

PROYECTO
TURKIT.EC

PLANIFICACIÓN Y
DISEÑO CO-CREATIVO
DEL TURISMO

Caja de herramientas No.1

CINTHY VEINTIMILLA
CARLA RICAURTE
MATHIAS PECOT
DIANA GUAYAQUIL
LUIS ENCALADA

Para citar este documento:

Veintimilla, C; Ricaurte-Quijano, C. Pécot, M. Guayaquil, D. Encalada-Abarca, L. (2023). *Planificación y diseño co-creativo del turismo. Caja de herramientas No.1*. Proyecto Turkit.EC. Escuela Superior Politécnica del Litoral.



USTED ES LIBRE DE:

COMPARTIR — COPIAR Y REDISTRIBUIR EL MATERIAL EN CUALQUIER MEDIO O FORMATO

ADAPTAR — REMEZCLAR, TRANSFORMAR Y CREAR A PARTIR DEL MATERIAL.

EL LICENCIADOR NO PUEDE REVOCAR ESTAS LIBERTADES MIENTRAS CUMPLA CON LOS TÉRMINOS DE LA LICENCIA.

BAJO LAS CONDICIONES SIGUIENTES:

RECONOCIMIENTO — DEBE RECONOCER ADECUADAMENTE LA AUTORÍA, PROPORCIONAR UN ENLACE A LA LICENCIA E INDICAR SI SE HAN REALIZADO CAMBIOS<. PUEDE HACERLO DE CUALQUIER MANERA RAZONABLE, PERO NO DE UNA MANERA QUE SUGIERA QUE TIENE EL APOYO DEL LICENCIADOR O LO RECIBE POR EL USO QUE HACE.

Esta caja de herramientas ha sido diseñada a partir de reflexiones y trabajo colaborativo entre Cinthy Veintimilla-Mariño, Carla Ricaurte-Quijano, Mathias Pécot, Diana Guayaquil Robayo y Luis Encalada-Abarca.

Nuestros revisores y colaboradores (a través de talleres, grupos focales y entrevistas) incluyen a las siguientes personas y comunidades con quienes compartimos reflexiones acerca de herramientas de planificación en turismo:

Lady Soto
Carlos Ricaurte
Carla Portalanza
Sebastián Calle Lituma
Mónica Burbano
Patricio Gaybor
Carla Hidalgo
Jorge Paguay
Edson Larrea
Jorge Mori
Danilo Arostegui

Patricio Vivanco
Fausto Velarde
Carlos Gutiérrez
Carlos Andrés Orozco
Gioconda Peñafiel
Lorena Guerra
Sumak Serrano
Philipo Franco Mero
Ely Soares Hajjar
Carlos Alvarado Jimenez
Edwin Armijos

Actores sociales del turismo -
Cantón Playas
Estudiantes de Desarrollo
Sostenible del Turismo - ESPOL
Estudiantes de Planificación de
espacios turísticos - ESPOL

Nuestros ayudantes de investigación fueron:

Alejandro Macías Matute
Denisse Luzardo Luzuriaga
Lin Aguas Andrade

Diseñadores:

Aldrin Tobar
Jussepe Zambrano

PREFACIO

El Turkit.Ec es una caja de herramientas basadas en el pensamiento de diseño que surge de un trabajo colaborativo a través de entrevistas, encuestas, talleres y grupos focales con actores del sector turístico. Nuestro objetivo es proporcionar un conjunto de herramientas, métodos y procesos para la innovación social y la transformación del futuro a través de la planificación turística y el turismo. El Turkit.Ec ofrece herramientas para diversas fases de la planificación turística, con un enfoque de sostenibilidad, innovación, co-creación, activismo e integración de todos los actores involucrados, incluyendo la naturaleza.

La planificación turística desempeña un papel fundamental en el desarrollo sostenible, la economía local, la preservación cultural y ambiental, y otros aspectos relevantes. Al abordar la planificación turística como una acción transformadora, podemos promover un turismo responsable y beneficioso para todas las partes interesadas. El Turkit.Ec ha sido diseñado para ayudar a los profesionales del turismo y a los planificadores a enfrentar estos desafíos y desarrollar estrategias innovadoras y sostenibles.

En esta primera entrega, el Turkit.Ec presenta 16 herramientas que abarcan diferentes etapas del Design Thinking. Estas incluyen 7 herramientas para la etapa de Descubrimiento, 5 herramientas para la etapa de Análisis (una de las cuales también se encuentra en la etapa de Descubrimiento), 4 herramientas para la etapa de Diseño (una de las cuales también se encuentra en la etapa de Análisis), 1 herramienta para la etapa de Prototipado y 2 herramientas para la etapa de Implementación (una de las cuales también se encuentra en la etapa de Diseño).

