

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

La comuna San José, parroquia Manglaralto dirigiéndose hacia un desarrollo turístico sostenible.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Gladys Natalia Anilema Yautibug

Lisette Mercedes Ortega Reyes

Guayaquil – Ecuador

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedicamos a la comunidad San José para quienes se realizó la investigación durante los últimos cuatro meses, el producto final permitirá a la comuna establecerse una misión y alcanzar el reconocimiento turístico a través del producto que vayan a desarrollar en el futuro.

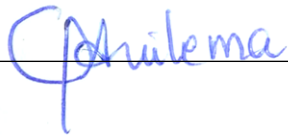
AGRADECIMIENTOS

Nuestro más sincero agradecimiento para aquellas personas que han sido parte de cada fase del proyecto integrador, es agradable para nosotras mencionar en primer lugar a Dios, por cuidarnos en todo momento, en segundo lugar, a nuestros padres y hermanos, en especial nuestras madres María Yautibug Anilema y María Reyes Del Valle, porque han sido el apoyo y la fuerza que hemos necesitado para no rendirnos jamás y a mi padre Carlos Ortega que cada día me saca una sonrisa haciéndome olvidar del estrés universitario, en tercer lugar, a nuestra tutora Mst. Ivonne Antonieta Martín Moreno, por ser la guía durante todo el trabajo realizado, por último, a nuestros docentes de la carrera, quienes han sido la fuente de los conocimientos adquiridos durante nuestra vida universitaria.

Gladys y Lissette

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Gladys Natalia Anilema Yautibug* y *Lisette Mercedes Ortega Reyes* damos nuestro consentimiento para que la ESPOl realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual.”



Gladys Natalia Anilema Yautibug



Lisette Mercedes Ortega Reyes

EVALUADORES



Mst. Ivonne Antonieta Martin Moreno

PROFESOR DE LA MATERIA



Mst. Ivonne Antonieta Martin Moreno

TUTOR DE LA MATERIA

RESUMEN

La comuna San José perteneciente a la parroquia Manglaralto del Cantón San Elena presenta una necesidad orientada al bajo aprovechamiento de sus recursos, lo cual se debe, a que posee poca orientación en materia de planificación turística; la siguiente investigación se enfoca en analizar los componentes importantes de un producto turístico con la finalidad de elaborar una guía de orientación para diseñar un producto turístico sostenible como comunidad. La investigación se realizó mediante observaciones no participantes en la comuna, entrevistas semiestructuradas con actores involucrados y encuestas de vocación turística y demanda potencial turística para conocer los intereses, motivaciones o necesidades en aspectos turísticos. Para lograr el análisis respectivo se tomó en consideración ciertos componentes del sistema turístico como infraestructura, oferta, demanda y comunidad receptora. La aplicación de las técnicas empleadas a guayaquileños y cuencanos mostraron que los comuneros desean ofrecer un lugar tranquilo en ambos entornos, aunque poseen deficiencias en infraestructura y en oferta turística; en cuanto a los visitantes, presentaron gran interés en llegar a un sitio donde puedan disfrutar en familia de aventura y relajación gastando diariamente entre 50 a 100 USD; el disfrute de los turistas en la comuna dependerá de una infraestructura adecuada, oferta turística significativa y preservación de la naturaleza. Por lo tanto, se concluye que San José puede llegar a ser un lugar ideal para disfrutar, solo si aprovecha de forma responsable los dos entornos que posee, potencializándolo con un producto turístico sostenible y con el apoyo necesario para realizar sus mejoras correspondientes.

Palabras clave: Sistema turístico, orientación, producto turístico, sostenible.

ABSTRACT

The San José commune belonging to the Manglaralto of the Santa Elena's canton presents a necessity focused on the low use of their resources, which is due to because it has few orientation in asignature of tourism planning; the following research is focusing on analyzing the indispensable components of a tourism product with intention of developing an orientation guide to design a sustainable tourism products as community. The research was realized through non participant observations on the commune, semistructured interviews with the actors involved and surveys about tourist vocation and potential tourist demand to know the interest, motivations or needs in tourist aspects. To achieve the analysis it was used certain components of tourism systems such as supply, demand and community. The techniques of research was used to people from Guayaquil, Cuenca and community members, that showed that the they wishes to offer a quiet place involve both environments, although they have deficiencies in supply and infrastructure; to side of visitors, they showed hole interest in visit a place where they can enjoy of adventure and relax with their family, spending between 50 and 100 USD daily; the experience of tourists in the commune depend on a good infrastructure and tourist offer unique and the conserved their environment. Therefore, this research concluded with that San José could become an perfect place to enjoy, only if they take advantages of their two environments of the correct way, and making a sustainable tourism products and making the correct improvements with the support neccesary.

Key words: *Tourist system, orientation, turistic product, sustainable.*

ABREVIATURAS

ESPOL: Escuela Superior Politécnica del litoral

OMT: Organización Mundial del Turismo

MINTUR: Ministerio de Turismo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas

SENATUR: Secretaría Nacional de Turismo

SERNATUR: Servicio Nacional de Turismo

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1: Mapa de Actores	23
Figura 3.1: Proceso de planificación turística	28
Figura 3.2: Sistema turístico	29
Figura 3.3: Resumen de entrevista.....	32
Figura 3.4: Lluvia de ideas de actores claves.....	33
Figura 3.5: Matriz de impacto y dificultad	34
Figura 3.6: Fechas en que realizan viajes guayaquileños y cuencanos	37
Figura 3.7: Preferencia de acompañante en viajes	37
Figura 3.8: Conocimiento de la existencia de la comuna San José.....	38
Figura 3.9: Presupuesto de gasto diario durante la visita en la comuna	39
Figura 3.10: Presupuesto de mejora en equipamiento	40
Figura 3.11: Resultados de retroalimentación de validadores	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Criterios de Rigor.....	26
Tabla 2.2: Criterios de ética.....	27
Tabla 3.1: Resultados de la ficha de caracterización de la comuna.....	29
Tabla 3.2: Resultados de entrevista con actores claves.....	31
Tabla 3.3: Resultados de encuestas sobre vocación turística.....	34
Tabla 3.4: Validadores de prototipo de la guía.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:Ficha de levantamiento de información	74
Anexo 2: Entrevista a los actores internos.	78
Anexo 3: Entrevista a los actores externos	79
Anexo 4: Encuesta de Vocación Turística	80
Anexo 5: Encuesta Demanda Potencial	81

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
DECLARACIÓN EXPRESA.....	4
EVALUADORES.....	5
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT	VII
ABREVIATURAS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XI
ÍNDICE GENERAL	XII
CAPÍTULO 1.....	14
1. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Descripción del problema	15
1.2. Justificación del problema	15
1.3. Objetivos	16
1.3.1. Objetivo General	16
1.3.2. Objetivos Específicos.....	16
1.4. Marco Teórico	16
1.4.1. Diagnóstico turístico.....	17
1.4.1.1. Análisis de la infraestructura, oferta y demanda turística.....	18
1.4.2. Vocación turística territorial.....	19
1.4.3. Nuevas tendencias de la demanda	20
1.4.4. Pautas para el diseño de productos turísticos	20
1.4.5. Productos turísticos sostenible	21
CAPÍTULO 2.....	23

2. METODOLOGÍA	23
2.1. Fuentes de información	24
2.1.1. Investigación primaria	24
2.1.2. Investigación secundaria.....	24
2.2. Selección de la muestra	24
2.3. Técnicas de investigación	25
2.3.1. Métodos cualitativos - Entrevistas.....	25
2.3.2. Métodos cuantitativos - Encuestas.....	25
2.4. Criterios de rigor y ética	26
CAPÍTULO 3.....	28
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS	28
3.1. Análisis de revisión de la literatura	28
3.2. Análisis de la observación no participante	29
3.3. Análisis de la entrevista a los actores claves	30
3.4. Análisis de lluvia de ideas, satura y agrupa	32
3.5. Análisis de matriz impacto-dificultad	33
3.5. Análisis de encuestas.....	34
3.7. Propuesta de prototipo	41
3.7. Validación del prototipo	41
3.8. Matriz feedback	42
CAPÍTULO 4.....	43
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
4.1. Conclusiones.....	43
4.2. Recomendaciones.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	46
APÉNDICES.....	48
ANEXOS.....	74

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a sitios que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 2007) Debido a ello, esta industria se interrelaciona con varios componentes que forman parte del sistema turístico para alcanzar un fin común. Los principales elementos en que se enfocará este proyecto son la oferta, demanda e infraestructura. La relación entre ellos permitirá el desarrollo integral hacia un turismo sostenible como fuente de oportunidad para el crecimiento de una localidad y preservación de la misma.

La problemática que surge en esta investigación es debido al desconocimiento de acciones que se deben implementar en un destino para que sea considerado turístico, siendo también sostenible y viable para el ecosistema, tomando en consideración las percepciones y necesidades tanto de la comunidad, visitante y naturaleza, es por ello, que se considera necesario el estudio de la oferta, demanda e infraestructura de la localidad ya que sin un adecuado equipamiento en el territorio puede repercutir a impactos negativos en el entorno.

El objetivo principal de este proyecto de investigación es elaborar una guía para el diseño de productos turísticos sostenibles, mediante el análisis de la infraestructura, oferta y demanda que conlleve al crecimiento local de la comunidad receptora, fomentando la diversificación y especialización de la población. Es decir, se busca entender la relación entre los visitantes, la comunidad y la naturaleza diseñando pautas que ayuden a la implementación de productos o actividades turísticas sostenibles, realizando el correcto equipamiento que debe tener el lugar de manera que equilibre la preservación y responsabilidad de ambos hacia el medio ambiente.

1.1. Descripción del problema

San José es una comuna perteneciente a la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena. La comuna posee dos entornos, los cuales se encuentran divididos por la ruta del Spondylus; por un lado, está la consolidación de la población frente a la playa y por el otro se tiene la elevación natural, pero, con población dispersa. En la actualidad los habitantes de la comuna San José presentan una leve visión del correcto aprovechamiento de los recursos naturales que los rodea, dentro de las cuales se encuentran: cascada, pozos azufrados, montañas, plantaciones de frutos, finca, playa y río. Sin embargo, la comunidad presenta un gran interés por mostrar al turista un espacio correctamente equipado y agradable de visita.

Adicionalmente, la escasa orientación en materia de planificación y promoción turística inclina a la comuna hacia el bajo reconocimiento de ubicación territorial y a la poca afluencia de turistas. Por otro lado, San José presenta carencias en la oferta turística, servicios básicos y baja identificación de la demanda, así como también, una educación muy limitada en los comuneros, lo que perjudica el desarrollo de las actividades turísticas dentro de la comuna; por consiguiente, su economía se basa principalmente en labores de construcción o agricultura dentro y fuera de su entorno habitual.

1.2. Justificación del problema

La comuna San José cuenta con potencial turístico, pues posee recursos naturales que lo rodean, y que les proporcionan una ventaja comparativa frente a las demás comunas de la parroquia Manglaralto. Por otro lado, el uso adecuado de los recursos y aprovechamiento de los mismos pueden generar productividad e innovación, favoreciendo económicamente a los habitantes de la zona a través de la promoción y, por consiguiente, la concurrencia en el territorio.

Debido a ello, se considera pertinente el desarrollo de proyectos de investigación que respondan de forma correcta a la problemática que presenta la comuna, con mira no solamente al crecimiento local de la comunidad receptora, sino también al cumplimiento de las necesidades del visitante, a través de una planificación colaborativa y correcta gestión del entorno turístico. De manera que contribuya al fortalecimiento de los recursos y/o atractivos que ya forman parte

de la oferta turística y los que aún están en desarrollo, fomentando la ampliación y diversificación del lugar.

Adicional a ello, la implementación oportuna de propuestas de solución permitirá la captación de entidades públicas para elaboración de futuros proyectos que vinculen a la comunidad.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Elaborar una guía para el diseño de productos turísticos sostenibles mediante el análisis de la infraestructura, oferta y demanda.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la vocación territorial mediante el diagnóstico turístico de la localidad.
- Identificar productos turísticos aplicables a la comuna mediante el análisis de la oferta junto con la demanda potencial.
- Determinar el presupuesto de las mejoras en el equipamiento para el desarrollo de productos turísticos mediante estimación de costos con expertos.

1.4. Marco Teórico

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo (OMT, 2020). Así mismo, con el pasar de los años se han ido incrementando definiciones y modelos para su desarrollo. Una de esas concepciones es el origen del desarrollo local propuesto desde 1940 por la UNESCO para ayudar a los países que se encontraban con menor crecimiento económico y social. Fue allí cuando se comienza a plantear interrogantes sobre la necesidad de promover el desarrollo en espacios territoriales definidos (Lorenzo & Morales, 2014)

Varias fueron las definiciones planteadas, pero todas llegaban a un mismo fin, el crecimiento económico y social, sin embargo, se destaca la importancia de cada concepto tomando como referencia la definición de Gonzáles (como se citó en Lorenzo & Morales, 2014) que menciona al entorno natural, dejando expectativas

sobre la relación que puede existir con la comunidad, lo que conllevó a la definición de desarrollo local como:

La integración socio -económico y medioambiental de todos los factores que forman parte de una región o localidad, donde los agentes locales tras el uso de los recursos tanto endógenos como exógenos son capaces de crear mejora continua en su calidad de vida. (Lorenzo & Morales, 2014, pág. 454)

Tomando en consideración lo antes expuesto, San José se muestra como un espacio comunitario que busca mejorar la calidad de vida de sus habitantes, de manera que satisfagan las necesidades y aspiraciones tanto de la localidad como de los visitantes, todo en base al diagnóstico turístico del mismo.

1.4.1. Diagnóstico turístico

Para direccionar a una comunidad hacia el desarrollo turístico, logrando el progreso económico y social, el territorio debe comenzar por un diagnóstico turístico situacional, tomando en cuenta que dentro del proceso de planificación existen 7 etapas que se pueden ir modificando según las condiciones locales y el enfoque que se quiera presentar en su planificación, sin embargo, solo las etapas 3 y 4 forman parte del diagnóstico de la planificación.

Entendiendo que la etapa 3 abarca estudios y evaluaciones del territorio, los cuales permiten recoger información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura (Ricaurte, 2009, pág. 9).

Adicional a ello, la etapa 4 complementa el estudio de la situación actual mediante el análisis y síntesis de forma integrada e interrelacionada de todos los elementos, con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, las limitaciones de crecimiento, la segmentación del mercado objetivo e identificar los productos potenciales, para obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones dentro del territorio (Ricaurte, 2009).

Como se ha mencionado anteriormente el sistema turístico direccionado en el enfoque sistémico es de gran utilidad para el proyecto, pues como menciona Varisco (2013), ese enfoque ayuda a entender al turismo como una actividad en el que no solo se pone atención a lo que posee el territorio, sino también al empoderamiento de los interesados internos y externos de la localidad, así como a los impactos que se pueden generar en el futuro.

1.4.1.1. Análisis de la infraestructura, oferta y demanda turística

Una vez comprendida que dentro de un diagnóstico se encuentra el sistema turístico, es importante hacer hincapié en el análisis de los componentes que se establecen en un producto turístico, partiendo desde la infraestructura debido a que se considera una base que repercute en la creación de una oferta de calidad, es decir, se relaciona con los servicios básicos que posee la comunidad receptora como: accesibilidad, transporte, comunicación, sanidad y salud (Saravia & Muro, 2016). Por otro lado, también es importante evaluar la oferta, porque en el momento que se desea lograr afluencia de visitantes se debe comprender que va más allá de servicios como alojamientos, restauración o actividades de ocio, es decir, que la oferta turística “corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura y comunidad receptora” (SERNATUR, Manual de capacitación, 2018, pág. 13).

Por lo tanto, dentro de un territorio que desea desarrollar un producto turístico de calidad se debe tomar en consideración los elementos mencionados anteriormente. Además, tampoco se debe dejar de lado el estudio de la demanda, pues constituye a los individuos que visitan o van a visitar la comunidad, impulsados por la oferta que presenta el territorio, por lo que realizar un análisis descriptivo es imprescindible, es decir que según Varisco (2013), se debe realizar el levantamiento de datos cuantitativos y cualitativos del mercado meta, como son: cantidad de visitantes que llegan a un determinado lugar y de días que se quedan alojados por el lado numérico y por el lado social se encuentran las preferencias del viaje o motivaciones de los visitantes a un territorio turístico.

1.4.2. Vocación turística territorial

Varias son las definiciones presentadas sobre la vocación turística. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (como se citó en Gómez et. al, 2014, pág. 82), por ejemplo, plantea que “son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio”. Sin embargo, existen otras definiciones que están basadas en la naturaleza, la cultura, el territorio, entre otros, que resultan ser un poco inconsistentes si se toma en consideración que en la actualidad:

La definición de los atractivos turísticos y el surgimiento de las corrientes turísticas pueden obedecer tanto a la existencia de atractivos naturales y culturales en un territorio determinado, como a modas, tendencias e intereses. Por ejemplo, el lugar donde actualmente se encuentra Las Vegas, Nevada, era un desierto despoblado y sin ningún tipo de aprovechamiento, motivo por el cual se autorizó la construcción de casinos, de la misma manera que hace cien años el turismo antártico resultaba inconcebible; lo mismo puede decirse del turismo “matrimonial” a Ucrania o del turismo médico. (Gómez, Amaya, & Mundo, 2014, pág. 82)

Tomando en consideración esta perspectiva se puede precisar que la vocación turística territorial se debe determinar mediante la apreciación del visitante y la comunidad receptora. De manera que muestre las necesidades de cada uno.

