios, es decir tienen su propio negocio, empleados públicos; la principal motivación para visitar la parroquia ha sido el viaje en tren, el aspecto etnocultural ocupó el último lugar (10,88%); llegan generalmente atraídos por la información de las estaciones y recomendaciones de relacionados.

El presupuesto de gasto para realizar turismo es un elemento muy importante que debe considerar el turista; se puede observar que gran parte de los turistas destinan de 16 a 20 dólares por persona o más de 21 dólares por persona.

La Parroquia registra una importante entrada de turistas desde el 2012, año en el cual empezaron las operaciones del tren Ibarra Salinas, la mayoría de los visitantes son de procedencia nacional y su distribución se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla 5: Estadísticas de turistas en Salinas.**

Turistas	2012	2013	2014
<b>Nacionales</b>	16394	19903	17952
<b>Extranjeros</b>	2748	2745	7694
<b>Total</b>	19142	22648	25646

Fuente: Trenes del Ecuador, 2015. Elaboración: Autores.

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### Efectos económicos

A partir de la investigación realizada en Salinas, ha sido posible describir algunos aspectos relativos al entorno social y económico de la parroquia. La principal actividad económica, según el censo de 2010, es la agricultura, a la cual se dedica el 19,9% de la población; en tanto que el 1,1% se dedica a las actividades de alojamiento y servicio de comidas; lo que denota que es necesario un mayor impulso en promoción e inversión para que la actividad turística tenga un impacto significativo en la economía de la comunidad.

Los resultados de esta investigación se derivan de la aplicación de dos grupos de variables: económicas y sociales; consecuentemente la discusión gira en relación con la relevancia propiamente dicha de cada uno de ellos y no de los resultados por sí solos.

La evaluación de los indicadores económicos, tanto para emprendimientos turísticos como a los emprendimientos vinculados al turismo, en lo relativo a empleo, todavía es insuficiente en cuanto a cantidad como a calidad por el alto nivel de precarización que existe; la inversión es baja porque es mínima la afluencia turística que, en su mayoría son nacionales; esta circunstancia no permite aumentar la capacidad instalada, lo que hace necesario replantear la estrategia de mercadeo, como parroquia y como emprendimientos individuales. Los proyectos turísticos que tienen buenas perspectivas de desarrollo son: el gubernamental tren de la libertad y de la parroquia identificado como proyecto de desarrollo intercultural, turístico Palenque. La ventaja que tienen los encadenamientos productivos actuales es que no dependen de intermediarios.

En el siguiente apartado, se puede visualizar un análisis comparativo de los efectos sociales y económicos generados en la población, en base a los indicadores investigados, tanto en los emprendimientos turísticos y emprendimientos vinculados al turismo.

#### Variable empleo

Con respecto al indicador: No. de personas con empleo directo, se encuentra que en los emprendimientos turísticos de Salinas trabajan 28 personas, todos mayores de edad, si tomamos la población de 18 a 60 años, que corresponde a 897 pobladores, entonces el turismo ha generado empleo directo para el 3% de la población mayor de edad y en condiciones de trabajar. Este porcentaje es bastante bajo luego de 3 años de operación del tren de la libertad.

**Tabla 6: Empleo directo.**

Serie	Cantidad	%
Población 18-60 años, empleo directo en turismo	28	3
Población 18-60 años, empleo no turismo	869	97
Población 18-60 años Total	897	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

En relación al indicador: No. de personas con empleo indirecto, se evidencia que en los emprendimientos vinculados al turismo, laboran 59 personas, de los cuales 2 son menores de edad; de igual forma, si comparamos con la totalidad de la población en edad de producción, los em-

prendimientos relacionados al turismo han generado empleo indirecto para aproximadamente el 7% de la población en edad de trabajar. Este porcentaje demuestra que la población que trabaja en emprendimientos vinculados al turismo es muy reducido.