Para utilizar el Turkit.Ec, te recomendamos explorar las herramientas siguiendo las etapas del Design Thinking. Comienza con la etapa de Descubrimiento para comprender las necesidades y desafíos de tu contexto turístico. Luego, avanza a la etapa de Análisis para investigar en detalle y evaluar los datos recopilados. A continuación, pasa a la etapa de Diseño para generar soluciones creativas y viables. Utiliza las herramientas de Prototipado para construir y probar tus ideas, y finalmente, implementa las estrategias con las herramientas correspondientes. Cada herramienta incluye instrucciones y ejemplos prácticos para ayudarte en el proceso.

El Turkit.Ec es un manual en constante evolución y esperamos seguir actualizándolo e incorporando más herramientas. Apreciamos tus comentarios y aportes, ya que nos ayudan a mejorar y adaptar el contenido. Si tienes comentarios, sugerencias o deseas compartir tus experiencias con las herramientas del Turkit.Ec, no dudes en ponerte en contacto con nosotros a través del correo electrónico turkitec@espol.edu.ec.

Agradecemos sinceramente a los expertos en planificación turística, profesionales de la industria y colaboradores que han brindado su experiencia y apoyo para la creación de esta caja de herramientas.

¡Gracias por utilizar el Turkit.Ec y por contribuir a la transformación positiva del turismo!

CONTENIDO

Presentación	1
Habilidades y valores del planificador en turismo	3
Productos de la planificación turística	4
El proceso de planificación turística desde el Design Thinking	5
Las 16 herramientas de Turkit.EC	7
Recomendaciones para el uso de la caja de herramientas	8
<i>Generación de confianza: El rompehielo</i>	8
<i>Hablemos de turismo, de "lo turístico" y de "lo no turístico"</i>	12
<i>Mapeo de datos e información: Las fuentes</i>	16
<i>Actores humanos y no humanos de la planificación: El mapeo</i>	20
<i>Empatización con la naturaleza: La mímica</i>	24
<i>Exploración cualitativa de la demanda: El entrevistador</i>	28
<i>Intereses personales e intereses en común: Citas de empatía</i>	32
<i>Descubrimiento de problemas: Entrevistas rápidas</i>	37
<i>Análisis de la experiencia turística: El turista en las redes</i>	41
<i>Mecanismos de continuidad: El tren</i>	45
<i>Encontrando el norte: El faro</i>	49
<i>Diseño de experiencias turísticas: La maleta</i>	53
<i>Diseño de rutas turísticas: La ficha técnica de paradas</i>	58
<i>Aterrizaje del futuro: Ficha de proyecto o actividad</i>	64
<i>Acción para la implementación: Condiciones clave</i>	69
<i>Co-creaciones y soluciones: Prototipado en lego y plastilina</i>	73
Futuros pasos	76
Mejorar y desarrollar el Turkit. EC	77
Comunidad Turkit.EC	78
Semillero de planificadores	79
Fuentes de consulta	80

PRESENTACIÓN



TURKIT.EC
es un proyecto
LIDERADO
por la **Escuela**
Superior Politécnica
del Litoral

Cuyo **OBJETIVO** es
generar un conjunto de
herramientas, métodos y
procesos para la
innovación social y
transformación del
futuro desde la
planificación turística y el
turismo.

Les presentamos
un **ENSAMBLAJE**
evolutivo de
herramientas de
planificación
turística

CREEMOS
en el poder transformativo de
la creatividad, en el trabajo
conjunto e inclusivo, en la
comunicación transparente y
en la acción sociopolítica
como punto de inicio de
nuevas realidades sociales y
ambientales.

ACCESIBLES
gratuitamente
en línea y en
idioma
español.

Las
herramientas
son para



Técnicos del sector público



Comunidades locales



Profesores e investigadores



Consultores



**Profesionales interesados en
formación continua**

LA CAJA DE HERRAMIENTAS PROVEE SOLUCIONES



e incluye

Nuestro objetivo es colaborar en comunidades de práctica con un sentido multidisciplinario, intergeneracional e inclusivo, para obtener soluciones que respondan a las necesidades de los usuarios y de su contexto. Usamos un lenguaje de co-creación, y procedimientos iterativos asentados en el pensamiento de diseño: desde la identificación del problema hasta el diseño de soluciones, prototipaje, validaciones y análisis de impacto.