Por otro lado, López et al. (2017) expresan que la vocación turística es un concepto frecuentemente usado en los territorios para referirse a lugares con capacidad de atraer la mirada del turista o con potencial para el desarrollo del turismo. Por ese motivo los autores en su artículo sobre propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad establecen 5 fases:

1. Desarrollo conceptual, en el cual se analiza la conceptualización de la literatura ya existente.

2. Desarrollo metodológico, que ayuda a medir potencialidades turísticas mediante una metodología.
3. Identificación de zonas homogéneas en el territorio, se toma en consideración los recursos existentes en la comuna.
4. Trabajo de campo y aplicación del instrumento en las zonas seleccionadas.
5. Análisis e interpretación de resultados.

Fases, que en conjunto al diseño de cuestionarios a los visitantes y comunidad local ayudarán a determinar la vocación territorial del sitio.

1.4.3. Nuevas tendencias de la demanda

Una vez que se identifica la vocación turística de un territorio es momento de determinar el perfil del visitante, conocido como demanda turística, que tiene como objetivo hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas, a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede determinarse en tiempo real, potencial o futuro (Ricaurte, 2009).

A medida que pasan los años los pensamientos y motivaciones de la sociedad para efectuar un viaje cambia, por lo tanto, es imprescindible realizar una segmentación de mercado partiendo de las nuevas tendencias, como son: “la sensibilización hacia el medio ambiente, la mayor experiencia, la calidad y la búsqueda de información” (Castillo Coy, 2015, pág. 99)

Para Cohen (1972), lo que motiva o desea el turista en un destino que visita abarca la innovación y lo desconocido, por tal motivo, lo determina en tres tipos: aquellos que desean explorar, los que buscan el turismo tradicional, y aquellos que desean vivir experiencias sin itinerario alguno.

1.4.4. Pautas para el diseño de productos turísticos

El establecimiento de nuevos productos turísticos en comunidades pequeñas parte desde un diagnóstico preliminar de la localidad, para orientarlo hacia el desarrollo turístico. Si bien es certero pensar que la vocación turística de un destino es importante, también lo es la demanda, debido a que en la actualidad es cada vez mayor la existencia de visitantes exigentes en aspectos como:

experiencias que sobrepasen sus expectativas, cuidado ambiental e integración con la comunidad durante su visita, etc., por lo que influyen sobre la oferta que se promueve (Machado & Hernández, 2008).

Por otra parte, la SENATUR (2015) establece pautas para el desarrollo de productos turísticos que a su vez se dividen en cinco pasos:

1. Selección del proyecto
2. Diseño conceptual
3. Diseño del modelo de negocios
4. Implantación
5. Testeo y retroalimentación

Cada paso presenta modelos a seguir para la correcta implementación del mismo, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo abordar los 3 primeros pasos y establecer pautas que ayuden al desarrollo de productos de la comunidad y de esa manera lograr la diversificación de productos turísticos como pieza clave para el crecimiento y la competitividad turística nacional.

1.4.5. Productos turísticos sostenible

Por lo antes mencionado, el desarrollo de un turismo sostenible permite cuidar y mantener un equilibrio entre el entorno, la comunidad y los visitantes para un crecimiento local y el disfrute responsable de productos turísticos, por lo que se toma en consideración la definición de turismo sostenible de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1995) la cual especifica que es aquel que “tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”, lo que permite a un territorio preocuparse de las tres aristas dentro de su oferta, es decir, ambiental, social y económico.

Por lo tanto, para lograr el correcto desarrollo de un producto turístico dentro de una comunidad, que se encuentra con ansias de afluencia turística y obtención de ingresos con la visita de personas, se debe comprender que la utilización de recursos socioeconómicos repercuta positivamente si se gestiona de forma adecuada, es decir de manera sostenible, pues desarrollar estrategias

de comercialización del producto permite crear nuevos modelos de negocios que desearía el visitante para complementar su experiencia dentro del territorio (Figueroa, Cavazos, & Mayett, 2014)

CAPÍTULO 2

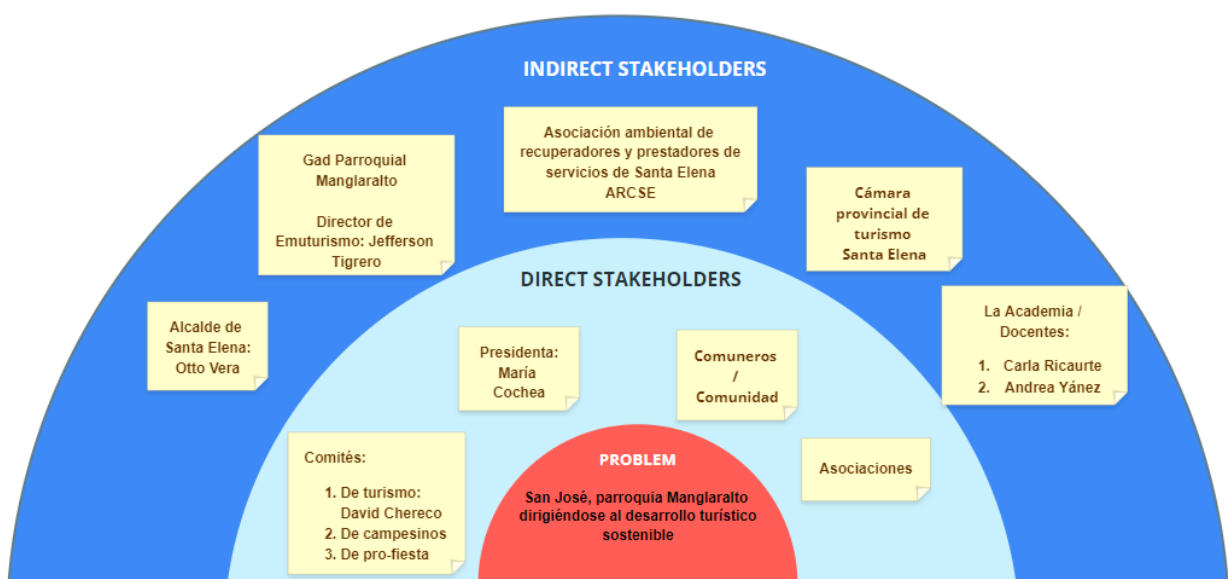
2. METODOLOGÍA

La metodología de este proyecto se desarrolló por medio de la herramienta *design thinking*. Esto se realizó con el objetivo de definir una propuesta de orientación para el diseño de productos turísticos sostenibles en la comuna San José. El diseño de estos productos se realizó considerando las necesidades y deseos que tienen los comuneros con respecto al desarrollo del turismo en su territorio.

El análisis se acompañó de la revisión de la literatura. Esta permitió obtener teorías y resultados de investigaciones que encaminaron al proyecto hacia una propuesta de solución. Para ello, se empleó la herramienta de la lluvia de ideas encadenada a un satura y agrupa para definir el impacto y esfuerzo de dichas ideas.

Para enfocarse mejor en la problemática planteada y los objetivos propuestos, el diseño metodológico fue descriptivo. Además, los enfoques utilizados estuvieron orientados a los métodos cuantitativo y cualitativo. Por medio de estos se deseaba obtener datos que brinde solución a la problemática que presenta la comuna. La Figura 1 muestra los actores claves a los cuales se les aplicó las técnicas de investigación.

Figura 2.1: Mapa de Actores



Fuente: Elaboración propia

2.1. Fuentes de información

2.1.1. Investigación primaria

Para la extracción de información primaria, se realizó un viaje hacia la comuna San José. La técnica de recolección de datos que se aplicó en la localidad fue la observación no participante. A través de esta se logró identificar principales recursos y actividades realizadas por la población. Así mismo, es importante señalar que esta técnica se usó con la finalidad de entender desde una perspectiva turística a la comuna San José.

Otra herramienta para obtener información primaria fue aplicar la ficha de línea base para la caracterización de la comunidad. Por medio de esta ficha se identificó varios aspectos generales de la comuna, demanda, oferta, infraestructura y demás componentes que pertenecen al sistema turístico. Cabe recalcar que toda la información obtenida ayudó a descubrir el problema y necesidades principales que presenta la comuna.

2.1.2. Investigación secundaria

Para la obtención de información secundaria, se realizó una revisión de la literatura, con la finalidad de conocer teorías, enfoques y análisis mencionados en artículos científicos sobre temas similares. Dicha revisión guio la determinación de herramientas, técnicas y posibles soluciones descritas en proyectos anteriores. La búsqueda de información sobre diseños de productos turísticos sostenibles en una comuna permitió la comprensión sobre cuán importante es tener presente las necesidades y motivaciones de la comunidad, naturaleza y visitantes para el correcto desarrollo del turismo dentro de la comuna. Se considera que inclusive en posibles negocios o actividades turísticas sostenibles a realizarse, debe partirse siempre del análisis del sistema turístico y diagnóstico del entorno.

2.2. Selección de la muestra

Para el levantamiento y análisis de información sobre la vocación turística y mercado potencial de la comuna San José, se elaboró encuestas dirigidas a actores principales. La clasificación de perfiles se estableció de la siguiente manera:

- Para determinar la vocación turística de la comuna, la encuesta se orientó a las personas que viven en la localidad y que de alguna manera quieren crecer y formar parte de las actividades que se implementen.

- Por último, para conocer cuál sería el mercado potencial, se tomó en consideración la población total de 2 ciudades, una de la región costa y la otra de la región sierra del país. Se tomó en cuenta la variable ‘vacaciones estudiantiles’. Es por ello que, se realizó el desarrollo de la encuesta, enfocándola en ciudadanos guayaquileños y cuencanos.

Para determinar el tamaño de la muestra o el número de encuestas a realizar se tomó en consideración la calculadora muestral online dando como resultado 300 encuestas con un nivel de confianza del 95%.

2.3. Técnicas de investigación

2.3.1. Métodos cualitativos - Entrevistas

Una de las herramientas implementadas en la investigación fue la entrevista. Por medio de esta, se obtuvo información por parte de la comuna, así como por parte de los visitantes. Para indagar sobre las actividades, recursos y aspectos generales de la comuna se implementó entrevistas estructuradas a los principales actores. Entre otros se encuentran la presidenta de la comuna, directores de asociaciones, dueños de cabañas, dueños de hospederías, turistas y comuneros. Dichas entrevistas abarcan temas específicos sobre los orígenes y consideraciones propias de los comuneros y las preferencias del turista.

Por otro lado, se tomó en consideración realizar entrevistas semiestructuradas a expertos para conocer cuáles son los costos para la mejora del equipamiento de la localidad. Por medio de estas se elaboró una tabla de presupuestos. La cantidad de entrevistas a realizar se basó en un cálculo estadístico presentada anteriormente.

2.3.2. Métodos cuantitativos - Encuestas

La última técnica empleada en el proyecto es la encuesta. Se realizaron dos con distintas finalidades. La primera se aplicó para determinar el mercado potencial de la comuna. Para esta, se consideró el tiempo que demora la implementación de mejoras a nivel de oferta. Por último, se aplicó una encuesta para indagar la orientación de la comuna con respecto al desarrollo de productos turísticos sustentables. La intención de aplicar la encuesta fue obtener gran cantidad de respuestas en poco tiempo y sin generar un costo económico elevado (Batthyány & Cabrera, 2011)

La encuesta como técnica para recolectar información permite obtener no solo datos objetivos sino también subjetivos, como actitudes, opiniones, motivaciones y expectativas (Batthyány & Cabrera, 2011, pág. 86). Por tal razón, se utilizó la encuesta para conocer el mercado potencial turístico de la comuna San José. Para la estructuración se estableció variables socioeconómicas, sociodemográficas, psicográficas y conductuales. La encuesta se aplicó de forma electrónica, es decir, por internet, a través de Google Forms. El banco de preguntas se estructuró en las siguientes categorías: percepción, motivación, comunicación, presupuesto, ocio, preferencias y gustos, con respecto a la oferta y las actividades a realizarse dentro de la comuna.

Por último, la segunda encuesta realizada a los comuneros fue con la finalidad de comprender lo que ellos desean o aspiran, de esa forma orientar a la comunidad hacia el desarrollo de productos turísticos sostenibles en los que ellos se sientan involucrados, la estructuración de la encuesta está basado en actividades, habilidades, posibles productos y negocios a ofrecer, compromiso, actividad económica en los que desean involucrarse y motivaciones de los comuneros para atraer turistas a su localidad.

2.4. Criterios de rigor y ética

Para el siguiente trabajo de investigación se establecieron varios criterios de rigor y ética en base a Noreña et al. (2012)

Los criterios de rigor identificados para el siguiente estudio fueron:

Tabla 2.1: Criterios de Rigor

Criterios de rigor	Aplicación
Credibilidad	Evidenciar la relación de los datos obtenidos mediante la observación no participante y las entrevistas realizadas a los actores claves.
Dependencia	La aplicación de las diferentes técnicas a implementar en el presente proyecto ayudará a tener una interpretación más precisa en los resultados.
Validez	Interpretación de los resultados a través de las técnicas de investigación ya antes mencionadas, presentando las evidencias correspondientes.

Relevancia	Medir el éxito del proyecto mediante el alcance de cada objetivo planteado en el proyecto. Adicional a ello, dar a conocer nuevos hallazgos para la creación de productos turísticos sostenibles
-------------------	--

Fuente: Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012)

Los criterios de éticas aplicados durante la recolección de datos fueron:

Tabla 2.2: Criterios de ética

Criterios de ética	Aplicación
Confidencialidad	Al aplicar las técnicas de investigación se analizará el contenido de la información brindada sin perjudicar al sujeto en la investigación.
Consentimiento Informado	Los participantes deben ser informados sobre el proyecto a realizar, de manera que conozcan sus derechos y responsabilidades llegando a un acuerdo de participación en la investigación.
Honestidad	La información obtenida en el transcurso de la recolección de datos será expuesta tal y como lo diga el informante sin ocultar o añadir información.

Fuente: Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012)

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

3.1. Análisis de revisión de la literatura

Como consecuencia de revisiones de varios artículos científicos se obtuvo la orientación adecuada para el proyecto realizado, entendiendo el proceso de la planificación turística como la base para el desarrollo del turismo dentro de un territorio, logrando obtener resultados positivos a nivel económico, social y ambiental si se enfocan con una mirada hacia la sostenibilidad.

Según se muestra en la figura 3.1, el diagnóstico permite realizar una evaluación y un análisis de un territorio.

Figura 3.1: Proceso de planificación turística

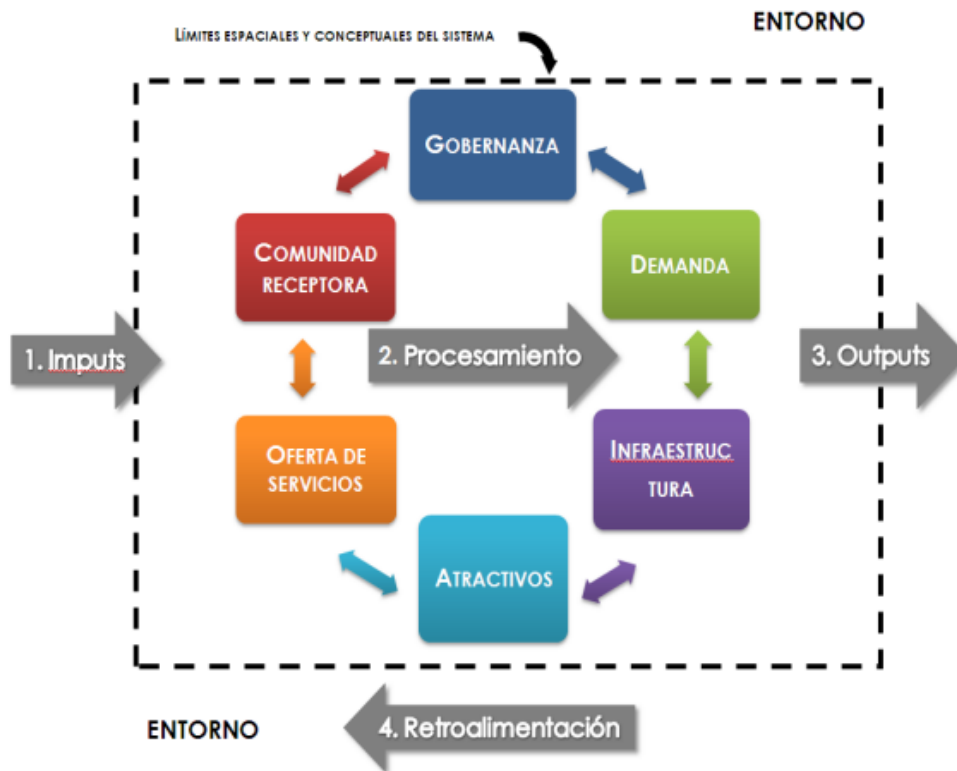


Fuente: Elaborado por Carla Ricaurte con base en OMT (2009)

Así mismo, se tomó en cuenta el análisis del sistema turístico y su funcionamiento como parte del diagnóstico de un territorio, para la caracterización de la comuna mediante la ficha de línea base.

Como se muestra en la figura 3.2, existen componentes relevantes que se debe tomar en consideración cuando se desea evaluar un sitio.

Figura 3.2: Sistema turístico



Fuente: Elaborado por Carla Ricaurte con base en OMT (2009)

3.2. Análisis de la observación no participante

Se realizó la primera visita a la comuna San José para una observación no participante con la finalidad de identificar los componentes del sistema turístico ya antes mencionados. Se utilizó la ficha de caracterización comunitaria como una ficha de línea base para el levantamiento de información (véase en Anexo 1) y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

En la tabla 3.1 se muestra el estado de la comuna San José en aspectos de infraestructura y servicios básicos que tiene la comunidad.