**Tabla 7: Empleo indirecto.**

Serie	Cantidad	%
Población 18-60 años indirecto turismo	57	6,4
Población menor 18 años indirecto turismo	2	0,2
Población 18-60 años turismo	28	3,1
Población 18-60 años no turismo	810	90,3
Total	897	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas, 2015. Censo de población y vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

En cuanto al indicador: temporalidad del empleo, se visualiza que en los emprendimientos turísticos trabajan 28 personas, de las cuales, 13 laboran a medio tiempo, 10 a tiempo completo y 5 de manera ocasional; es decir, la mayoría trabaja a medio tiempo, consecuentemente sus ingresos se reducen, y están obligados a buscar otra actividad que complemente sus ingresos, normalmente las otras actividades son: la agricultura, la fuerza de trabajo en empresas de la zona o de Ibarra.

En los emprendimientos vinculados al turismo, laboran 59 personas, de las cuales, 51 lo hacen de manera ocasional, 6 a medio tiempo y solo 2 a tiempo completo; en este caso la temporalidad laboral es más preocupante; las

personas son contratadas solo por días en la mayoría de los casos, ganando un promedio de 12,00 usd/día; esta situación es más precaria en comparación a los trabajadores de los emprendimientos turísticos.

No necesariamente se debe entender que las personas que laboran tiempo completo, lo hacen de manera regular todo el mes; por el contrario, esta jornada de tiempo completo corresponde a un día, o dos en la semana; y de igual manera una o dos veces en el mes, todo depende de la demanda laboral que exista en ese momento. En su defecto, estas personas no tienen un contrato tiempo completo o medio tiempo de manera regular, sino que ganan el diario trabajando todo el día.

**Tabla 8: Temporalidad del empleo.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Tiempo completo (8 h/día)	10	36	2	3
Medio tiempo (4h/día)	13	46	6	10
Ocasional	5	18	51	87
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

En referencia al indicador: empleo remunerado, es posible evidenciar que, en los emprendimientos turísticos el 25% de los trabajadores reciben el salario básico, mientras que en los emprendimientos vinculados al turismo, lo reciben el 17%; nadie gana por su trabajo el salario digno y tampoco el salario acorde a la canasta básica; es notorio que el trabajo de las personas no es bien remunerado, debido a que, tanto para los emprendimientos turísticos como los

emprendimientos vinculados al turismo, la opción otro salario refleja el 75% y 83% respectivamente; este rubro oscila normalmente entre los 10 hasta 15 dólares diarios, dependiendo de la demanda del momento. El turismo no ha permitido que la población tenga un buen salario que le ayude a sostener el hogar con las condiciones mínimas de vida.

**Tabla 9: Empleo remunerado.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Salario básico 354 usd	7	25	10	17
Salario digno 397 usd	0	0	0	0
Salario acorde a la canasta básica 653 usd	0	0	0	0
Otro salario	21	75	49	83
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

En relación con el indicador: empleo no remunerado, se encuentra que 50% de los emprendimientos turísticos en Salinas son negocios familiares, mientras que, en los emprendimientos no turísticos corresponde el 42% a esta categoría; y en ambos casos los integrantes de la familia

reciben un salario, en base a las características descritas en el indicador anterior, es decir, en un gran porcentaje gana un salario diario.

**Tabla 10: Empleo no remunerado**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Personal del negocio son miembros de la familia	4	50	3	42
No Familiar	3	38	2	29
Mixto	1	12	2	29
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

### Variable inversión turística

El número de emprendimientos turísticos que ofrecen sus servicios en Salinas son 8, los mismos que están clasificados por el tipo de productos que brindan, es así que existen 6 establecimientos de alimentación, 1 ofrece alojamiento y 1 se dedica a las artesanías. La actual oferta de servicios turísticos permite determinar que la parroquia no está consolidada como destino turístico, es un destino de paso, existe la mayoría de establecimientos dedicados a la alimentación porque el turista llega a la zona máximo por un día, por lo cual, casi no existen emprendimientos que brinden alojamiento en vista de que no existe la demanda para este servicio.

Los emprendimientos vinculados al turismo en Salinas son

cabello de las visitantes, estas últimas actividades que son parte y generan también un ingreso a las familias.

**Tabla 12: N° de emprendimientos vinculados al turismo.**

Tipo	Cantidad	%
Danza	4	57
Alimentación (bebidas, p. procesados)	2	29
Trenzas	1	14
Total	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos vinculados al turismo de Salinas, 2015. Censo de población y vivienda Ecuador 2010. SIISE. Elaboración: Autores.