Tabla 3.1: Resultados de la ficha de caracterización de la comuna

Ficha de información sobre la infraestructura		
Transporte y accesibilidad	Distancias	67 km desde cabecera Cantonal de Santa Elena
	Vías de acceso	La primera división de la comuna se encuentra asfaltada, excepto la parte donde se encuentra la hospedería

	Señalización	comunitaria; la segunda división del lado de las montañas es de tierra. Posee señalización vehicular y de emergencia, sin embargo, señaléticas turísticas son escasas y mucho más en la parte de la montaña y frente de la playa.
	Transporte/terminales	La terminal de buses más cercano se encuentra en Olón, misma que se encuentra a 10 minutos en bus.
Comunicaciones	Servicios de comunicación	Cuenta con buena señal de telefonía móvil, fija e internet
Sanidad	Red de agua entubada	La comuna cuenta con red de agua entubada que se distribuye desde la comuna Olón.
	Botellas de agua	Compran botellas de agua para el consumo debido a la falta de agua potable.
Salud	Promotores de salud	A menudo llegan promotores de salud como ayuda para los comuneros, las campañas se las realiza en la casa comunal.
	Farmacia	Tiene habilitado una farmacia con el nombre de Botiquín Comunitario.

Fuente: Información tomada de la comuna San José mediante observaciones.

3.3. Análisis de la entrevista a los actores claves

Las entrevistas realizadas con los actores claves permitieron conocer aspectos importantes relacionados al turismo dentro de la comuna, para lo cual se utilizó la herramienta 'mapa de actores'. Una vez identificado a los actores internos y externos se procedió a realizar las entrevistas semiestructuradas (véase en anexo 2) dando como resultado lo siguiente:

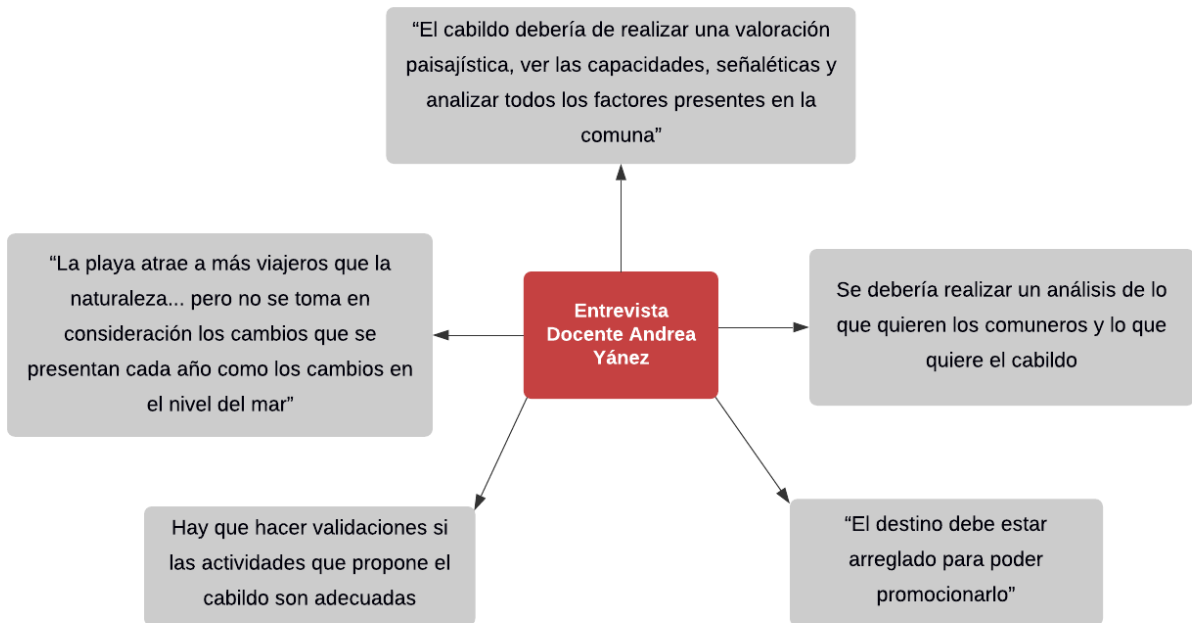
Tabla 3.2: Resultados de entrevista con actores claves

Pregunta	Actores / Cargo	Respuesta
¿Qué es turismo para usted?	Srta. Daniela / secretaria	“Abrirles la puerta a las personas para que vengan a disfrutar de un lugar calmado y presentarle la comuna”
	Tendero	“La visita de personas a la comuna”
	Judith Pacha / Comunera Artesana	“Que vengan turistas a visitarnos y que haya negocios a los cuales ofrecer”
	Sra. Miriam / Miembro del cabildo	“Presentar lo atractivo de la comuna”
¿Qué cambios considera que se deba hacer para llamar la atención del turista?	Srta. Daniela	“Organizar una página para dar a conocer las actividades de comuna y promocionar el lugar”
	Tendero	“Que haya más cabañas de comida y más cosas en la montaña”
¿Con qué frecuencia ve turistas y en qué meses?	Srta. Daniela	“enero y febrero”
	Tendero	“febrero y marzo”
	Sra. Miriam	“febrero hasta abril, en feriados y Septiembre”
¿Que considera que atrae a los turistas?	Srta. Daniela	“La comida y la atención” “Ferias gastronómicas en fecha especiales” “La playa” “La montaña”
	Tendero	“La playa porque es amplia y plana”
	Judith Pacha	“La playa, la tranquilidad y las montañas”
¿Qué tan accesible es la montaña para realizar un recorrido?	Srta. Daniela	“En los meses de lluvia no se puede entrar, solo en bicicleta”
	Tendero	“No veo turistas por esa zona, no hay camino”
	Sra. Miriam	“Es camino abierto”

Fuente: Información obtenida mediante entrevistas con los actores claves.

Se realizó una serie de preguntas a la docente Andrea Yáñez por parte de la academia como actor externo (*Véase en Anexo 3*) de lo cual se destaca lo siguiente:

Figura 3.3: Resumen de entrevista



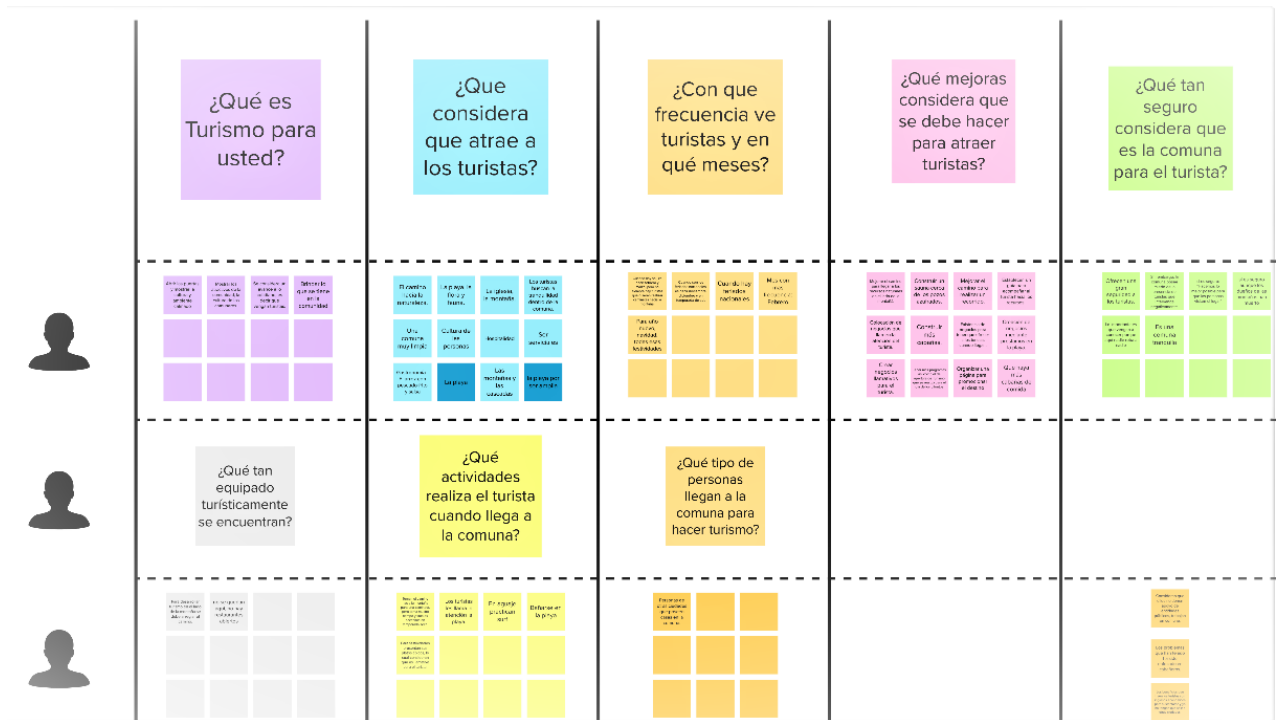
Fuente: Elaboración propia con base a resultado de la entrevista

3.4. Análisis de lluvia de ideas, satura y agrupa

Una vez analizada la información obtenida mediante la observación no participante en la comuna y la entrevista a los actores claves, se procedió a colocar todas las ideas y a analizar las similitudes entre ellas con respecto a las preguntas realizadas.

Como se observa en la figura 3.4, los actores involucrados desean ofertar un lugar tranquilo, en donde lleguen visitantes casi todo el año, siempre y cuando tengan el apoyo necesario para implementar nuevos proyectos o realizar mejoras.

Figura 3.4: Lluvia de ideas de actores claves



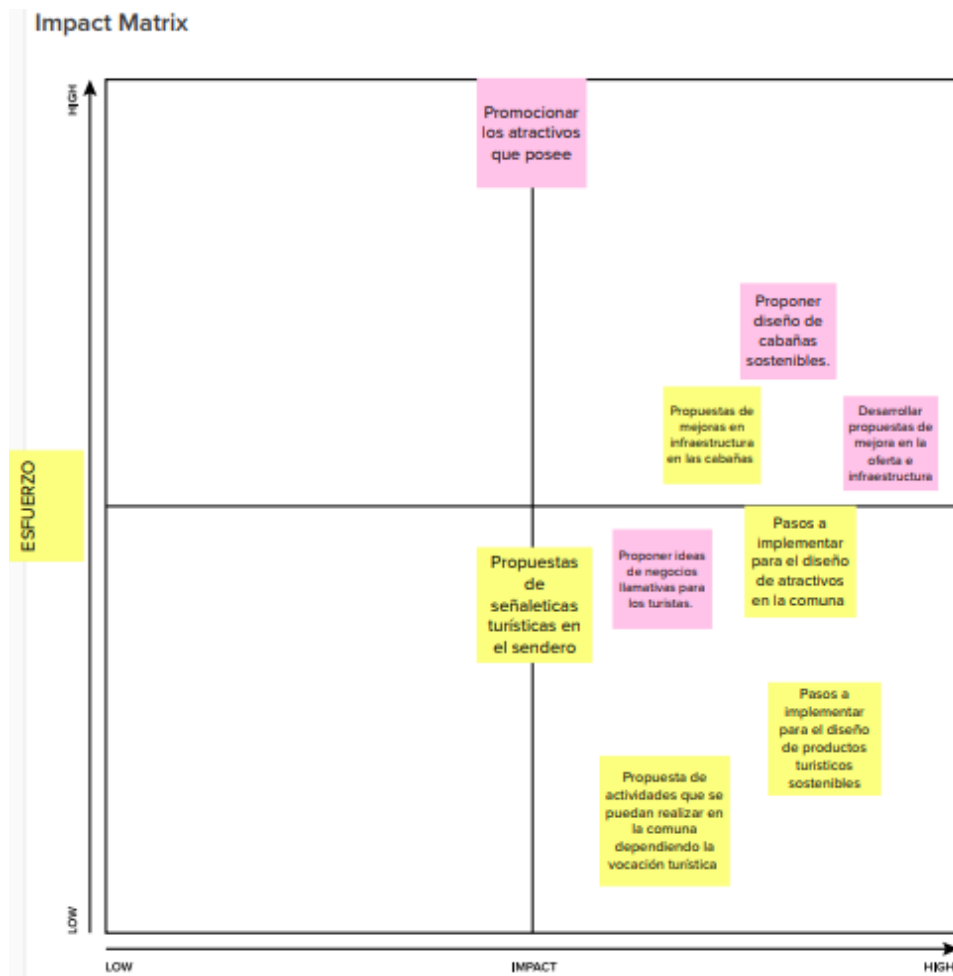
Fuente: Elaboración propia con base a resultados de las entrevistas

3.5. Análisis de matriz impacto-dificultad

Como resultado del análisis de las respuestas en el mapa de la lluvia de ideas, se utilizó la matriz de impacto - dificultad para obtener una orientación sobre las necesidades de los comuneros y proponer un proyecto que permita disminuir la problemática que ellos presentan como comuna.

Como se muestra en la figura 3.5, se propuso ideas de solución muy viables, sin embargo, fue importante los comentarios de los comuneros para definir bien la propuesta.

Figura 3.5: Matriz de impacto y dificultad



Fuente: Elaboración propia con base a resultados de ideas

3.5. Análisis de encuestas

Vocación Turística

La necesidad de comprender la visión que poseen los comuneros en aspectos turísticos orientó al proyecto a determinar la vocación territorial de la comuna San José, para lo cual se realizó 80 encuestas a los comuneros (Véase en anexo 4). El siguiente cuadro muestra los resultados obtenidos:

Tabla 3.3: Resultados de encuestas sobre vocación turística

PREGUNTAS	RESULTADOS
Género	El 56,3% de los encuestados es de género masculino.

Edad	La población en su mayoría cuenta con habitantes que tienen más de 40 años, lo que representa el 38,7% de las encuestas.
Estado Civil	El 50% de los encuestados son de estado civil unión libre.
Nivel de Instrucción	El 55% estudió hasta la primaria y el 26,3% llegó hasta la secundaria.
Actividad económica	La principal actividad económica es el comercio, la segunda actividad es ninguna de ellas.
Ocupación	La ocupación principal de los habitantes es ser comerciantes y la segunda ocupación es ser ama de casa.
¿Considera usted que el turismo le permitirá obtener ingresos económicos para la comunidad?	El 92,5% respondió que el turismo si le permitirá obtener ingresos.
¿A usted le gustaría que lleguen turistas a la comuna?	El 100% de los encuestados dijo que si
¿En qué rango considera usted que llegan más visitantes?	El 68,8% expresó que los meses en que más llegan los turistas es en los meses de enero a marzo y un 26,6% dijo que hay más afluencia en los meses de julio a septiembre.
¿Considera usted que la comuna puede ser considerada agradable para el turista?	Todos los encuestados dijeron que la comuna si es agradable
¿Cuáles considera usted que son los atractivos que más llamaría la atención del visitante?	De la lista de atractivos presentados en la encuesta se eligió a los 3 más mencionados, según el orden de importancia son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - Playa con 82,5% - Pozos azufrados con 65% - Finca comunitaria con 60%
¿Qué tipo de turismo le gustaría ofrecer?	Se pidió elegir 3 tipos de turismo quedando como resultado: <ul style="list-style-type: none"> - (nadar) con 78,8% - (montañismo) con 51,2% - (biodiversidad) con 45%
¿Usted estaría dispuesto a involucrarse en el desarrollo de actividades vinculados con el turismo?	Al 98,8% de la población si le gustaría involucrarse en actividades turísticas.

¿En qué tipo de servicio le gustaría involucrarse para ofrecer al visitante?	El servicio que le gustaría involucrarse a los participantes es a alimentos y bebidas, seguido de la venta de artesanías.
¿Considera usted que las autoridades deben apoyar económicamente a la comuna para el desarrollo del turismo?	El 96,3% de los encuestados si considera que las autoridades deben apoyar económicamente a la comuna.

Fuente: Información obtenida mediante encuestas presenciales con la comunidad.

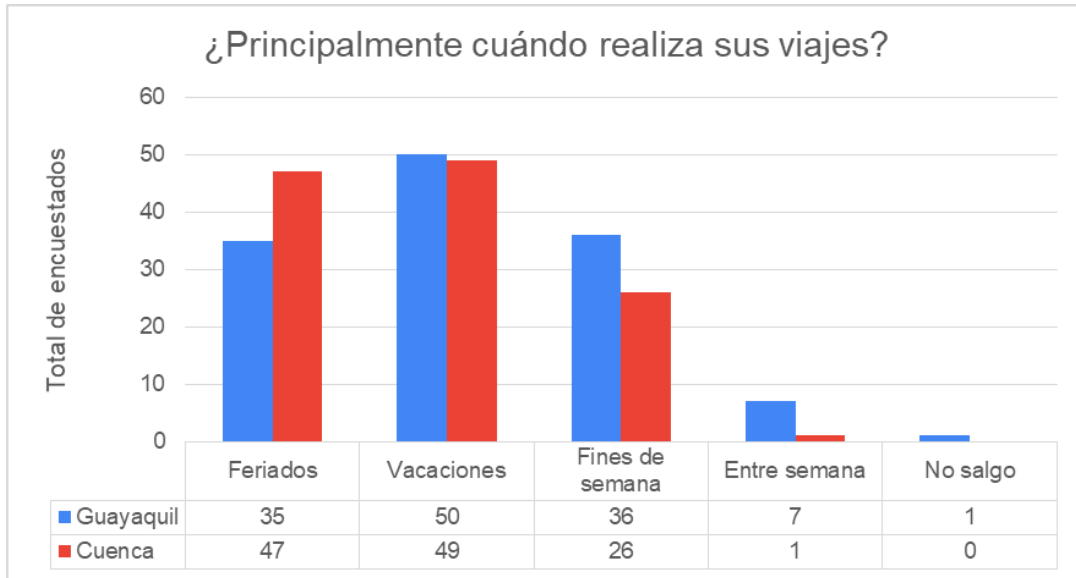
Demanda Potencial

Con el fin de conocer la demanda potencial turística que tendría la comuna una vez que se realicen las mejoras correspondientes para el desarrollo del turismo y se implementen a los futuros productos turísticos sostenibles, se realizaron 271 encuestas (*Véase en Anexo 5*) de las cuales 129 fueron de Guayaquil, 123 de Cuenca y 19 pertenecientes a otras ciudades del país. La determinación de las dos ciudades principales, Guayaquil y Cuenca fue debido a la información otorgada por los comuneros durante las entrevistas, en las que aseguraron que la afluencia de turistas se da en temporadas de vacaciones estudiantiles de cada región.

Los resultados obtenidos de ambas ciudades muestran datos interesantes en aspectos de presupuesto, actividades, establecimientos turísticos, acompañamiento, necesidades y comunicación. Por lo cual se muestran los siguientes gráficos haciendo comparación de las dos ciudades.

Como se puede evidenciar en la figura 3.6, respecto a las ocasiones en las que los turistas realizan sus viajes, se determinó que es el periodo de vacaciones en el que la comuna San José tendría más afluencia desde ambas regiones. De igual manera están los feriados, que para la región sierra se deberá captar la atención del turista en las fechas de julio y agosto, mientras que para la región costa en las fechas de febrero a abril.

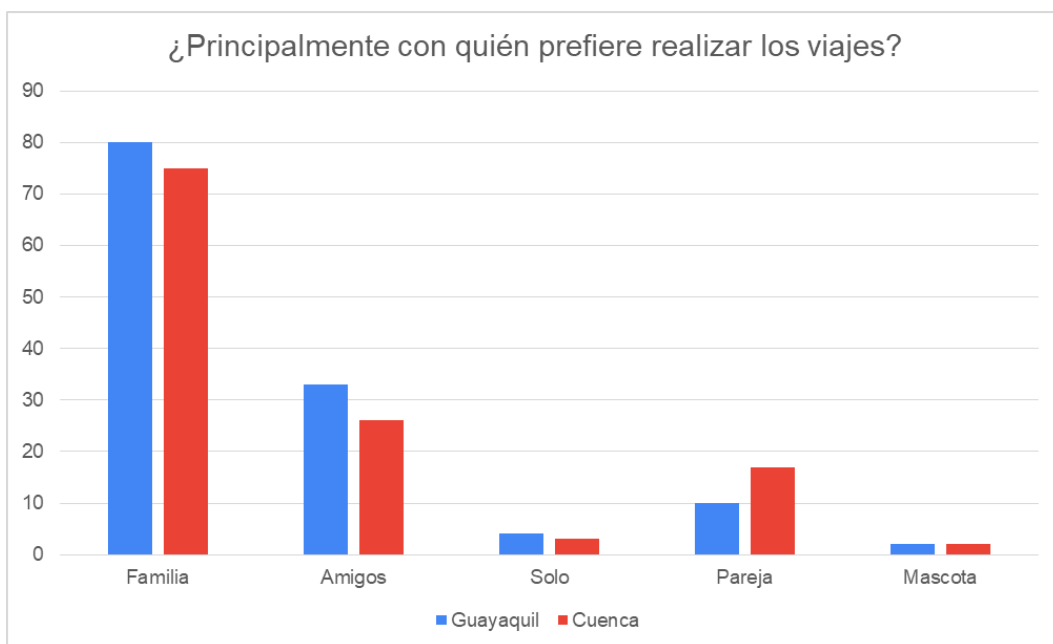
Figura 3.6: Fechas en que realizan viajes guayaquileños y cuencanos



Fuente: Información obtenida mediante encuestas electrónicas.

La figura 3.7 demuestra un elevado interés sobre los viajes en familia, tanto guayaquileños como cuencanos, lo cual permite entender la necesidad de que sea un lugar tranquilo, seguro y con establecimientos entretenidos para cada miembro de la familia. Aunque los viajes con amigos se encontraron por debajo de la mitad de los encuestados, son importantes también para conocer sus necesidades.

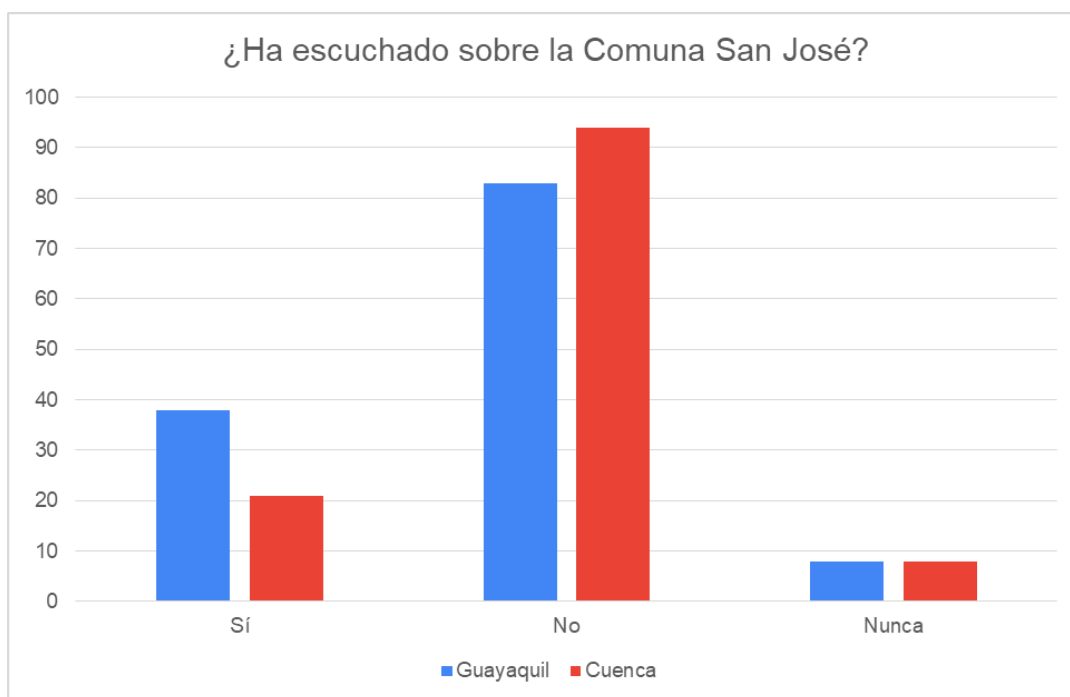
Figura 3.7: Preferencia de acompañante en viajes



Fuente: Información obtenida mediante encuestas electrónicas.

En referencia al conocimiento de la comuna San José, la figura 3.8 muestra que, cerca de 92 cuencanos encuestados indicaron que no habían escuchado sobre dicha comuna, al igual los 80 guayaquileños; sin embargo, hubo una diferencia de respuestas entre cuencanos y guayaquileños con respecto a que sí sabían de la existencia de San José, lo que indica que la zona no es totalmente desconocida y que por tanto su promoción depende de la mejora en la difusión de sus atractivos.

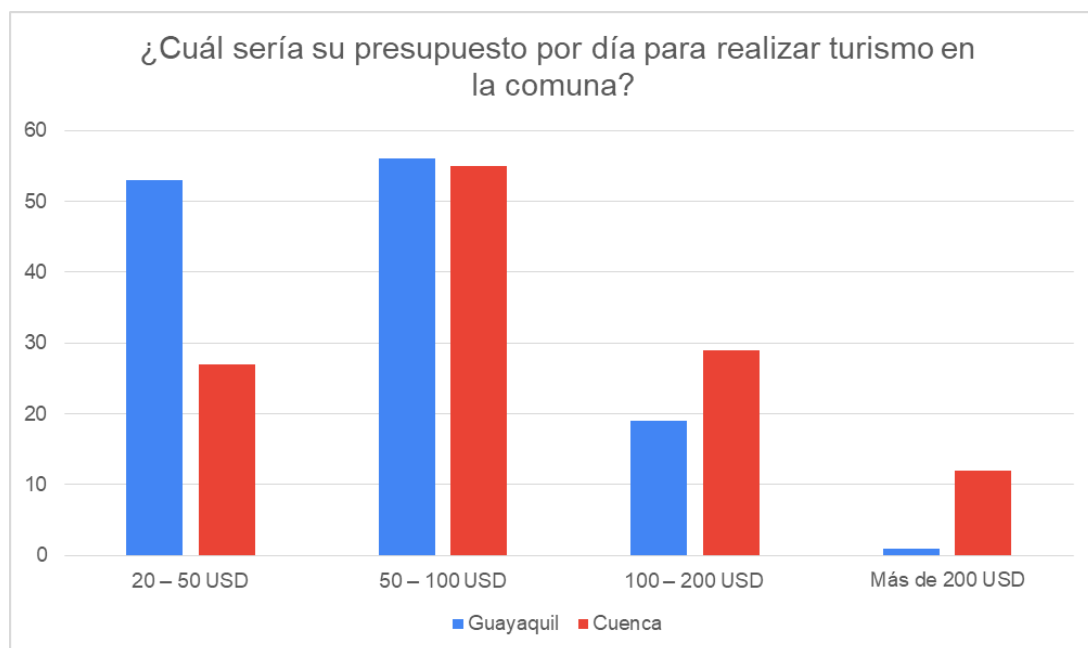
Figura 3.8: Conocimiento de la existencia de la comuna San José



Fuente: Información obtenida mediante encuestas electrónicas.

Con la finalidad de saber a cuánto ascendería el gasto diario durante una visita a la comuna, se establecieron rangos de valores, como se muestra en la figura 3.9, obteniendo como resultado que para ambas regiones los turistas están dispuestos a gastar entre 50 y 100 USD; adicionalmente, se encontró que específicamente en el caso de los guayaquileños, existen turistas que prefieren viajar por un costo menor a 50 USD. Estos presupuestos estimados le permitirán a la comuna analizar los costos de cada servicio que busca ofrecer al visitante durante su estadía.

Figura 3.9: Presupuesto de gasto diario durante la visita en la comuna



Fuente: Información obtenida mediante encuestas electrónicas.

Finalmente, se establece una estimación de costos realizada por el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Santiago (2013), en lo que establece lo siguiente:

Figura 3.10: Presupuesto de mejora en equipamiento



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SANTIAGO
MATSATKAMU SANTIANKUM CHICHAMIN
MÉNDEZ-ECUADOR
Telf. 2760 – 461 (113) (445)
Fax 2760-533**

Obra: LETRINIZACION EN LA COMUNIDAD DE IPIAKUIM

Oferente: REFERENCIAL

Ubicación: PARROQUIA PATUCA

Fecha: 05/02/2013

Plazo: 30 días calendario

PRESUPUESTO						
Item	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	P.Unitario	P.Total
001		BATERIA SANITARIA				
1.001		OBRAS PRELIMINARES				
1.001.001	501015	Limpieza, replanteo y nivelación manual	m2	37,31	0,81	\$ 30,22
1.002		MOVIMIENTO DE TIERRAS				
1.002.001	502001	Excavación manual en suelo sin clasificar	m3	18,83	9,76	\$ 183,78
1.002.002	502054	Desalojo de material a mano	m3	8,96	3,68	\$ 32,97
1.003		HORMIGONES				
1.003.001	514003	Replanteo de piedra h=20 cm	m2	10,57	10,52	\$ 111,20
1.003.002	506053	Contrapiso de H ² S° f'c=180 kg/cm ² , e = 6 cm	m2	10,57	14,37	\$ 151,89
1.004		MAMPOSTERÍA				
1.004.001	515016	Mampostería de bloque de hormigón de 10 cm, mortero 1:3	m2	108,85	17,88	\$ 1.946,24
1.005		ENLUCIDOS				
1.005.001	512001	Enlucido recto vertical mortero 1:3	m2	201,25	8,09	\$ 1.628,11
1.005.002	500129	masillado losa + impermeabilización	m2	30,59	9,95	\$ 304,37
1.006		CARPINTERÍA				
1.006.001	542010	Puerta de madera de 0.70x2.0 m.	u	7,00	157,50	\$ 1.102,50
1.006.002	509018	Malla antimosquito, con marco de acero (angulo de 20x2mm y platina)	m2	2,24	15,47	\$ 34,65
1.007		INSTALACIONES HIDROSANITARIAS				
1.007.001	520056	Sumin. e instal. de lavamanos edesa blanco	uni	7,00	54,72	\$ 383,04
1.007.002	520026	Inodoro Blanco	uni	7,00	86,94	\$ 608,58
1.007.003	530010	Instalación de agua potable	Pto	21,00	16,86	\$ 354,06
1.007.004	500074	llave de paso 1/2"	u	21,00	11,12	\$ 233,52
1.007.005	522014	Sum.+Instal. Desague 110mmx3m Tipo B	ml	21,00	7,84	\$ 164,64
1.007.006	522020	Canal PVC decorativo para aguas lluvias de 160mm	ml	140,00	8,73	\$ 1.222,20
1.007.007	522022	Bajante PVC de aguas lluvias de 160mm	ml	49,00	15,55	\$ 761,95
1.008		CUBIERTA				
1.008.001	523037	Cubierta de AR-2000 incluido estructura de madera	m2	63,56	37,40	\$ 2.377,14
2		FOSA SÉPTICA				
2.001		OBRAS PRELIMINARES				
2.001.001	501015	Limpieza, replanteo y nivelación manual	m2	10,57	0,81	\$ 8,56
2.002		MOVIMIENTO DE TIERRAS				
2.002.001	502001	Excavación manual en suelo sin clasificar	m3	18,83	9,76	\$ 183,78
2.002.002	502054	Desalojo de material a mano	m3	22,61	3,68	\$ 83,20
2.003		HORMIGONES				
2.003.001	514003	Replanteo de piedra h=20 cm	m2	10,57	10,52	\$ 111,20
2.003.002	506053	Contrapiso de H ² S° f'c=180 kg/cm ² , e = 6 cm	m2	10,57	14,37	\$ 151,89
2.003.003	515023	Mampostería de ladrillo artesanal de 8 cm	m2	51,80	21,53	\$ 1.115,25
2.003.004	506063	H ² S° f'c=210 kg/cm ² en losa	m3	0,56	192,88	\$ 108,01
2.003.005	509004	Sum. + Instal. Malla Electrosoldada R84 (4 mm cada 15 cm)	m2	10,57	2,85	\$ 30,12
3		FOSA BIODIGESTORA				
3.001		OBRAS PRELIMINARES				
3.001.001	501015	Limpieza, replanteo y nivelación manual	m2	10,50	0,81	\$ 8,51
3.002		MOVIMIENTO DE TIERRAS				
3.002.001	502001	Excavación manual en suelo sin clasificar	m3	18,69	9,76	\$ 182,41
3.002.002	502017	Relleno compactado con vibroapisonador, material de sitio	m3	3,15	6,70	\$ 21,11
3.002.003	511014	Piedra para dren de 10 a 15cm	m3	9,31	26,01	\$ 242,15
3.002.004	511022	Relleno con grava triturada 3/4"	m3	6,23	31,71	\$ 197,55
3.002.005	502054	Desalojo de material a mano	m3	22,61	3,68	\$ 83,20
3.002.006	546004	Geotextil (separador) Tipo NT 1600	m2	98,00	2,56	\$ 250,88
		SUBTOTAL				\$ 14.408,91
		IVA			0%	
		TOTAL				\$ 14.408,91

Fuente: Dirección de Obras Públicas realizado por el Arq. Romero, 2013

Cabe recalcar que esta estimación de costos debe ser analizada de acuerdo a las necesidades de la comuna San José, por lo tanto, se recomienda examinar las posibles mejoras en el equipamiento de la localidad con un experto en el área.

3.7. Propuesta de prototipo

La guía para el diseño de productos turísticos sostenibles, que se propone a través de este proyecto de investigación, está dirigida a los comuneros de San José. Su ilustración se realizó mediante la herramienta Canva por su facilidad para crear productos visuales dinámicos y entendibles, en este caso para los comuneros.

En cuanto a su contenido, la guía tuvo como propósito brindar información sobre el proceso para diseñar productos turísticos sostenible en base a las necesidades y motivación de la comuna y de la demanda. Además, la guía incluye las debilidades en el ámbito turístico de la localidad, así mismo propuestas o sugerencias de mejora a partir de la investigación sobre la demanda potencial turística en el lugar, dichas sugerencias están relacionadas al equipamiento necesario para llegar a ser reconocido turística y sosteniblemente, mediante la aplicación de fichas de evaluación de potencial turístico realizadas por los propios comuneros.

El propósito de la guía fue fomentar que los miembros de la comuna trabajen juntos para lograr a largo plazo la obtención de visitantes que se preocupen y cuiden del medio ambiente y sean económicamente rentables, permitiendo a los comuneros obtener impactos positivos a nivel económico, social y ambiental.

3.7. Validación del prototipo

Se realizó la validación de la guía con los actores involucrados, dentro de los cuales se encuentran profesores de ESPOL, miembros del GAD cantonal, presidenta de la comuna, comunero y el presidente de comité de turismo de San José. Para la evaluación general de la guía se elaboró una ficha de validación bajo cuatro criterios, es decir, atracción, comprensión, aceptación e inducción a la acción.