**Tabla 11: N° de emprendimientos turísticos.**

Tipo	Cantidad	%
Alimentación	6	74
Alojamiento	1	13
Artesanías	1	13
Total	8	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

7, la mayoría con el 57% que corresponde a 4 grupos de danza que se han formado, siendo esta la principal atracción de los turistas cuando llegan en tren a la parroquia; existen otros pequeños negocios como la señora que vende jugo de caña, y las señoritas que realizan trenzas en el

En referencia al indicador: Monto de inversión, el mayor número de negocios que han generado inversión en emprendimientos turísticos son 3, el monto oscila entre 3 y 7 mil dólares; mientras que la inversión más alta sobrepasa los 10 mil dólares, pero esto corresponde a un solo emprendimiento; la inversión es variada, también existen 2 negocios que han invertido entre 7 y 10 mil dólares. El efecto contrario sucede en los emprendimientos no turísticos, debido a que 5 negocios tienen una inversión menor a 3 mil dólares, y solo dos cuentan con montos que llegan a 7 mil dólares, siendo el techo en esta categoría.

**Tabla 13: Monto de inversión.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Menos de 3.000	2	25	5	71
Entre 3.001 y 7.000	3	38	2	29
Entre 7.001 y 10.000	2	25	0	0
Más de 10.001	1	12	0	0
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

Variable visitantes

Con respecto al indicador: No. de visitantes por año, se ha encontrado que a partir del 18 de enero del 2012, la parroquia cuenta con un registro único de visitantes realizado por la empresa pública de ferrocarriles, en el cual,

se puede evidenciar que desde la rehabilitación del tren la procedencia de los visitantes es nacional, y esta tendencia se mantiene hasta la presente fecha, con un 80%; y solamente el 20% corresponde a los turistas extranjeros.

**Tabla 14: Visitantes por año.**

Año	T. Nacionales	%	T. Extranjeros	%	Total	%
2012	16394	86	2748	14	19142	100
2013	19903	88	2745	12	22648	100
2014	17952	70	7693,8	30	25646	100
Total	54249	80	13187	20	67436	100

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador, 2015. Elaboración: Autores.

Acerca del indicador: perfil del visitante, y en base con el análisis del indicador anterior, el visitante nacional que acude a Salinas se encuentra principalmente en un rango de edad entre 21 y 50 años, las mujeres ocupan una mayoría importante, y la característica es viajar en familia, la mayoría de los visitantes son trabajadores privados y empresarios; la principal motivación para visitar la parroquia es viajar en tren y la más importante fuente de difusión es la propaganda realizada por la empresa de ferrocarriles. En cuanto al indicador: gasto del visitante, es posible evidenciar que los turistas nacionales para visitar Salinas tienen un presupuesto estimado de 20,00 usd al día por persona. Este monto está destinado a la adquisición de varios servicios entre ellos: alimentación, artesanías y transporte.

**Encadenamiento productivo**

Según el análisis del indicador: proveedores, en Salinas no existe una cadena productiva consolidada que permita generar un proceso de producción en el cual, colaboren varias familias con sus correspondientes emprendimientos, y así, permitir el fortalecimiento de la economía local; la actividad turística no ha logrado ser el motor de este encadenamiento, es así que, el 63% de proveedores son externos, casi todos los negocios salen a comprar materia prima en la ciudad de Ibarra, entre los proveedores más importantes están: el Mercado de Ibarra, la Coca Cola, Pronaca, Distribuidora de Pollos Don Fernando y los Abastos Mi Rey.

Los proveedores internos representan el 25%, se destacan los abastos del Sr. Pacheco, las empanadas de la Sra. María y el juego de ovo y tuna de la Sra. Verónica; es visible que son pequeños negocios que aportan con algunos productos, pero no representan realmente una microempresa en la cual su contingente sea significativo para fortalecer el encadenamiento productivo en Salinas y dinamizar la economía local. A los emprendimientos no turísticos se les preguntó sobre la materia prima que entregan a los negocios turísticos, el 86% responde: ninguno, el 14% manifiesta ayudar en la confección y arreglo de las prendas de vestir que son usadas básicamente en los grupos de danza.