Tabla 3.4: Validadores de prototipo de la guía

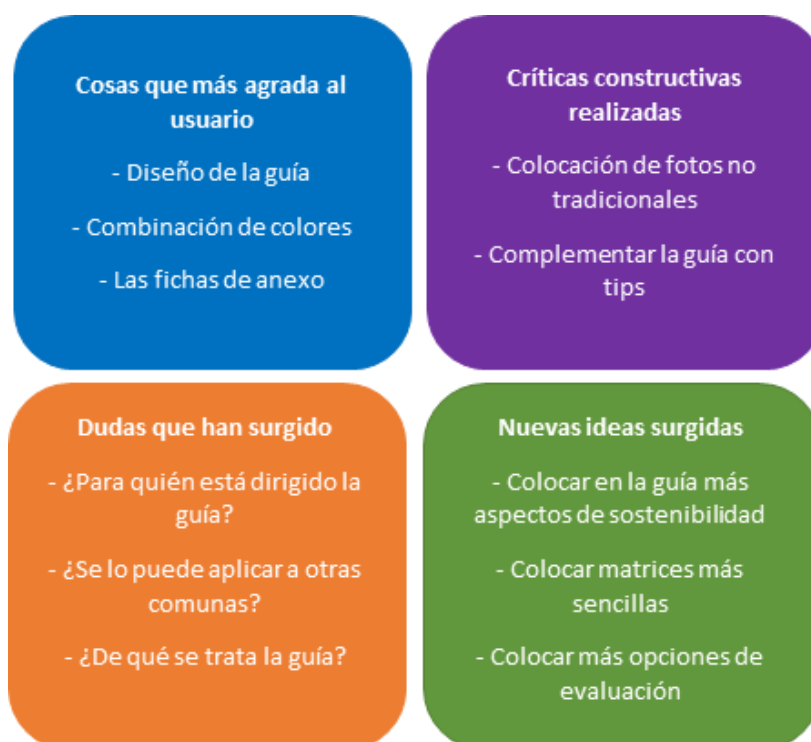
NOMBRE	CARGO	CONTACTO
María Cochea Chávez	Presidenta	0967212154
Daniela Reyes	Comunero	0979656025
David Chereco	Presidente del comité de turismo	0991708721
Carla Ricaurte	Docente Espol	0991703314
Andrea YÁNEZ	Docente Espol	0999275776
Jefferson Tigreiro	Director de Emuturismo	Contacto por medio de la Docente Gina Andrade (FIMCM)

Fuente: Elaboración propia

3.8. Matriz feedback

Como resultado de la ficha de validación hecha por parte de los actores involucrados se tiene los siguiente:

Figura 3.11: Resultados de retroalimentación de validadores



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Mediante el presente proyecto se puede concluir que la comuna San José puede llegar a ser un lugar ideal para disfrutar solo si aprovecha las características que posee, es decir, dos entornos distintos en un mismo espacio, sin embargo, cabe recalcar que es necesario contar con una orientación para potencializar los recursos de forma adecuada y responsable evitando el turismo masivo.
- San José es poco reconocido en el ámbito turístico debido a las debilidades que posee en aspectos importantes para el desarrollo de turismo, es decir, infraestructura, oferta de servicios y de actividades turísticas. La comuna se limita a construir cabañas de comida cerca de la playa con la finalidad de ofrecer su gastronomía, sin embargo, la frecuencia de visitantes en el lugar es baja, lo cual genera días en que se dedican a otras actividades distintas a la turística como: comercio, construcción, pesca y agricultura.
- De acuerdo al estudio que se realizó sobre la demanda potencial turística de la comuna San José, los resultados reflejan la importancia de presentar un producto turístico para disfrutar en familia que incluya actividades de aventura y relajación. Los mismos resultados muestran el interés de las personas en pasar de una a dos noches en la comuna con un presupuesto de gasto diario de 50 a 100 USD. Por lo tanto, los dos productos turísticos sostenibles dentro de la comuna se encuentran el turismo de aventura y bienestar.
- El diagnóstico que se ha realizado dentro de la comuna permite notar la necesidad de mejorar su equipamiento en ambos entornos para captar la atención de visitantes y generar beneficios económicos, sociales y ambientales.
- La vocación turística de la comuna se motiva hacia desarrollar actividades en la playa y en la montaña, sin embargo, la mayoría de los comuneros se inclinan a involucrarse al servicio de alimentos y bebidas como única opción para fomentar el turismo, lo que permite comprender la necesidad de ampliar sus

conocimientos en otros tipos de servicios turísticos que pueden realizar dentro de la comuna.

- Una vez analizado los resultados sobre la vocación turística, es decir, lo que realmente desean realizar los comuneros para el desarrollo del turismo, se puede comprender que ellos quieren involucrarse en las actividades que conlleven a la afluencia de visitantes en su comuna, sin embargo, necesitan de un apoyo profesional que les permitan ser más visionarios y se sientan más comprometidos con sus propios objetivos.
- Como consecuencia a lo mencionado anteriormente, se propuso la guía para el diseño de productos turísticos sostenibles como un medio de orientación, logrando alcanzar el objetivo de reconocimiento de la comuna San José como un territorio turístico que se preocupa por los tres ejes de la sostenibilidad.

4.2. Recomendaciones

- Se considera indispensable la colaboración del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena para apoyar en las mejoras que necesita la comuna con respecto al equipamiento, de manera que se pueda desarrollar los productos turísticos sostenibles diseñados por la propia comunidad. Además, es necesario una o un moderador que tenga conocimientos en turismo en las reuniones o socializaciones de ideas para llevar a cabo los pasos de la guía que se ha propuesto como parte del proyecto integrador.
- La utilización de cronogramas para cada paso o propuesta incluida en la guía permite tomar en consideración los tiempos necesarios de cada actividad. Además, es importante que fluya la motivación y el compromiso de cada miembro de la comunidad para diseñar su propio producto turístico.
- Se debería contar con asesores que tengan conocimientos en servicios turísticos para orientar a los comuneros a diferentes actividades en el ámbito turístico, con la finalidad de que sean los propios comuneros quienes elijan la actividad a la que desean dedicarse, seguido de capacitaciones y talleres interactivos en las cuales puedan poner en práctica lo aprendido.
- Es necesario la búsqueda de apoyo de entidades públicas o privadas una vez tengan el diseño de su producto turístico, con la finalidad de dar a conocer su propuesta de producto sostenible, de tal manera que estas entidades consideren interesante la propuesta y se puedan implementar las mejoras necesarias en la comuna para el desarrollo de su producto turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación para las ciencias sociales: apuntes para un curso inicial*.
- Castillo Coy, E. (2015). Metodología para desarrollar productos turísticos – caso de estudio. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 97-108.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, vol.39, 164-182.
- Dirección de Obras Públicas. (2013). *Terminación del sistema de alcantarillado en Charip*. Cuenca-Ecuador.
- Figuroa, L., Cavazos, J., & Mayett, Y. (2014). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *El Periplo Sustentable*, 115-139.
- Gómez, C., Amaya, C., & Mundo, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría & Praxis*, 75-100.
- López, L., Gómez, J., Sepúlveda, W., & Ochoa, A. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia. *Estudios socioterritoriales. Revista de Geografía*, 71-89.
- Lorenzo, H., & Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 453-465.
- Machado, E., & Hernández, Y. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El Periplo Sustentable*, 111-122.
- Noreña, A., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. Aquichan.
- OMT. (1995). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

- OMT. (2007). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- OMT. (2020). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. 5-50.
- Saravia, M. d., & Muro, M. N. (2016). Productos turísticos : metodología para su elaboración. . *Revista de ciencias sociales.*, 53-78.
- SERNATUR. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Chile.
- SERNATUR. (2018). *Manual de capacitación*. Chile: GEMAEX Ltda.
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico, subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. *Portal de promoción y difusión pública del conocimiento académico y científico*, 63-78.

APÉNDICES

Apéndice 1: Prototipo Final

espol Escuela Superior
Politécnica del Litoral

Anilema Gladys & Ortega Lissette

GUÍA PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES



SAN JOSÉ





TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción
2	¿Qué comprende un producto turístico sostenible? 2.1. ¿Qué es un producto turístico sostenible? 2.2. Etapas del diseño del producto turístico
3	Etapas de diseño de un producto turístico sostenible
4	Diseño del producto turístico sostenible 4.1. Etapa 1: Reconocimiento 4.1.1. ¿Qué descubres cuando aplicas la etapa de reconocimiento? 4.2. Etapa 2: Creación 4.3. Etapa 3: Descripción 4.4. Etapa 4: Viabilidad
5	Ideas de mejoras de tu comuna
6	Anexos
7	Bibliografías



INTRODUCCIÓN

San José se encuentra ubicada a 67 km de la cabecera cantonal de Santa Elena. La comuna fue creada bajo un acuerdo ministerial el 7 de enero de 1938, sus actividades económicas son: construcción, agricultura, pesca y comercio. Su principal encanto se orienta a la tranquilidad de ambos entornos, playa y montaña.

La siguiente guía muestra pasos y fichas que se pueden implementar para la creación de un producto turístico sostenible en la comuna, tomando en consideración que deben ser evaluadas por profesionales o consultores antes de desarrollarlas, de manera que ahorren el gasto de recursos innecesarios.



2. ¿QUÉ COMPRENDE UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE?



2.1. ¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE?

Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, como: atractivos, actividades y proveedores de servicios, teniendo en cuenta la preservación de identidad, naturaleza y beneficios económicos local, brindando una experiencia sostenible, con la finalidad de ser comercializada bajo un precio estimado (Organización Mundial de Turismo, 2021)

2.2. ETAPAS DE DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

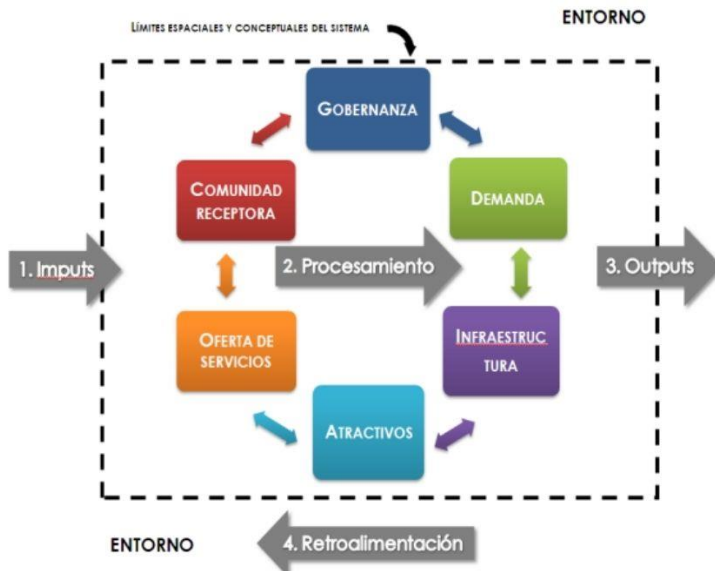
Según Gómez (2014) define el procedimiento metodológico para el diseño del producto turístico dividiéndolo en 2 fases (*Ver figura 1*):

Figura 1: Etapas de diseño de producto



Fuente: Elaboración propia en base a Gómez, 2014

Figura 2: Sistema turístico



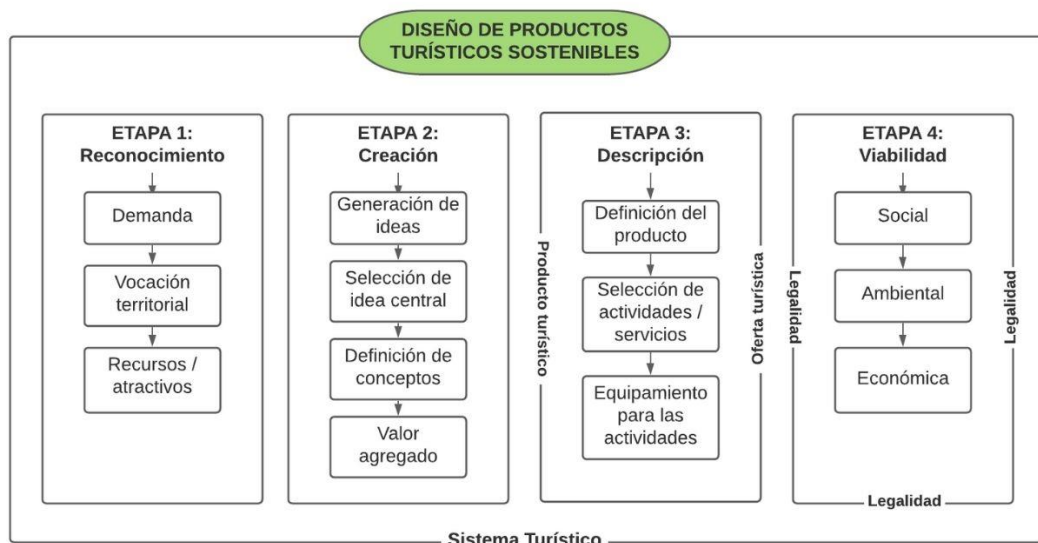
Por otro lado, se tomó en consideración la estructura y funcionamiento del sistema turístico (Ver figura 2) presentado por Ricaurte (2009) como base metodológica para el diseño del producto.

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local Ricaurte (2009:16)

Tomando en consideración lo antes mencionado y las etapas ya estudiadas se procede a realizar la estructura a seguir para el diseño de productos turísticos sostenibles:



3. ETAPAS DE DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE



Fuente: Elaboración propia en base a Gómez 2014



¿Cómo puedes diseñar tu propio producto turístico sostenible? ¡Continúa leyendo!

4. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

4.1. ETAPA 1: RECONOCIMIENTO

1 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Es determinar los posibles visitantes que vayan a consumir el producto turístico y conocer si existe oportunidad de comercialización Ramírez Hernández (2019).

¿CÓMO?

Se puede utilizar las siguientes técnicas para determinar el perfil de visitante o mercado potencial:

- Encuestas (Ver anexos 1,2)
- Entrevistas semiestructuradas

TIPS

- Seleccione un ambiente relajado para realizar las encuestas o entrevistas.
- Asegúrese de establecer confianza con el encuestado o entrevistado.
- Plantee las preguntas con una pequeña descripción.

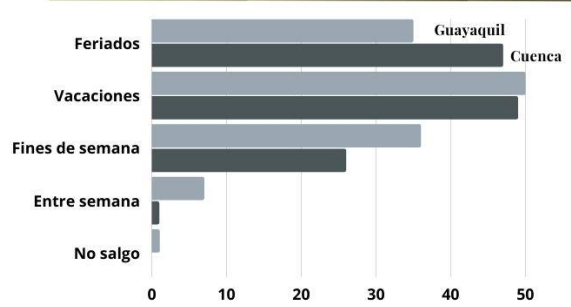
- Las preguntas deben referirse a:
- Aspectos generales (Género, instrucción educativo, ocupación, ingresos económicos)
 - Motivación
 - Comportamiento
 - Percepción
 - Satisfacción



Recuerda: No se puede continuar con el diseño de un producto turístico para la demanda sin identificar sus necesidades.

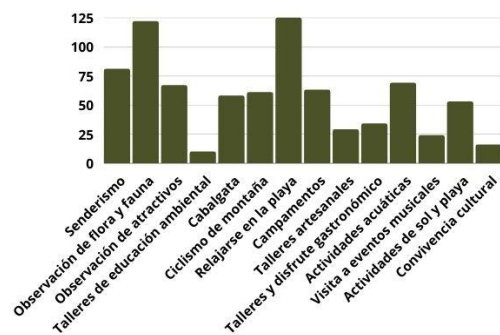
Encuesta aplicada para tu comuna y obtener información relevante tales como:

Figura 3 Fechas principales de viajes



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Figura 4 Actividades principales que desea realizar los turistas



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

2 IDENTIFICAR LA VOCACIÓN TERRITORIAL

Son los rasgos sociales, culturales y natural de un territorio que se toman en consideración para determinar las potencialidades turísticas que posee y aprovecharlos con una buena gestión Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2012).



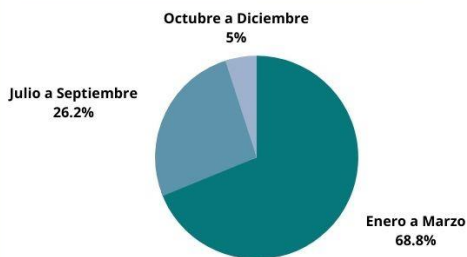
¿CÓMO?

Se puede utilizar las siguientes técnicas y herramientas:

- Encuesta (*Ver anexo 3*)
- Focus group
- Ficha de caracterización (*ver anexo 4*)
- Ficha de observación

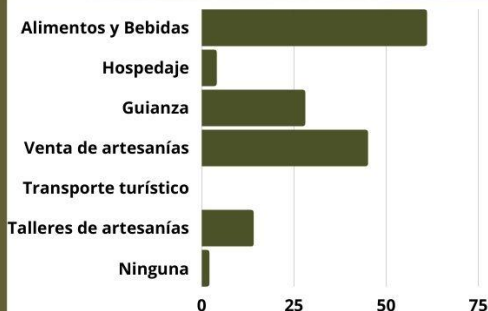
Encuesta aplicada en tu comuna para obtener información relevante como:

Figura 5 Meses frecuentes de visita de turistas



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Figura 6 Tipo de servicio al que desea involucrarse los comuneros



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

TIPS

- Realice visita a los comuneros para llenar la ficha de caracterización.
- Establezca reuniones con los comuneros para conocer sus expectativas e intenciones.
- Identifique el sistema turístico en base a su comuna.
- Observe el comportamiento del turista dentro de su comuna.
- Realice pequeñas preguntas a sus visitantes para conocer sus necesidades.

Las preguntas deben referirse a:

- Percepción del potencial turístico del territorio.
- Percepción de comuneros sobre los visitantes.
- Actitud de la localidad frente a la actividad turística.
- Actitud de la localidad frente a la llegada de turistas.
- Intención de involucramiento a las actividades turísticas.
- Dependencia de entidades públicas para el desarrollo de turismo

Gómez Hinojosa, et al (2014)



Recuerda: Para trabajar en conjunto se debe comprender las necesidades y aspiraciones de la localidad para orientarse bajo una misma meta.



3 IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS/ATRATIVOS

Es el reconocimiento y registro de un conjunto de características o rasgos naturales, culturales pertenecientes a un territorio para el desarrollo de turismo Ministerio de Turismo del Ecuador (2018).

Diferencia de Recurso: Elemento natural o cultural que no posee infraestructura incorporado.
Atractivo: Es el lugar que cuenta con el equipamiento adecuado para el desarrollo de producto turístico. Ministerio de Turismo del Ecuador (2018).

¿CÓMO SE REALIZA?

ETAPA 1 Elaboración del inventario de atractivos turísticos

FASE I: Levantamiento y registro
1. Identificación y clasificación
2. Levantamiento de información primaria y
3. Verificación con información secundaria.