**Tabla 15: Proveedores.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%
Proveedores Salinas	2	25,0
Proveedores Externos	5	62,5
Sin especificar	1	12,5
Total	8	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

Según el indicador: intermediarios, los emprendimientos turísticos que trabajan en Salinas no utilizan intermediarios para comercializar sus productos, este hecho tiene en primera instancia una gran ventaja, debido a que, la venta es directa y esto permite que no exista comisiones lo cual, por una parte encarece el producto y también reduce las utilidades para el productor; sin embargo, no usar intermediarios también deja claro que los emprendimientos no están siendo manejados con lineamientos administrativos, se carece de estrategias de comercialización, promoción y publicidad hacia otros mercados externos, con el objetivo de ampliar las ventas y por ende mejorar sus ingresos. A los emprendimientos no turísticos se les preguntó si ellos venden algunos productos provenientes de emprendimientos turísticos, la contestación confirma el análisis planteado con un 100% de respuestas negativas en cuanto a este tema

**Tabla 16: Intermediarios.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
SI	0	0	0	0
NO	8	100	7	100
Total	8	100	7	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

#### Efectos sociales

La evaluación de los indicadores sociales tanto en los emprendimientos turísticos como no turísticos, referentes a pobreza, escolaridad, equidad de género, etnia e idioma permiten potenciar el efecto de los proyectos gubernamentales aplicados en la parroquia, especialmente el tren de la libertad; entre los privados, merece mencionarse el trabajo realizado por Klein Tours. De acuerdo a los censos de 2001 y 2010, la pobreza disminuyó 10 puntos y la pobreza por necesidades básicas insatisfechas también, por intervención de algunos factores endógenos y exógenos. Los niveles de escolaridad todavía son bajos, pero hay que insistir en la capacitación en tareas específicas del turismo, para que el servicio sea competitivo. Existe equidad de género de acuerdo a la distribución social del trabajo, es fundamental destacar que en el campo turístico es muy alta la participación de las mujeres. Existe preferencia para contratar afro ecuatorianos como una forma de destacar la cultura local a través de su gente. No hay todavía la urgencia de dominar otro idioma como el inglés debido a que, el turismo interno tiene un porcentaje bastante alto en la zona.

En base al criterio de las personas entrevistadas y además, de la observación de campo, es posible manifestar que en la parroquia no se han producido efectos sociales negativos, debido a que, primero es un destino de paso, y también, porque según manifiesta el Presidente del GAD Salinas, además se evidencia en el perfil del turista, que los usuarios del tren son personas con un nivel de preparación importante, lo cual ayuda a mantener una convivencia normal durante el poco tiempo que permanecen en la comunidad; también es importante destacar que la comunidad esta empoderada con el tema relacionado a la buena atención al turista.

**Variable pobreza**

En Salinas, según el indicador necesidades básicas insatisfechas NBI, 924 pobladores se encuentran en el grupo de pobreza por NBI, lo cual corresponde al 53% de la población total. Dentro de la discusión se han incorporado los datos de la parroquia La Carolina, la cual se encuentra bastante cerca y cuenta con una estructura social, econó-

mica y ambiental de características similares a la parroquia de Salinas; la inclusión de esta parroquia tiene la finalidad de comparar los niveles de pobreza, en La Carolina el 96% de sus pobladores viven en una situación de pobreza por NBI, es importante destacar que la parroquia no cuenta con un potencial turístico importante y por ende, la actividad turística es casi nula. De esta manera es posible inferir que en Salinas, la presencia del tren y su respectiva actividad turística de alguna manera ha provocado mejorar los servi-

**Tabla 17: Pobreza –NBI-**

Serie	Salinas		La Carolina	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Pobres por NBI	924	53	2620	96
No pobres por NBI	812	47	111	4
Total	1736	100	2731	100

Fuente: Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010, SIISE. Elaboración: Autores.

cios más básicos de la población como son: vivienda, salud, educación y empleo; situación que en cambio en La Carolina no se evidencia esta dotación de servicios; en base con este criterio es posible definir que el turismo en Salinas de manera indirecta ha tenido un cierto nivel de influencia, lo que ha permitido de alguna forma lograr que la población tenga mejores condiciones de vida y por consiguiente, se ha logrado reducir paulatinamente los niveles de pobreza.