FASE II: Ponderación y jerarquización
1. Definición de criterios de evaluación.
2. Ponderación de criterios.
3. Jerarquización de atractivos turísticos

Herramientas y técnicas:

- Ficha de línea base
- Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos
- Sistema de georeferenciación QGIS

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2018)

TIPS

- Diferenciar entre recurso y atractivo en la comuna.
- Realizar las visitas personalmente a los recursos o atractivos.
- Desarrollar un diagnóstico mediante una matriz FODA.
- Utilizar el manual de atractivos turísticos como instrumento técnico elaborado por el Ministerio de Turismo 2018.

Los criterios de evaluación para la identificación de un recurso o atractivo son:

- Accesibilidad y conectividad
- Planta turística/Servicios
- Estado de conservación e integración atractivo/entorno
- Higiene y seguridad turística
- Políticas y regulaciones
- Actividades que se practican

Ministerio de turismo (2018)



Recuerda: Es necesario el apoyo del Gad Cantonal, profesionales en turismo o estudiantes de carreras de turismo para realizar la identificación de atractivos.

4.1.1. ¿QUÉ DESCUBRES CUANDO APLICAS LA ETAPA DE RECONOCIMIENTO ?



- Tus fortalezas
- Tus debilidades
- Tus oportunidades
- Tus amenazas

FODA APLICADO A TU COMUNA

FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer playa, montaña, ríos, cascada y pozos azufrados. • Servicios básicos necesarios. • Gran diversidad de flora y fauna. • Tranquilidad y amabilidad • Amplia frente de playa. 	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • No poseer asistencia para emergencias. • Poco manejo de recursos. • Poco reconocimiento del visitante adecuado. • Bajo manejo de tecnologías. • Falta de instituciones educativas.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecer a la ruta del Spondylus. • Cercanía al avistamiento de ballenas jorobadas. • Programas de salud y servicios bancarios de entidades privadas y públicas. 	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Deslizamiento de tierra de la montaña. • Aumento del pasaje. • Enfrentamientos con el GAD. • Pandemia • Apropiación de tierra por terceras personas.

FICHA DE LÍNEA BASE APLICADO A TU COMUNA



- Infraestructura
- Gobernanza
- Economía y desarrollo
- Turismo y cultura
- Seguridad

4.2. ETAPA 2: CREACIÓN

¡Es el momento de volverse a reunir!

1 GENERACIÓN DE IDEAS

En esta etapa se toma en consideración aspectos como: características, necesidades y deseos que satisface, conocimiento técnico, mercados potenciales, niveles de innovación, tendencias del mercado así como también las barreras de entrada que pueden ser vulnerables por la amenaza de nuevos entrantes. (Gómez, 2014)

2 SELECCIÓN DE IDEAS

Se selecciona las ideas teniendo en cuenta determinados criterios de viabilidad, posibilidades de llevarlo a la práctica, coincidencia con las expectativas de los turistas. (Gómez, 2014). Es decir, este paso es la depuración de ideas que no se pueden llevar a cabo, debido a que no se dispone con los recursos necesarios.

3 DEFINICIÓN DE CONCEPTO

El concepto puede definirse como: “Una descripción, preferentemente escrita, de las características físicas y perceptuales del producto final considerado y de la promesa que constituye para un grupo concreto de usuarios” (Lambín 1991).

Es necesario de hacer un análisis de lo que será el producto tomando en cuenta las cuatro dimensiones del turismo sostenible: económico, social, legal y natural.

4 VALOR AGREGADO

Es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor. La herramienta que se puede utilizar para la validación es “value proposition canvas” (Sánchez, 2019) (Ver Anexo 6)

¿CÓMO LO LOGRO?

Las técnicas o herramientas que se pueden utilizar son:

- Lluvia de ideas
- De lo imposible a lo posible
- Memoria Futura
- Extracción de ideas de otras disciplinas

¿CÓMO LO LOGRO?

Las técnicas o herramientas que se pueden utilizar son:

- Matriz impacto - dificultad
- Matriz de decisión
- Sumar los aspectos positivos y negativos
- Matriz Pugh (Ver Anexo 5)

¿CÓMO LO LOGRO?

Herramienta a utilizar para que no exista explotación del recurso

- Capacidad de carga





4.3. ETAPA 3: DESCRIPCIÓN

En esta etapa, definimos el producto, ¿Qué queremos hacer? ¿Cómo lo vamos a lograr? ¿Qué podríamos obtener? entre otras interrogantes (Ricaurte, 2021), luego se comienza a detallar todos los elementos que van a conformar al producto turístico en base a la segmentación de mercados que ya se realizó en pasos anteriores, para finalmente hacer el diseño de la oferta turística (Gómez, 2014). Es decir, marcamos nuestra visión y objetivos, se evalúan posibles servicios y/o actividades que estén acorde a la oferta actual de cada producto y del destino, permitiendo hacer cambios con las sugerencias obtenidas de su mercado objetivo.

1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El producto principal es algo determinado y responde a la motivación básica del consumidor, por la cual se decide desarrollar actividades específicas. Esta motivación puede ser de diversa índole, la naturaleza, la cultura, un acontecimiento programado, entre otros (Bertoni, 2002). Debido a ello es necesario definir aspectos importantes que nos ayuden a establecer el producto que queremos desarrollar, aquí se puede utilizar la matriz de definición del producto en base a la experiencia presentado por Ricaurte (2021) (Ver anexo 7)

2 SELECCIÓN DE ACTIVIDADES / SERVICIOS

Para la selección de servicios y/o actividades se debe realizar un itinerario de viaje estableciendo indicadores enfocados en el producto a ofrecer. Luego, definir la ventaja competitiva para medir el éxito, para esto se pueden basar en las 5 fuerzas de Porter (1991) (Ver figura 7). Finalmente, se debe tomar en consideración a los prestadores de servicio por cada actividad a realizar, tomando en cuenta todos los equipos necesarios que intervienen en el producto, de manera que se creen convenios calidad- precio. Recuerda que en esta sección todas las ideas son válidas, ya que luego serán evaluadas.

Figura 7: 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Porter, 1991

RECUERDA

"La ventaja competitiva es aquello que diferencia al producto de la competencia y que puede constituirse en el principal motivo de viaje del turista"

(Gómez, 2014)



3 EVALUACIÓN DE EQUIPAMIENTO PARA LAS ACTIVIDADES / SERVICIOS

En esta sección se va a evaluar a todos los elementos necesarios para cada actividad y/o servicio que se va a brindar al turista de cada posible proveedor. Es decir, se realiza una selección de criterios en cuanto a calidad y necesidades de los clientes (Ver Anexo 8), dichos criterios también se pueden basar en el estudio de Dickson (1966). Una vez evaluado los servicios y equipamientos para cada actividad se realiza la selección de proveedor.

Adicional a ello, Parello (2002) detalla una lista de elementos a analizar como: facilidad de acceso, costos que se pueden realizar por medio de una ficha de estimación de costos por actividad, calidad de servicios, atractivos de la zona, nivel de formación de prestadores de servicio y capacidad de carga. Finalmente luego de haber realizado todos los análisis se puede hacer la decisión de precio que dependerá de todas las características, singularidades y valor agregado en el producto. (Gómez, 2014)

TIPS

- Conocer a sus posibles proveedores por medio de entrevistas cortas.
- Tomar en consideración el compromiso como criterio de evaluación para los proveedores.
- Realizar pruebas piloto con clientes reales para la validación del producto.
- No forzar a la realización de actividades que no cumplen con los criterios.
- Establecer un plan de gestión de riesgos para las actividades.

4.4. ETAPA 4: VIABILIDAD

1 VIABILIDAD SOCIAL

TIPS Tomar en consideración los indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos de la OMT

- Establecer criterios de evaluación de los impactos sociales tales como: Actitudes, satisfacción y reacción de la comuna (OMT, 2005)
 - Nivel de satisfacción
 - Número de reclamaciones por los comuneros.
- Socializar con los comuneros en la toma de decisiones.

Es realizar la verificación del impacto que causa la visita de los turistas en la localidad cuando se desarrolle el producto turístico que se desea presentar mediante indicadores (Gomez,2014).

¿CÓMO SE REALIZA?



- Técnicas:**
- Investigaciones etnográficas
 - Observación participante
 - Cuestionarios



Recuerda: Las ideas sobre el desarrollo del producto turístico debe mejorar la calidad de vida de los comuneros, incrementar participación comunitaria y que el proyecto sea propiedad de la comuna (Ruiz,2004).



2 VIABILIDAD AMBIENTAL

Es identificar y valorizar los impactos ambientales generados por la visita de los turistas en la comuna tomando medidas de control, evaluación y reducción de impactos.

TIPS

Tomar en consideración los indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos de la OMT

- Establecer los indicadores para calcular la capacidad de carga referente a:
 - Capacidad ecológica
 - Capacidad cultural
 - Capacidad social
 - Capacidad de infraestructura.
 - Capacidad de gestión

¿CÓMO SE REALIZA?



- Técnicas:**
- Cálculo de capacidad de carga
 - Observación no participante
 - Ficha de evaluación de indicadores.

3 VIABILIDAD ECONÓMICA

Es identificar y valorizar los impactos económicos y financieros del proyecto que se desea elaborar en la comuna e identificar la factibilidad de acuerdo a que si el producto está enfocado a las expectativas de los visitantes (Gomez,2014).

¿CÓMO SE REALIZA?



- Herramientas**
- Flujo de fondos
 - Estimación de costos
 - Costos iniciales
 - Costos generales

TIPS

- Para determinar el flujo de fondos y estimar los costes, se debe considerar lo siguiente:
 - Costos de producción
 - Precio e ingresos
 - Costo de administración
 - Costo de comercialización
 - Impuestos



Recuerda: Para conocer que la inversión que se realice para el proyecto en la comunidad sea recuperada y se genere beneficios es necesario el análisis de viabilidad económica.

- Las preguntas en cuanto a inversiones de capital se debe apoyar en costos y gastos a efectuar, es decir:
 - ¿Cuánto dinero se va a invertir?
 - ¿Cuánto dinero se tendrá para desarrollar el producto turístico?

5. IDEAS DE MEJORAS PARA TU COMUNA

Luego de realizar un análisis en la comuna 'San José' y aplicar parte de las etapas para el diseño de productos turísticos podemos concluir que:

La comuna San José puede llegar a ser un lugar ideal para disfrutar solo si aprovecha las características que posee. es decir, los dos entornos distintos en un mismo espacio. Sin embargo, cabe recalcar que es necesario contar con una orientación para potencializar los recursos de forma adecuada y responsable evitando el turismo masivo. Adicional, el diagnóstico que se ha realizado dentro de la comuna permite notar la necesidad de mejorar su equipamiento en ambos entornos para captar la atención de visitantes y generar beneficios económicos, sociales y ambientales. Debido a lo antes mencionado se proponen sugerencias de equipamientos a mejorar o implementar acorde a las necesidades de la demanda potencial y vocación turística en base a las encuestas realizadas. (Ver figura 8)

Figura 8: Posibles equipamientos a implementar



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y entrevistas

Es importante tomar en consideración que las sugerencias presentadas deben ser evaluadas antes de implementarlas. Cabe recalcar que todos los resultados obtenidos fueron evaluados entre los meses de Octubre a Diciembre por lo que se recomienda realizar nuevamente el diagnóstico.

Figura 9: Posibles ofertas de servicios a implementar

De acuerdo al estudio que se realizó sobre la demanda potencial turística de la comuna, los resultados reflejan la importancia de presentar un producto turístico para disfrutar en familia que incluya actividades de aventura y relajación. Los mismos resultados muestran el interés de las personas en pasar de una a dos noches en la comuna con un presupuesto de gasto diario de 50 a 100 USD. Por lo tanto, se proponen productos turísticos sostenibles que se puedan realizar dentro de los dos entornos y se encuentren dentro del turismo de aventura y bienestar. (Ver figura 9)



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y entrevistas

Anexo 1 : Perfil del visitante

1. Ciudad de procedencia: _____ **2. Género:** _____
 (City of origin) (Gender)

3. Edad: (Age)

- 18-21 ()
- 22-30 ()
- 31-40 ()
- 41-50 ()
- Mayor de 51 ()

5. Situación laboral: (Employment status)

- Posee empleo (Employed) ()
- Trabaja por cuenta propia (Self-employed) ()
- Estudiante (Student) ()

6. ¿Cuál es el principal motivo de su visita?

(What is the main reason for your visit?)

- Ocio y recreación ()
 - (Leisure and fun)
- Visita a familiares o amigos ()
 - (Visiting relatives or friends)
- Vida nocturna ()
 - (night activities)

7. ¿Qué medio de transporte utilizó para venir a la comuna? (How did you arrive the village?)

- Carro particular (By car) ()
- Bus de compañía privada (By bus) ()

8. ¿Con qué frecuencia visita la comuna?

(How often do you visit the village?)

- Quincenal (Biweekly) ()
- Mensual (Monthly) ()
- Trimestral (Quarterly) ()
- Semestral (Biannual) ()
- Anual (Annual) ()
- No regresaré(¿Por qué?)(I will not return) (why?)

9. ¿Está viajando solo o con un acompañante?

(Are you travelling by yourself or with someone else?)

- Viaja solo (No one) ()
- Con acompañante (Partner/Friend/etc) ()

10. ¿Cuánto tiempo planea permanecer en la comuna?

(How much time are you planning to stay at the village?)

- 1 noche (1 night) ()
- 2 noches (2 nights) ()
- 3 noches (3 nights) ()
- 4 noches o más (4 nights or more) ()

11. ¿Qué actividades esperaría que se ofrezcan para permanecer más tiempo en la comuna?

4. Escolaridad: (Education)

- Primaria (Primary) ()
- Secundaria (High school) ()
- Superior (College) ()
- Postgrado (Postgraduate) ()
- Ninguno (None) ()

12. ¿Cuál es el gasto promedio por persona de su viaje?

(What is the average expense per person of your visit?)

13. ¿De qué manera fue la organización de su viaje?

(How do you organize your trip?)

- Independiente (By myself) ()
- Organizado (paquetes turísticos,etc)
 - Organized (it was part of a travel package,etc) ()

14. ¿Por qué medio de información supo de la comuna?

(How did you know about the village?)

- Familia/amigos (Family/friends) ()
- OTAs (OTA) ()
- TV (TV) ()
- Revistas o guías (magazines/ guides) ()
- Redes sociales (social media) ()

15. ¿Al momento de viajar, qué tan importante considera los siguientes aspectos? Valorando cada uno de 0 a 10, siendo 10 muy importante y 0 nada importante.

(When you travel, how important are these aspects?) (number 0-10)

- Diversidad de actividades _____
 (diversity of activities)
- Calidad del servicio _____
 (Service quality)
- Precios bajos (Low prices) _____
- Tranquilidad (quiet environment) _____
- Calidad de playa (beach quality) _____
- Diversidad gastronómica _____
 (gastronomic diversity)
- Higiene (Hygiene) _____
- Otro: (other) _____

Anexo 2 : Encuesta demanda potencial

2. **Género:** _____
3. **Edad: (Age)**
- 20-25 ()
 - 26-30 ()
 - 31-35 ()
 - 36-40 ()
 - Más de 40 ()
4. **Lugar de residencia:** _____
5. **Estado Civil**
- Soltero/a ()
 - Casado/a ()
 - Divorciado/a ()
 - Unión libre ()
 - Viudo/a ()
6. **Escolaridad:**
- Ninguno ()
 - Primaria ()
 - Secundaria ()
 - Técnico ()
 - Universitario ()
 - Postgrado ()
7. **Ocupación**
- Estudiante ()
 - Profesional independiente ()
 - Profesional dependiente ()
 - Jubilado ()
 - Desempleado ()
- Preferencias de Viaje**
8. **¿Qué medios de comunicación utiliza para descubrir un destino?**
- Televisión ()
 - Radio ()
 - Página Web ()
 - Redes sociales ()
 - Amigos ()
 - Familia ()
 - Otra _____
9. **Principalmente ¿Cuándo realiza sus viajes?**
- Fines de semana ()
 - Entre semana ()
 - Feriados ()
 - Vacaciones ()
 - Otro _____
10. **Principalmente ¿Con quién prefiere realizar los viajes?**
- Familia ()
 - Amigos ()
 - Solo ()
 - Pareja ()
 - Mascota ()
11. **¿Cuál es su motivación para realizar un viaje?**
- Estudios ()
 - Investigaciones ()
 - Turismo ()
 - Negocios ()
 - Trabajo ()
 - Visita de familiares/ amigos ()
- Descubriendo a la Comuna 'San José'**
12. **¿Ha escuchado sobre la comuna 'San José'?**
- Sí ()
 - No ()
13. **Tomando en cuenta que la comuna posee playa y montaña ¿Le interesaría viajar a la comuna 'San José'?**
- Sí ()
 - No ()
 - Tal vez ()
14. **¿Cuáles son los tipos de turismo que le gustaría realizar en un entorno similar? Seleccione 3**
- T. Cultural ()
 - Ecoturismo ()
 - T. Aventura ()
 - T. Salud ()
 - T. Bienestar ()
 - T. Gastronómico ()
 - Agroturismo ()
 - T. Costero, marítimo... ()
15. **Tomando en cuenta que el sitio posee playa y montaña ¿Cuáles son las actividades turísticas que más preferiría realizar? Seleccione 3 del siguiente listado**
- Senderismo ()
 - Cabalgata ()
 - Observación de flora y fauna ()
 - Observación de atractivos naturales ()
 - Talleres de educación ambiental ()
 - Ciclismo de montaña ()
 - Relajarse en la playa ()
 - Campamentos ()
 - Talleres artesanales ()
 - Talleres y disfrute gastronómico ()
 - Actividades Acuáticas ()
 - Visita a eventos musicales ()
 - Actividades de sol y playa ()
 - Convivencia Cultural ()
 - Otro _____

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2 : Encuesta demanda potencial

(continuación)

16. Del siguiente listado, califique según el nivel de importancia que usted considera siendo:

- 1 - Nada Importante
- 2 - Poco Importante
- 3 - Indiferente
- 4 - Importante
- 5 - Muy importante

16.1. Lo que debe poseer un lugar turístico.

- Accesibilidad al destino ()
- Señalización ()
- Paradas de buses cercanos ()
- Internet ()
- Tachos de basura ()
- sub-centro de salud ()
- Farmacia ()
- Cajeros Automáticos ()
- Bancos de Barrio ()
- Parqueaderos ()
- UPC ()

16.2. Servicios

- Punto de información turística ()
- Operadoras de turismo ()
- Guías de Turismo ()

17. Tomando en cuenta que la comuna es un territorio pequeño

17.1. ¿Cuáles son los tipos de alojamiento que preferiría? Seleccione 2 del siguiente listado

- Hotel ()
- Hostería ()
- Hostal ()
- Hospederías comunitarias ()
- Camping ()
- Cabaña ()

17.2. ¿Cuáles son los tipos de establecimientos de esparcimiento que preferiría? Seleccione 1 del siguiente listado

- Instalaciones deportivas ()
- Discotecas ()
- Night Clubs ()
- Billares ()
- Ninguna ()
- Otra _____

17.3. ¿Cuáles son los tipos de establecimientos de alimentación que preferiría? Seleccione 2 del siguiente listado

- Restaurantes ()
- Cafeterías ()
- Fuentes de Soda ()
- Bares ()
- Cabañas de comida ()
- Otro _____

18. ¿Cuál sería su presupuesto por día para realizar turismo en la comuna?