**Escolaridad**

El análisis del indicador: nivel educativo alcanzado, permite sostener que trabajar en turismo para los pobladores de Salinas ha significado acceder a la educación primaria en 1%, la secundaria en 4%, y universitaria en 6%, todo

esto en relación a la población total que asiste a centros de educación en sus diferentes niveles; son porcentajes bastante bajos, tomando en cuenta que es igual bajo el número de pobladores que trabaja en turismo, posiblemente en el nivel universitario se puede apreciar un leve interés y necesidad de formarse a este nivel en temas de turismo, sin duda, hace falta que la gente tenga conciencia de que la educación permite entre otras cosas, brindar un servicio de calidad que contribuya a transformar a Salinas como un destino turístico nacional. En los emprendimientos no turísticos es una realidad que se repite en porcentajes similares, exceptuando el porcentaje en la educación secundaria, el cual se incrementa levemente, es así que, se convierte en una necesidad colectiva la educación.

**Tabla 18: Escolaridad.**

Nivel educativo	Trabajadores de emprendimientos turísticos	%	Trabajadores de emprendimientos vinculados al turismo	%	Trabajadores de otras actividades	%	Población Salinas	%
Primaria	11	1	7	1	785	98	803	100
Secundaria	13	4	41	14	247	82	301	100
Universitaria	4	6	11	15	57	79	72	100
Posgrado	0	0	0	0	4	100	4	100
Otros	0	0	0	0	390	100	390	100
Total	28	2	59	4	1483	94	1570	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas.2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010, SIISE. Elaboración: Autores.

## Equidad de género

En función del indicador: porcentaje de participación de hombres y mujeres, en Salinas 26 mujeres, de un total de 28 personas, trabajan en los emprendimientos turísticos, y 53, de un total de 59 personas, lo hacen en emprendimientos vinculados al turismo, lo que corresponde al 3% y 6% respectivamente en relación a la población total de mujeres. Porcentajes muy altos dentro de la actividad turística, en relación a la participación

de los hombres, son prácticamente la mayoría, cumpliendo en demasía la equidad de género. Sin duda, que en relación a la población total, el porcentaje es bajo; la actividad turística necesita ampliar su producción y por lo tanto incluir al resto de mujeres, para que tengan las mismas oportunidades de crecer mediante un trabajo que les permita sostener a sus hogares.

**Tabla 19: Equidad de género.**

Nivel educativo	Trabajadores de emprendimientos turísticos	%	Trabajadores de emprendimientos vinculados al turismo	%	Trabajadores de otras actividades	%	Población Salinas	%
Mujeres	26	3	53	6	808	91	887	100
Hombres	2	0,2	6	0,7	846	99,1	854	100
Total	28	2	59	3	1654	95	1741	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010 SIISE. Elaboración: Autores.

## Etnia

En relación al indicador: auto identificación, la población de Salinas está conformada por una abundante mayoría de afro ecuatorianos, y eso se refleja en porcentajes bastante altos de trabajadores tanto en los emprendimientos turísticos como no turísticos, trabajar en esta actividad ha

sido la oportunidad para consolidar su identidad cultural, de hecho, después del tren, el atractivo que caracteriza a Salinas es justamente las manifestaciones culturales negras, las cuales son presentadas a los turistas mediante danzas, comida, artesanías y otros.

**Tabla 20: Auto identificación ET-EvT.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%
Afro ecuatorianos	23	82	58	98
Blancos	0	0	0	0
Mestizos	5	18	1	2
Indios	0	0	0	0
Total	28	100	59	100

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Elaboración: Autores.

### Idioma

El análisis del indicador: idioma extranjero, permite sostener que es una tendencia bastante marcada dentro de los pobladores de Salinas el desconocimiento de un idioma extranjero, entre los trabajadores de los emprendimientos no turísticos nadie sabe otro idioma, y lastimosamente hasta la presente fecha, el 82% de quienes trabajan en emprendimientos turísticos no dominan algún idioma extranjero, esto se debe principalmente a que la mayoría de turistas que visitan la zona son nacionales, entonces la necesidad de comu-

nicarse en otro idioma es mínima, aparte de que el nivel de educación y de ingresos, entre otros factores, que han sido tratados con antelación, no permiten invertir en este tipo de capacitación. Eso no significa que no sea importante conocer otros idiomas, y es un tema pendiente para los líderes del sector público y privado capacitar a la comunidad en este y sin duda en otros tópicos relacionados. El 18% que manifiesta conocer otro idioma, se refiere al inglés, pero el dominio del mismo es bajo.

**Tabla 21: Idioma extranjero ET-EvT.**

Serie	Emprendimientos turísticos	%	Emprendimientos vinculados al turismo	%	Población Salinas	%
SI	5	18	0	0	12	0,7
NO	23	82	59	100	1729	99,3
Total	28	100	59	100	1741	100,0

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas, 2015. Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010 Redatam. Elaboración: Autores.

### Matriz evaluación de los efectos socioeconómicos generados por el turismo en Salinas.

La presente matriz ha sido adaptada para reflejar el nivel de impacto del turismo en el ámbito socioeconómico de la comunidad de Salinas, para lo cual, se presenta cuatro parámetros que han permitido evaluar los efectos, los mismos que se detallan a continuación:

- La intensidad, permite definir el grado de cambio sufrido en la comunidad en función de las actividades turísticas realizadas, este valor numérico oscila entre 0 y 3; correspondiendo a 0 cuando no existe ningún impacto, 1 representa bajo impacto, 2 significa mediano impacto y 3 corresponde a un alto impacto.
- La extensión, mide el alcance geográfico de los impactos generados en la comunidad, el valor numérico para este parámetro es: 3 alcance regional, 2 ámbito provincial, 1 alcance local y 0 cuando no existe impacto.
- El signo, ayuda a identificar a los impactos positivos y negativos, representados por el signo + y el signo - respectivamente, se adjudica el valor 0 cuando no existe impacto.
- La significancia, es un parámetro que resume los valores descritos anteriormente y permite representar en términos literales el nivel de impacto generado por el turismo en Salinas, en base con la siguiente clasificación: alto, mediano, bajo y neutro en el caso de no existir impacto.

**Tabla 22: Matriz de efectos socioeconómicos de Salinas.**

Matriz de evaluación de los efectos socioeconómicos provocados por el turismo en Salinas-Imbabura

Variable	Área económica		Intensidad	Extensión	Signo	Significancia
	Indicador					
A. Empleo	No. de personas con empleo directo		1	1	+	Bajo
	No. de personas con empleo indirecto		1	1	+	Bajo
	Temporalidad del empleo		1	1	-	Bajo
	Empleo remunerado		1	1	+	Bajo
	Empleo no remunerado		1	1	+	Bajo

B. Inversión Turística	No. de emprendimientos turísticos	2	1	+	Medio
	No. de emprendimientos no turísticos	2	1	+	Bajo
	Monto de inversión emprendimientos turísticos	1	1	+	Bajo
	Monto de inversión emprendimientos vinculados al turismo	1	1	+	Bajo
C. Visitantes	No. de visitantes nacionales por año	3	3	+	Alto
	No. de visitantes extranjeros por año	1	0	+	Bajo
D. Encadenamiento Productivo	Proveedores Salinas	0	0	-	Neutro
	Proveedores externos	3	2	+	Alto
	Intermediarios Salinas	0	0	0	Neutro
	Intermediarios externos	0	0	0	Neutro
<b>Área social</b>		<b>Intensidad</b>	<b>Extensión</b>	<b>Signo</b>	<b>Significancia</b>
<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>				
A. Escolaridad	Nivel educativo alcanzado	1	1	+	Bajo
B. Equidad de género	Porcentaje de participación de mujeres	2	1	+	Medio
	Porcentaje de participación de hombres	1	1	+	Bajo
C. Idioma	Idioma extranjero	1	0	0	Bajo

Fuente: Encuesta a los emprendimientos turísticos de Salinas. 2015. Elaboración: Autores.

## CONCLUSIONES

La parroquia de Salinas, de acuerdo con los datos los dos últimos censos, ha tenido un evidente progreso en indicadores sociales como nivel de pobreza y acceso a la educación; incluso en vías de comunicación, infraestructura y equipamiento, pero todavía no alcanza los niveles adecuados de desarrollo y calidad de vida.