- 20 - 50 US ()
- 50 - 100 USD ()
- 100 - 200 USD ()
- Más de 200 USD ()

19. Tomando en consideración que San José posee playa y montaña ¿Cuál es el tiempo de estadía que preferiría realizar en la comuna?

- Un día ()
- 1 a 2 noches ()
- Más de 2 noches ()

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3 : Encuesta Vocación Turística

2. Género: _____

3. Edad: (Age)

- 20-25 ()
- 26-30 ()
- 31-35 ()
- 36-40 ()
- Más de 40 ()

4. Estado Civil

- Soltero ()
- Casado ()
- Divorciado ()
- Unión libre ()
- Viudo ()

5. Escolaridad:

- Ninguno ()
- Primaria ()
- Secundaria ()
- Técnico ()
- Universitario ()
- Postgrado ()

6. Actividad Económica

- Agricultura ()
- Ganadería ()
- Pesca ()
- Comercio ()
- Servicios ()
- Ninguna ()

7. Ocupación

- Estudiante ()
- Comerciante ()
- Ama de casa ()
- Técnico ()
- Maestro Albañil ()
- Empleado ()
- Jubilado ()

8. ¿El turismo le permitirá tener ingresos?

- Sí ()
- No, ()

9. Rango que llegan más visitantes

- Enero a Marzo ()
- Julio a Septiembre ()
- Octubre a Diciembre ()
- Otro _____

10. ¿La comuna es agradable para el turista?

- Sí ()
- No ()

Desde su punto de vista

10. ¿Qué atractivos llamaría la atención del visitante? Elegir 3

- Playa ()
- Finca comunitaria ()
- Artesanías ()
- Cascadas ()
- Pozos azufrados ()
- Pontones (Montañas) ()
- Río ()
- Gastronomía local ()
- Iglesia ()

11. Tipo de turismo

12. ¿Le gustaría involucrarse en las actividades?

- Sí ()
- No ()

13. ¿Cuál es el tipo de servicio que le gustaría ofrecer? (Solo contestar si la anterior respuesta es afirmativa)

- Alimentos y bebidas ()
- Hospedaje ()
- Guianza ()
- Venta de artesanía ()
- Transporte turístico ()
- Talleres Artesanales ()

Otro _____

14. ¿Cuenta con apoyo por parte de las autoridades?

- Sí ()
- No ()

Anexo 4 : Ficha de caracterización de atractivos y recursos

Esta ficha se utiliza para cada atractivo y/o recurso que se identifique en la comuna. Toda la información recolectada tiene que ver con el atractivo / recurso turístico.

1. DATOS GENERALES

1.1. Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

- Dentro de la comuna (en el área Urbana) ()
- Fuera de la comuna (en los alrededores) ()

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

(Marcar con una x a que característica pertenece su atractivo o recurso)

2.1 Natural

Playa de río/laguna ()
Bahía ()
Playa de mar ()
Caída de agua ()
Río/laguna sin playa ()
Aguas termales ()
Mar sin playa ()
Bosque ()
Isla/islote ()
Observación de flora o fauna ()
Estero ()
Otro _____

2.2 Cultural

Museo ()
Artesanía ()
Arquitectura ()
Tradicional ()
Artes (especifique) ()
Lugar histórico ()
Comida y/o bebida típica ()
Ruina /sitio arqueológico ()
Grupo étnico ()
Manifestación religiosa ()
Acontecimiento programado ()
Feria y/o mercado ()
Otro _____

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

Todo el año ()
Por temporadas (especifique) () _____
Evento programado (especifique fecha) () _____

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

_____ Visitantes de lunes a viernes
_____ Visitantes los días sábado
_____ Visitantes los días domingo
_____ Visitantes los feriados

Fuente de información: _____

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

Permanente (todo el año) ()
Estacional (sólo por temporadas) ()
Esporádica (de vez en cuando) ()
Inexistente ()
Otra _____

Fuente de información: _____

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local Ricaurte, 2009

Anexo 4 : Ficha de caracterización de atractivos y recursos

(continuación)

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

Internacional () Regional ()
 Nacional () Local ()

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

Conservado ()

Deteriorado con posibilidad de recuperación ()

Deteriorado sin posibilidad de recuperación ()

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

Privada () Comunal ()

Pública () OTRA _____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

SÍ () NO ()

¿Cuáles? _____

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

SÍ () NO ()

¿Cuáles? _____

4.6. El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local Ricaurte, 2009

Anexo 4 : Ficha de caracterización de atractivos y recursos

(continuación)

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

- Todo el año ()
- Por temporadas, los meses de: _____ ()

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| • Pavimentada/ asfaltada () | • Aérea () |
| • Fluvial () | • Lastrada () |
| • Adoquinada () | • Sendero () |
| • Marítima () | • De tierra (carrosable) () |
| • Empedrada () | • Otro _____ |

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

- 1. Sí ()
- 2. No ()

b) TURÍSTICA

- 1. Sí ()
- 2. No ()

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

- | | |
|-----------------|----------------|
| • Bus () | • Avioneta () |
| • Canoa () | • Lancha () |
| • Camioneta () | • Ninguno () |
| • Avión () | • Otro _____ |
| • Taxis () | |

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Número de servicios turísticos que existen actualmente EN el atractivo o sus alrededores

- Restaurantes ()
- Kioskos de comida ()
- Bares ()
- Servicio de guianza local ()
- Otro _____

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

- Restaurantes ()
- Kioskos de comida ()
- Bares ()
- Servicio de guianza local ()
- Ninguno ()
- Otro _____

Anexo 5: Matriz Pugh

Esta matriz se utiliza para la toma de decisiones sobre el desarrollo de un nuevo producto o servicio, es una manera rápida de poder priorizar las características del producto que se pretende lanzar o mejorar.

Se basa en el estudio comparativo de las diferentes alternativas para conseguir realizar la opción que vaya a conseguir un mayor beneficio para la organización.

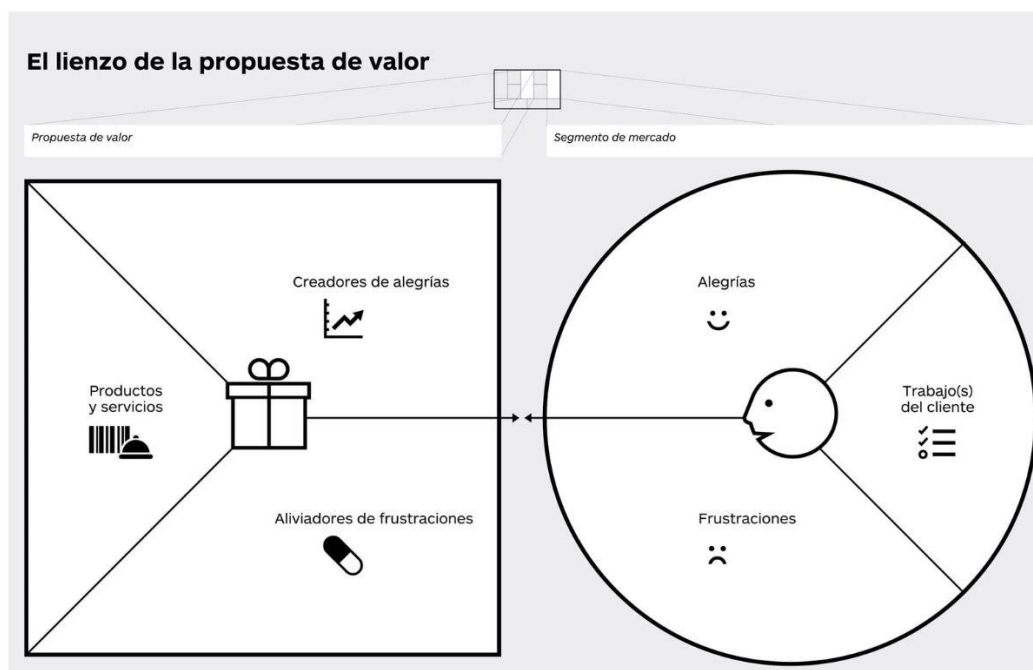
En la primera columna se van a encontrar los conceptos o ideas obtenidas de la generación de ideas, en las demás columnas se colocan los criterios para evaluar cada idea, como se muestra en el siguiente gráfico:

	Criterio1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	...
<i>Idea 1</i>					
<i>Idea 2</i>					
<i>Idea 3</i>					
<i>Idea 4</i>					
<i>Idea 5</i>					
/					
...					

La valoración se pondera en +1 si cumple con el criterio, -1 si no cumple, y "cero" si es indiferente, Finalmente se realiza una sumatoria para cada idea (Suma horizontal)

Debes recordar que los criterios deben de ser viables con lo que quieres lograr a futuro.

Anexo 6: Value Proposition Canvas



¿Cómo se llena?

Paso 2: Diseña el mapa de valor

2.1 Aliviadores de frustraciones

Son características de las propuestas que reducen lo que enfrenta el usuario

¿Cómo elimino...?

¿Cómo reduzco...?

2.2. Creadores de alegría

Es convertir las alegrías en valor

¿Cómo puedo hacer para que se cumpla...?

¿Cómo mejoro...?

¿Cómo facilito...?

¿Qué hago para...?

2.3. Productos y servicios

Se deben enlistar los productos o servicios que se pueden ofertar al usuario para resolver sus problemas (punto 2.1) y realizar sus tareas (punto 1.1). Es fundamental tener en cuenta que los productos y servicios no crean valor por sí mismos, sino en relación con un segmento de usuarios específico, sus tareas, frustraciones y deseos. (Sánchez, 2019)



Recuerda: Una vez diseñado el 'Value Proposition Canvas' se debe hacer una validación, es necesario realizar una investigación de mercado

Paso 1: Observa al cliente

1.1 Trabajos del cliente:

Son actividades o tareas básicas de la vida diaria laboral o personal

- ¿Qué quiere hacer?
- Problema a resolver
- Necesidad a satisfacer

1.2. Frustraciones

Es lo que siente el cliente antes, durante o después de los trabajos del cliente. ¿Cuáles son los desafíos y dificultades de adoptar cierto producto o servicio? ¿Qué hace que se sienta mal? ¿Cuales son los riesgos o miedos que enfrenta?...

- Resultados
- Obstáculos
- Riesgos

1.3. Alegrías

Beneficios que recibe el usuario ¿Qué gana si compra/usa el producto o servicio?

- Requisitos mínimos
- Beneficios esperados
- Beneficios deseados
- Beneficios no esperados

Fuente: Elaboración propia en base a Sánchez, 2019

Anexo 7 : Matriz definición del producto / experiencia

<p>Visión</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es su motivación para crear el producto/experiencia/políticas/estrategias? • ¿Qué cambio positivo debería provocar? 				
<p>Personas turistas</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿A qué mercado o segmento de mercado se dirige el producto/experiencia? • ¿Quiénes son los clientes y usuarios objetivos? • ¿Qué intereses tienen? 	<p>Necesidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué problema o necesidad resuelve el producto para sus turistas? • ¿Qué problema o necesidad resuelve el producto para la comunidad local? • ¿Qué beneficios brinda a los turistas y a la comunidad? 	<p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué producto/experiencias? • ¿Qué lo hace destacar? • ¿Cómo es su experiencia única/personalizada? • ¿Qué productos/ servicios están involucrados? 	<p>Co-creación</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué aporta el turista para la co-creación de su experiencia? • ¿Qué aporta la comunidad local? 	<p>Sostenibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La propuesta es amigable con el medio ambiente? • ¿Genera algún impacto negativo en el ecosistema? • ¿Qué debemos hacer para reducir los impactos?
<p>Competidores y colaboradores</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son sus principales competidores? • ¿Cuales son sus fortalezas y debilidades? 	<p>Factores de costo</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los principales factores de costo a desarrollar, comercializar, vender y dar servicio al producto? 	<p>Pre-viaje y canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo el visitante va a encontrar tu producto / experiencia? • ¿Cómo se puede poner en contacto? • ¿Qué expectativas va a tener? 	<p>Post-viaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo recordará su cliente esta experiencia? • ¿Cómo describirán esta experiencia a los demás? • ¿Qué aparecerá en TripAdvisor? 	

Fuente: Definición del producto/experiencia Ricaurte, 2021

Anexo 8 : Evaluación del proveedor

Utilice este formulario para evaluar el rendimiento general de los proveedores con los que trabaja actualmente o con los que planea trabajar. Se debe incluir toda la información asociada del mismo. Luego aplique un factor de fuerza, porcentajes, a cada elemento evaluado. Totalice cada columna cuando concluya la evaluación. Sume las columnas para obtener un total. Compare el total de cada proveedor para medir el rendimiento del mismo.

Fecha: _____ Preparado por: _____
Evaluación No.: _____

Información del proveedor

Nombre de compañía: _____ Tipo de negocio: _____
Dirección: _____ Forma Jurídica _____
Ciudad/Provincia: _____ Teléfono _____
Correo: _____ Cantidad de empleados: _____

	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4	...
Criterio 1					
Criterio 2					
Criterio 3					
Criterio 4					
Criterio 5					
...					
...					
Total					

Posibles criterios de evaluación

- Disponibilidad inmediata
- Seguridad
- Compromiso
- Certificaciones
- Calidad de servicio
- Reputación de compañía
- Años de experiencia

Criterios estudios de Dickson (1966)

- Calidad
- Entrega
- Rendimiento
- Garantía y políticas de demanda
- Capacidad de producción
- Precio
- Capacidad técnica
- Posición financiera
- Cumplimiento de los procedimientos
- Sistema de comunicación
- Reputación y posición en la industria
- Deseo de negocio
- Administración y organización
- Control de funcionamiento
- Servido de reparación
- Actitud
- Impresión
- Habilidad de...
- Relaciones laborales
- Localización geográfica
- Cantidad de negocios anteriores
- Formación
- Acuerdos recíprocos

Fuente: Extraído de Biztree.com, 2021

Fuente: Elaboración propia en plataforma Canva

ANEXOS

Anexo 1: Ficha de levantamiento de información

Ficha de levantamiento de información
Caracterización de la Comunidad _____

Encuestador: _____ Fecha: _____
Encuestado: _____ No.: _____
Cargo del encuestado: _____

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

PROVINCIA	_____
CANTÓN	_____
PARROQUIA	_____
COMUNIDAD	_____

El número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano es de _____ personas.

Fuente: _____

2. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y ASPECTOS SOCIALES

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

2.1 Condiciones y Distancias

NOMBRE	DISTANCIA (km)	TIEMPO EN BUS (min)	TIEMPO EN CAMIONETA (min)	TIEMPO EN BOTE (min)
Cabecera Parroquial				
Cabecera Cantonal				
Capital de la provincia				

2.2 Vías de acceso a la comunidad

VÍAS DE ACCESO	DESDE	HACIA	TIEMPO	NÚMERO	TIPO*	ESTADO**
Pavimentada/asfaltada						
Adequinada						
Empedrada						
Lastrada						
De tierra						
Fluvial						
Marítima						
Aéreo						
Sendero						
Otro:						

* PRINCIPAL, SECUNDARIO

** BUENO, REGULAR, MALO, NO APLICA

2.3 Señalización

SEÑALIZACIÓN HACIA LA COMUNIDAD	VIAL	TURÍSTICA	NINGUNA	ESTADO
Hacia la comunidad				
Dentro de la comunidad				

Observaciones: _____

2.4 Transporte público: MARCAR CON X

TRANSPORTE PÚBLICO	
Bus	
Camioneta	
Taxis	
Lancha	
Canoa	
Avión	
Avioneta	
Burros de alquiler	
Ticictos	
Ninguno	
Otros:	

□

2.5 Terminales o estaciones de transporte: Marcar con una X si existe

TERMINAL	SI/NO	COOPERATIVAS	FRECUENCIA	ESTACIÓN / TERMINAL	DESDE / HACIA	HORARIOS
Bus						
Camioneta						
Camiones						
Taxis						
Marítimo						
Fluvial						
Lacustre						
Aéreo						
Otro						

Observaciones: _____

COMUNICACIONES

2.6 Servicios de comunicación

SERVICIO	SI	NO	OPERADORAS
Telefonía fija			
Telefonía celular			
Internet			
Oficina de correos			
Otro			

Observaciones: _____

SANIDAD

2.7 Servicios de sanidad

SERVICIO	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN QUE TIENE EL SERVICIO	FUENTE DE LA INFORMACIÓN
Red de agua entubada				
Alcantarillado				
Pozo séptico				
Pozo ciego				
Otro: Letrina				
Ninguno				

2.8 Fuente principal del agua que se consume

TIPO DE AGUA QUE CONSUME	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	PROVEEDOR
Red pública				
Pila o llave pública				
Otra fuente por tubería				
Carro repartidor				
Triciclo				
Pozo				
Río, vertiente, acequia				
Agua lluvia				
Otro				

○ ¿Utiliza usted esta agua para comer? SI _ NO _

○ ¿Cómo purifica el agua? _____

2.9 Forma de eliminación de excretas

FORMA DE ELIMINACIÓN DE EXCRETAS	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	FUENTE
Excusado y alcantarillado				
Letrina				
Aire libre, río, estero				
Pozo séptico				
Pozo ciego				
Otros: No tiene				

• Si posee usted un pozo séptico, cada que tiempo le hace mantenimiento? _____

2.10 Eliminación de basura

ELIMINACIÓN DE BASURA	SI	NO	% DE LA POBLACIÓN	FRECUENCIA
La queman				
Carro recolector				
Entierran				
Otro: Arrojan al río, en terrenos baldíos y otras formas.				