El principal capital, dentro del patrimonio inmaterial de la comunidad de Salinas, es su cultura, que se manifiesta en forma de; la tradición oral, la música, las artesanías, la gastronomía, entre las más importantes; seguido muy de cerca del patrimonio material; estos dos elementos conforman mayoritariamente el potencial turístico de Salinas; el mismo que se complementa con los sitios naturales, los mismos que, en la zona son muy pocos, y no aportan significativamente dentro del potencial turístico de la comunidad.

La planta turística en Salinas, se concentra mayoritariamente en establecimientos de alimentación, debido a que la zona es un atractivo de paso, por lo cual, el servicio que tiene mayor demanda es la comida, sin duda que se ofrecen en menor proporción otros servicios como la guía, presentaciones artísticas, visitas a museos; estos servicios están englobados en un solo producto turístico "El tren de la libertad" que es ofertado por la empresa de ferrocarriles del Estado, la comunidad no ha presentado una oferta propia al mercado turístico.

Los registros de llegada de turistas a la parroquia, usando el tren, desde el año 2012, hasta la presente fecha, mantienen una tendencia estable; 21.000 es el número de visitantes promedio anual, con una muy elevada frecuencia de visitantes de procedencia nacional.

La participación de las mujeres tiene un grado bastante alto en el componente empleo de los emprendimientos turísticos; de este modo, el enfoque de género se compensa pues las mujeres han sido tradicionalmente excluidas en el acceso a los puestos de trabajo; desafortunadamente, la calidad del empleo aun es precario porque la actual afluencia de turistas todavía no es suficiente para incrementar las inversiones y mejorar las remuneraciones.

El todavía incipiente turismo comunitario no ha logrado, hasta ahora, sustituir a la principal actividad económica de Salinas que es la agricultura que es la fuente de ingresos de la mayoría de los pobladores. Y no debe hacerlo, pues la presencia de la agricultura debe ser complementaria al turismo.

El proyecto gubernamental del tren de la libertad todavía no genera el suficiente impacto en la economía de la comunidad, los beneficios sociales son mínimos e indirectos; mientras que los beneficios económicos de igual manera, son bajos, los emprendimientos generados tienen una baja inversión; por lo tanto, la producción de servicios, la generación de empleo, entre otros también es mínima, sin duda que cubre algunas necesidades, pero el impacto después de tres años de operación turística, no es representativo y es difícil sostener que el turismo ha logrado cambios significativos en el diario vivir de los pobladores de Salinas.

Es importante destacar que en la comunidad no se perciben aún efectos negativos provocados por el turismo en el ámbito social, debido principalmente porque es un atractivo de paso, el turista permanece en la parroquia un promedio de 4 horas, esto sumado a que, la comunidad se encuentra empoderada en recibir bien al turista, y el índice de inmigración es casi nulo, son los mismo pobladores los que se encargan de brindar los servicios.

**REFERENCIAS**

**Anzola, R. (2006).** El turismo como herramienta de apoyo al desarrollo rural. Instituto Interamericano de Turismo. Boca Ratón (USA).

**Cámara Provincial de Turismo. (2013).** Análisis estadístico del sector turístico. Quito. Recuperado de: [http://www.captur.travel/web2011/noticias\\_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf](http://www.captur.travel/web2011/noticias_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf)

**Castellanos, M. y Orgaz, F. (2013).** Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. TURyDES. Santo Domingo.

**Castillo, E. (2011).** Proyectos turísticos, localización e investigación. México. Editorial Trillas.

**Chevez, T. (2011).** Turismo comunitario y su aporte al desarrollo local. Portoviejo.

**FEPTCE. (2007).** Guía de turismo comunitario del Ecuador. Ecuador.

**Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública. (sf).** Plan maestro del ferrocarril turístico patrimonial del Ecuador. Quito.

**Figuerola, M. (2004).** La organización técnica y administrativa de la política económica del turismo. Especial referencia al caso español. Cuadernos de Política Económica. Vol 7.

**Galí E., Majó J. & Vidal, D. (2000).** Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción en internet, Cuadernos de turismo, n° 6, pp. 73-87.

**García, A. (2006).** Guía para la Elaboración de Productos Turísticos. Corporación Metropolitana de Quito.

**Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santa Catalina de Salinas. (2013).** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Santa Catalina de Salinas. Ibarra. Recuperado de: <http://www.ame.gob.ec/cooperacion/index.php/component/phocadownload/category/30-generacion-de-opportunidades?download=139:salinas-bombodromo-etnocultural-palенque>

**Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM. (2014).** Boletín mensual: Momento Económico. Números 40, 41 y 42. México, D.F. Recuperado de: [http://www.iiec.unam.mx/sites/www.iiec.unam.mx/files/bol\\_mom\\_econ/boletin40-42\\_0.pdf](http://www.iiec.unam.mx/sites/www.iiec.unam.mx/files/bol_mom_econ/boletin40-42_0.pdf)

**Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010).** Censo de población y vivienda 2010. Ecuador. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

**Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010).** Sistema integrado de consultas. Redatam. Censo de población y vivienda 2010. Ecuador. Recuperado de: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

**Ley de Turismo. (2002).** Ley 97. Registro oficial suplemento 733 de 27 de diciembre de 2002. Última modificación: 06 de mayo de 2008. Quito.

**López, T. & Sánchez, S. (2009a).** Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo: Un estudio de caso en el Salvador. REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos, N° 30.

**López, T. & Sánchez, S. (2009b).** Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso de Nicaragua. Cuadernos de Desarrollo Rural, n° 6.

**Maldonado, C. (2006).** Turismo y comunidades indígenas. Documento de trabajo Núm. 79. Organización Internacional de Trabajo.

**Manyara, G. y Jones, E. (2007).** Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 15, N° 6, pp. 628-644.

**McKercher, B. & Du Cros, H. (2002).** Cultural Tourism: The partnership between tourism and culture heritage management. Oxford: The Haworth Hospitality Press.

**Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.** Sistema de indicadores sociales del Ecuador. Censo de población y vivienda 2010. Recuperado de: <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>

**Ministerio de Turismo (2007).** Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020. Quito.

**Ministerio de Turismo (2012).** Informe de gestión 2012. Quito.

**Ministerio de Turismo (2015).** Coordinación General de Estadística e Investigación. Principales indicadores 2015. Boletín de Marzo. Quito-Ecuador. Recuperado de: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Turismo-Receptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-marzo-2015.pdf>

**Mohonk Agreement (2000).** Taller de Turismo Sostenible y Ecoturismo. Mohonk Mountain House. New York.

**Monreal, P. (2003).** El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 3, pp.213-236. CONACULTA, México DF.

**Nae-Wen, K. & Pei-Hun, C. (2009).** Quantifying energy use, carbon dioxide emission, and other environmental loads from island tourism based on a life cycle assessment approach. Journal of Cleaner Production, vol. 17, n° 15

**Nyaupane, P., Duarte B. & Lorraine, D. (2006).** The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. Tourism Management, vol. 27.

**Organización Mundial del Turismo. (1999).** Desarrollo turístico sostenible: Guía para planificadores locales. Madrid.

**Organización Mundial del Turismo. (2000).** Taller de indicadores de sostenibilidad en turismo para los países de Sudamérica (Informe Final), Villa Gesell, Argentina.

**Organización Mundial del Turismo. (2005).** Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: Guía práctica. Madrid.

**Palomo, S. (2003).** El turismo y la cooperación al desarrollo. Jornadas de Turismo y Cooperación al desarrollo. Barcelona.

**Reglamento general a la Ley de Turismo. (2004).** Registro oficial 244 de 05 de enero 2004. Última modificación: 09 enero de 2008. Quito.

**Reglamento para los centros turísticos comunitarios. (2010).** Registro oficial 154 de 19 de marzo de 2010. Quito.

**Richards, G. (2001).** El desarrollo del turismo cultural en Europa. Estudios Turísticos n° 150, 3-13.

**Sánchez, C. (2002).** Turismo y estética formativa Rev. 1. Vol. V. Colombia.

**Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Senplades. (2013).** Plan nacional para el buen vivir 2013-2017. Quito. Recuperado de: [www.buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec)

**Valls, J. et al. (2004).** Gestión de destinos turísticos sostenibles. Barcelona.