Observaciones: _____



3.3 Organizaciones de la comunidad

TIPO DE ORGANIZACIÓN	NOMBRE	ACTIVIDADES	# de MIEMBROS	CONTACTO	NÚMERO DEL CONTACTO
Junta Parroquial					
Comité de Barrio					
Directiva Comunitaria					
Comité de Desarrollo					
Asociación de mujeres					
Cooperativas					
Organización de mujeres					
Organizaciones religiosas					
Asociaciones de turismo					
Comité de padres de familia					
Clubes					
Otras:					

3.4. Nombre a las personas que se reconocen como líderes comunitarios y en qué área o sector:

NOMBRE	ÁREA/SECTOR	CONTACTO

3.5 Trabajo comunitario

ACTIVIDADES EN QUE PARTICIPA LA COMUNA	SI	NO	FRECUENCIA
Trabajo en grupo			
Minga (limpiar la comunidad)			
Asamblea Comunitaria			
Otras:			

Observaciones:



4.1. Actividades económicas principales a las que se dedica la población (Indicar porcentaje de la población que se dedica a la actividad)

- _____
- _____
- _____
- _____

4.2 Tipo de trabajo de la comunidad

ACTIVIDADES LABORALES	%	ACTIVIDADES
En relación de dependencia		
Independiente		
Otras		

4.3 Ingreso promedio por persona

INGRESOS SEMANALES	%	ACTIVIDAD
0 – 10 dólares		
11 – 20 dólares		
21 – 30 dólares		
31 – 50 dólares		
Más de 50 dólares		

4.4 Provisión de insumos para consumo familiar

LUGAR DE CONSUMO	TIPO DE CONSUMO***	GASTO Diario o semanal
Comunidad		
Comunidad vecina		
Vendedores ambulantes		
Cabecera parroquial		
Cabecera cantonal		
Cabecera provincial		
Otro		

*** Tipo de consumo: Alimentos, útiles de limpieza, útiles de oficina, vestimenta, medicinas, electrodomésticos, otros.

4.5 Consumo local

Tipo de consumo	Tipo	Productor
Vegetales		
Frutas		
Carnes		
Pescados, mariscos		
Productos secos		
Otro:		



4.6 Obras

NOMBRE DE LA OBRA	EJECUTOR	ESTADO DE LA OBRA	MANEJO DE LA OBRA

Observaciones:

4.6.1 Capacitaciones

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	EJECUTOR	NÚMERO DE HORAS

Observaciones:

5. TURISMO Y CULTURA

5.1. OFERTA DE SERVICIOS

5.1.1 Alojamiento

ALOJAMIENTO	NÚMERO
Hoteles	
Hosterías	
Hostales	
Moteles	
Pensiones	
Hospederías comunitarias	
Camping	
Otro:	

5.1.2 Esparcimiento

ESPARCIAMIENTO	NÚMERO
Discotecas	
Cines/teatros	
Instalaciones deportivas	
Cantinas	
Billares	
Night Clubs	
Otros:	



ALIMENTACIÓN	NÚMERO
Restaurantes	
Cafeterías	
Fuentes de soda	
Bares	
Kioscos de comida	
Otros:	

OTROS SERVICIOS	NÚMERO
Agencias de viaje	
Información al turista	
Operadoras	
Guías de turismo	
Bancos (Del Barrio)	
Cajeros automáticos	
Otros	

5.2 ¿Qué es turismo para Ud?

5.3 ¿Dónde realizan actividades turísticas?

5.4 ¿Qué actividades realizan?

5.5 ¿Aquí se pueden realizar las actividades que mencionan? SI _____ NO _____

5.6 ¿Vienen personas de otros lugares a realizar turismo? SI _____ NO _____

¿De dónde son los visitantes?: _____

5.7 ¿En qué fechas la localidad es visitada para realizar actividades turísticas o recreativas?

5.8 ¿Cuántas veces al año? _____

5.9 Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. (El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad, una vez que haya logrado el acercamiento y establecer el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	Número de personas
1. Inglés	
2. Capacidad o experiencia en guia o	
3. Cocina	
4. Alojamiento/ hospedaje	
5. Elaboración / venta de artesanías / postales	
6. Alquiler de equipos para turismo	
5. Otra	

5.9.1 ¿Alguien en la comunidad tiene la capacidad de brindar hospedaje? SI _____ NO _____

5.10 ¿Qué Atractivos (recursos) turísticos tienen para ofrecer a los visitantes?



NOMBRE DEL ATRACTIVO	LUGAR DONDE SE ENCUENTRA

5.11 Líderes comunitarios reconocidos para la actividad turística:

5.12 Principales Eventos desarrollados por la comunidad

Tipo	Nombre	Lugar	Fecha	Organizador
Sociales				
Cívicos				
Lúdicos, deportivos				
Religiosos				

4.13 otros

DETALLE	
Santos	
Costumbres	
Tradiciones	
Leyendas	
Platos tradicionales	
Juegos tradicionales	

6. SEGURIDAD

6.1 Problemas sociales que según el encuestado pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad

PROBLEMA	PROBLEMA
Alcoholismo	Narcotráfico
Prostitución	Asesinato
Drogadicción	Sicariato
Robos/Asaltos	Chulqueros/Prestamistas

Otro: _____

6.2 ¿La policía hace recorridos a la comunidad? SI ____ NO ____

¿Con que frecuencia? _____

6.3 ¿Existe un UPC? SI ____ NO ____ ¿A qué distancia? _____

6.4 ¿A quién acuden en caso de emergencias? _____



6.5 ¿Los bomberos y las ambulancias pueden llegar a la comunidad? SI ____ NO ____

6.6 ¿Qué medidas de seguridad toman para no contraer enfermedades?

6.7 ¿Qué tipo de enfermedades son más comunes en su comunidad?

6.8 En referencia al terremoto ocurrido en abril de 2016 ¿Cómo afectó a su territorio?

6.8.1 ¿Afectó a su vivienda? SI ____ NO ____

¿Qué tipo de daños? _____

6.9 ¿Hay inundaciones en época de lluvias? SI ____ NO ____

6.9.1 ¿Cuál es el nivel más alto que ha llegado el agua? BAJO ____ MEDIO ____ ALTO ____

6.9.2 ¿Cuánto duran las inundaciones? _____

6.9.3 ¿Pueden salir de sus hogares? SI ____ NO ____

¿CÓMO? _____

6.10 Hay vientos fuertes? SI ____ NO ____

7. VARIOS

7.1 Medios de información utilizados en la localidad

Medio	Nombre
Radio	
Televisión	
Web	
Red Social	
Servicios de Mensajería móvil	
Diarios	
Otro	

Fuente: Ricaurte, 2009

Anexo 2: Entrevista a los actores internos.

Preguntas de entrevistas para actores internos

- 1.- ¿Qué es turismo para usted?
- 2.- ¿Hace cuántos años ha vivido en la comuna?
- 3.- ¿Qué cambios ha notado en estos últimos años en su comuna?
- 4.- ¿Qué cambios o mejoras considera que se deba hacer en la comuna para llamar la atención del visitante?
- 5.- ¿Qué tan segura considera que es la comuna para los turistas?
- 6.- ¿A qué se dedica usted para obtener ingresos económicos?
- 7.- ¿Con qué frecuencia ve turistas o en qué meses?
- 8.- ¿Qué considera que atrae a los turistas?
- 9.- ¿Qué actividades realizan los turistas cuando llegan a la comuna?
- 10.- Para las fechas importantes, ¿Qué ofrece la comuna San José a los turistas?
- 11.- ¿Qué tan involucrados considera usted que se encuentran las autoridades | de turismo de Santa Elena con la comuna?
- 12.- ¿Qué problemas ha percibido dentro de la comuna?
- 13.- Cuando vienen turistas, ¿Llegan solos o en grupo?
- 14.- ¿Qué tan preparados o equipados se encuentra la comuna para la llegada de turistas?
- 15.- ¿Qué servicios turísticos ofrece para los turistas?
- 16.- ¿En qué actividades se involucra como comunero dentro de San José?
- 17.- ¿Qué tan importante es para usted que San José sea reconocido?

Fuente: Elaboración propia en base a las necesidades de la comuna

Anexo 3: Entrevista a los actores externos

Preguntas de entrevistas para actores externos

Se tiene 2 escenarios

- El poco aprovechamiento de los recursos naturales que posee en la comuna.
- Realización de actividades turísticas enfocadas únicamente en el frente de la playa.

- 1.- ¿Por qué considera que las personas se enfocan únicamente en un recurso?
- 2.- ¿Cuáles cree que son los servicios más esenciales para que la comuna sea considerado bien equipado para el turista?
- 3.- ¿Qué considera que sea más importante, lo que desea la comuna o lo que desea el turista?
- 4.- ¿Por qué considera que una comuna no es reconocida turísticamente?
- 5.- ¿Qué estrategias o metodologías utilizaría para evitar el turismo masivo?
- 6.- Según su punto de vista y experiencia, ¿Qué actividades turísticas se podría implementar tomando en consideración que es una comuna?
- 7.- ¿Considera viable la implementación de un sendero ecológico del lado de la montaña para la realización de actividades en la naturaleza?

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Encuesta de Vocación Turística

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA VOCACIÓN TURÍSTICA				
Genero:	¿Considera usted que el turismo le permitirá obtener ingresos económicos para la comunidad?		Si	No
Femenino	A usted le gustaría que lleguen turistas a su comuna?			
Masculino	¿En qué rango usted considera que llegan más visitantes?			
Edad:	Enero – Marzo			
20 - 25	Julio - septiembre			
26 - 30	Octubre - diciembre			
31 - 35	¿Considera usted que la comuna puede ser considerado agradable para un turista?			
36 – 40	¿Cuáles considera usted que son los atractivos que más llamaría la atención del visitante?			
Más de 40				
	Playa			
Estado Civil:	Finca comunitaria			
Soltero	Artesanías			
Casado	Cascada			
Divorciado	Pozos azufrados			
Unión libre	Pontones			
Viudo	Río			
	Gastronomía local			
Nivel de instrucción:	Iglesia			

Sin estudios	¿Qué tipo de turismo le gustaría ofrecer?			
Primaria	Arte, arquitectura, gastronomía local, la música, las culturas			
Secundaria	Biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales.			
Técnico	Montañismo, escalada, bicicleta de montaña.			
Universitario	Bienestar para la salud física, mental y/o espiritual.			
Post grado	Relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos			
	Visita a productores locales, festivales y clases de cocina			
Actividad Económica:	Nadar, tomar el sol, recreo y deporte a orillas de un mar o río			
Agricultura	Paisaje, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad			
Ganadería	familiarización con trabajos agropecuarios.			
Pesca	¿Usted estaría dispuesto a involucrarse en el desarrollo de actividades vinculados con el turismo?			
Comercio				
Servicios	Según la siguiente lista, ¿En qué tipo de servicio le gustaría involucrarse para ofrecer al visitante?			
Ninguna				
	Alimentos y bebidas			
Ocupación:	Hospedaje			
Estudiante	Guianza			
Comerciante	Venta de artesanías			
Ama de Casa	Transporte turístico			
Técnico	Talleres de artesanías			
Maestro	¿Considera usted que las autoridades deben apoyar económicamente en la comuna para el desarrollo del turismo?			
Empleado				
Jubilado				

Fuente: Elaboración propia en base a Granados & Parra, 2018

Anexo 5: Encuesta Demanda Potencial

Demanda Potencial

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la demanda potencial para la comuna San José ubicada en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena, mediante la segmentación demográfica y psicográfica, además de las preferencias y necesidades que tienen sobre un territorio turístico.

Su participación es importante, puesto que nos permitirá obtener resultados reales y confiables que beneficien a la sociedad. El desarrollo del cuestionario no le tomará más de 7 minutos.

Los datos y la información proporcionada por usted se van a manejar con la mayor confidencialidad y responsabilidad, no se difundirá sus respuestas de forma individual bajo ningún concepto; los resultados obtenidos serán utilizados específicamente para el análisis de la demanda potencial.

Pedimos que se realice la encuesta con gran sinceridad. No existen respuestas malas ni buenas.

De antemano agradecemos su participación, por favor, lea cuidadosamente cada pregunta.

***Obligatorio**

· ¿Cuál es su género? *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
 Masculino
 Otro: _____

· ¿Qué edad tiene? *

Marca solo un óvalo.

- 20 - 25
 26 - 30
 31 - 35
 36 - 40
 más de 40

3. ¿Cuál es su lugar de residencia? *

Marca solo un óvalo.

- Guayaquil
- Cuenca
- Otro: _____

4. Estado Civil *

Marca solo un óvalo.

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Unión libre
- Viudo/a

5. Nivel de Instrucción *

Marca solo un óvalo.

- Sin estudios
- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Post-Grado

6. ¿Cuál es su ocupación? *

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Profesional independiente
- Profesional dependiente
- Jubilado
- Desempleado

Preferencias de viaje

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza para descubrir un destino? *

Marca solo un óvalo.

- Televisión
- Radio
- Página Web
- Redes Sociales
- Amigos
- Familia
- Otro: _____

8. ¿Principalmente cuándo realiza sus viajes? *

Marca solo un óvalo.

- Fines de semana
- Entre semana
- Feriados
- Vacaciones
- Otro:

9. ¿Principalmente con quién prefiere realizar los viajes? *

Marca solo un óvalo.

- Familia
- Amigos
- Solo
- Pareja
- Mascota

10. ¿Cuál es su motivación para realizar un viaje? *

Marca solo un óvalo.

- Estudios
- Investigaciones
- Turismo
- Negocios
- Trabajo
- Visita de Familiares / amigos
- Otro: _____

Descubriendo la Comuna San José

Tomando en cuenta que la comuna San José se encuentra ubicada en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena.

11. ¿Ha escuchado sobre la Comuna San José? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Nunca

12. Tomando en cuenta que la comuna San José posee playa y montaña ¿Le interesaría viajar a la comuna San José? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

13. ¿Cuáles son los tipos de turismo que le gustaría realizar en un entorno similar? Seleccione 3 del siguiente listado *

Selecciona todos los que correspondan.

- Turismo cultural
 Ecoturismo
 Turismo de aventura
 Turismo de salud
 Turismo de bienestar
 Turismo Gastronómico
 Agroturismo
 Turismo costero, marítimo y de aguas interiores

14. Tomando en cuenta que el sitio posee playa y montaña ¿Cuáles son las actividades turísticas que más preferiría realizar? Seleccione 3 del siguiente listado *

Selecciona todos los que correspondan.

- Senderismo
 Observación de flora y fauna
 Observación de atractivos naturales
 Talleres de educación ambiental
 Cabalgata
 Ciclismo de montaña
 Relajarse en la playa
 Campamentos
 Talleres artesanales
 Talleres y disfrute gastronómico
 Actividades acuáticas
 Visita a eventos musicales
 Actividades de sol y playa
 Convivencia cultural

15. Del siguiente listado, califique según el nivel de importancia que usted considera que deba poseer un lugar turístico. *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada Importante	Poco Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Accesibilidad al destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Señalización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paradas de buses cercanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tachos de basura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sub-centro de Salud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Farmacia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cajeros Automáticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bancos de Barrio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parqueaderos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
UPC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante
Punto de información turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operadoras turísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guías de turismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Tomando en cuenta que la comuna es un territorio pequeño ¿Cuáles son los tipos de alojamiento que preferiría? Seleccione 2 del siguiente listado *

Selecciona todos los que correspondan.

- Hotel
- Hostería
- Hostal
- Hospederías comunitarias
- Camping
- Cabaña

18. Tomando en cuenta que la comuna es un territorio pequeño ¿Cuáles son los tipos de establecimientos de esparcimiento que preferiría? Seleccione 1 del siguiente listado *

Marca solo un óvalo.

- Instalaciones deportivas
- Discotecas
- Night Clubs
- Billares
- Ninguna
- Otro: _____

19. Tomando en cuenta que la comuna es un territorio pequeño ¿Cuáles son los tipos de establecimientos de alimentación que preferiría? Seleccione 2 del siguiente listado *

Selecciona todos los que correspondan.

- Restaurantes
- Cafeterías
- Fuentes de soda
- Bares
- Cabañas de comida

20. Tomando en cuenta que la comuna es un territorio pequeño ¿Cuál sería su presupuesto por día para realizar turismo en la comuna? *

Marca solo un óvalo.

- 20 - 50 USD
- 50 - 100 USD
- 100 - 200 USD
- Más de 200 USD

21. Tomando en consideración que San José posee playa y montaña ¿Cuál es el tiempo de estadía que preferiría realizar en la comuna? *

Marca solo un óvalo.

- Un día
- 1 a 2 noches
- Más de 2 noches

Fuente: Elaboración propia