HABILIDADES Y VALORES DEL PLANIFICADOR EN TURISMO*

El planificador turístico es un ser humano con emociones, habilidades y valores. Su capacidad técnica es tan importante como sus habilidades humanas y sus convicciones. Invitamos a los lectores a reconocerse como seres humanos éticos, racionales, activos políticos, comunicativos y creativos.



Interacción y comunicación social, constructiva y ética con grupos diversos, interculturales o interdisciplinarios en diferentes contextos



Aprendizaje permanente y gestión crítica de la información.



Creación de valor
Abordaje creativo, innovador y emprendedor de problemas de la realidad social y profesional



Gestión estratégica del conocimiento
disciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar para la comprensión y transformación de la realidad.

Ciudadanía ética para la sostenibilidad

Desempeño personal y profesional consciente y responsable, tomando en cuenta sus efectos sociales, culturales, económicos y ambientales.



Liderazgo y autoagencia

Liderazgo para el compromiso y dirección de personas y grupos diversos para el logro de objetivos de interés y bien común desde la autoagencia, asertividad y empatía.



Conocimientos técnicos de planificación

(diagnóstico, inventarios, capacidad de carga, GIS, manejo de mapas).



Valores

Creatividad
Responsabilidad
Inclusión
Transparencia
Rendición de cuentas
Confiabilidad
Activismo
Conexión
Empatía



*Elaborado con base en las habilidades y valores de los profesionales de la Espol

PRODUCTOS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

¿Qué es lo que obtenemos al final de un proceso de planificación? ¿Cuándo finalizan los procesos de planificación? ¿Finalizan en el momento que se entrega la propuesta, o al evaluar los resultados? La reflexión conjunta nos ha llevado a identificar tres tipos de productos de planificación turística: macro, meso y micro.



MESOPRODUCTOS:

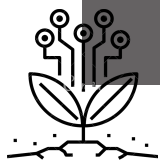
Son los productos que típicamente un ente público (ministerio de turismo/GAD), una ONG, una empresa o una comunidad local solicita a un consultor para diseñar o gestionar destinos y experiencias. Los meso productos incluyen la aplicación de herramientas y la colaboración de varios actores para generar estrategias, políticas, productos, experiencias, regulaciones, acondicionamiento de espacios y/o manejo de visitantes y sitios de visita con criterios sociales, políticos, éticos, ambientales y de inclusión.

MACROPRODUCTOS:

Los metaproductos son la finalidad de la planificación turística ¿Cuál es el producto del esfuerzo de planificación turística en términos de transformación social, contribución a la sociedad y al sector frente a desafíos globales? Por ejemplo, soluciones en relación al cambio climático, justicia social, transición a una economía no dependiente en combustibles fósiles, desarrollo sostenible.

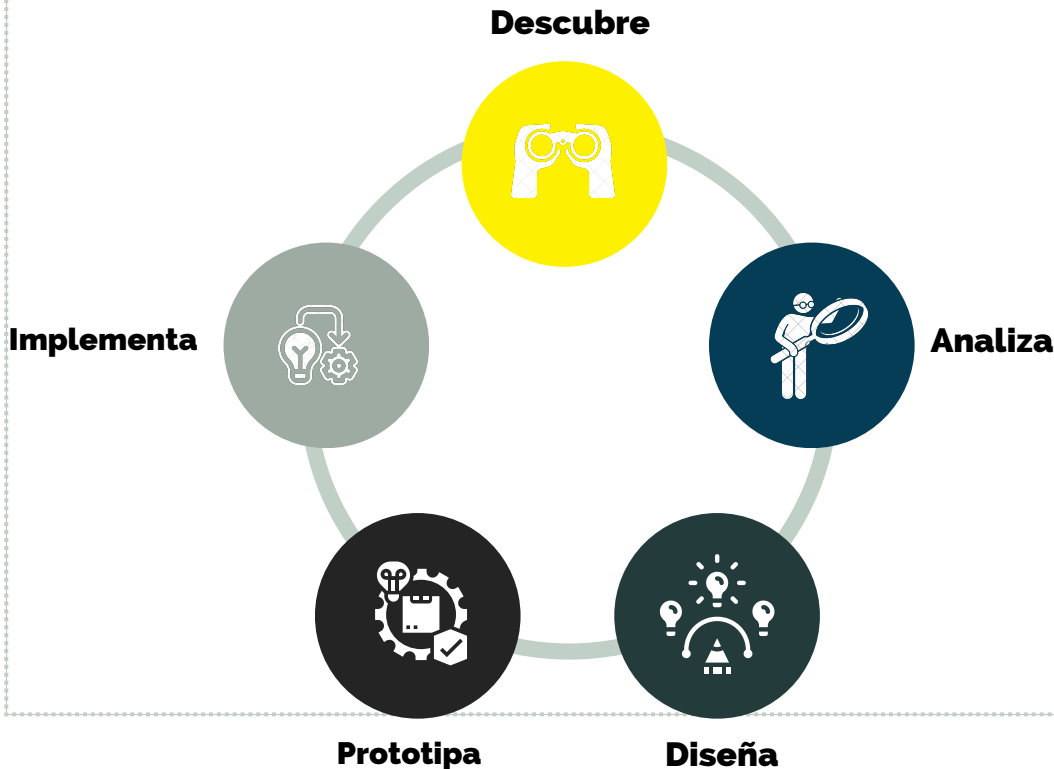
MICROPRODUCTOS:

Son los productos que corresponden al uso, aplicación o diseño puntual de herramientas de nivel técnico. Por ejemplo, segmentaciones de mercado, mapeos de actores, identificación de problemas, análisis de experiencias, diseño de talleres, elaboración de inventarios, y otros.



EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DESDE EL DESIGN THINKING

En Turkit.EC seguimos el proceso de planificación del Tourism CoLab, el cual se asienta en el pensamiento de diseño y en el poder creativo de los procesos de empatización, co-creación y prototipado. El proceso tiene 5 etapas iterativas: descubre, analiza, diseña, prototipa e implementa.



● Descubre

En el descubrimiento se recoge información, se dedica tiempo a escuchar, observar, generar empatía y construir un grupo de actores sociales comprometidos.

● Analiza

En el análisis se organiza la información. Los datos se interconectan y relacionan unos datos con otros. Se presentan visualmente. Al final de la etapa tendremos problemas identificados: simples y complejos.

● Diseña

En el diseño se crea y se prototipa conjuntamente las soluciones y las formas de implementarlas. Se diseña conjuntamente el cambio que se quiere ver en el turismo.

● Prototipa

En el prototipado, se crea y se evalúa una solución específica. ¿Es posible? ¿es factible? ¿soluciona el problema de los actores?

● Implementa

En la implementación e impacto se actúa de forma conjunta para generar cambios en el turismo, en la sociedad o en la naturaleza. Estos cambios se registran y se miden.

LAS 16 HERRAMIENTAS DE TURKIT.EC

En esta primera edición les presentamos las primeras 16 herramientas de Turkit.EC para que las usen, nos comenten y retroalimenten. Las herramientas sirven para diferentes momentos del proceso de planificación, su tiempo de aplicación varía, así como los actores que intervienen y los valores hacia los que apuntan. Esperamos que el mapa a continuación los pueda guiar a identificar la herramienta que necesitan:

Herramientas	Etapas					Duración			Con quién se aplica				Valores									
	Descubrimiento	Análisis	Diseño	Prototipado	Implementación e impacto	0-30 minutos	Hasta 1 hora	Hasta 2 horas	Requiere varios momentos	Comunidad/ sector turístico	Técnica/o	Equipo contraparte	Turista	Continuidad de procesos	Acción y decisión informada	Interacción social y participacé	Sostenibilidad ambiental	Planificar en contexto	Gobernabilidad y derechos	Cambio y transformación social	Generación de valor	
Generación de confianza: El rompehielo	x						x			x	*	x				x						
Hablemos de turismo, de "lo turístico" y de "lo no turístico"	x	x					x			x	*											
Mapeo de datos e información: Las fuentes	x							x			*x	x			x							
Actores humanos y no humanos de la planificación: El mapeo	x						x			x**	*	x			x							
Empatización con la naturaleza: La mímica	x						x			x	*					x	x					
Exploración cualitativa de la demanda: El entrevistador	x						x			x	*		x		x			x				
Intereses personales e intereses en común: Citas de empatía	x						x			x	*					x						
Descubrimiento de problemas: Entrevistas rápidas		x							x	x	*				x			x				
Análisis de la experiencia turística: El turista en las redes		x						x		x	*	x			x			x				
Mecanismos de continuidad: El tren		x					x			x	*	x		x					x			
Encontrando el norte: El faro		x	x				x			x	*									x		
Diseño de experiencias turísticas: La maleta			x					x		x	*											x
Diseño de rutas turísticas: La ficha técnica			x						x		*x											x
Aterrizaje del futuro: Ficha de proyecto o actividad			x		x				x		*x			x								x
Acción para la implementación: Condiciones clave					x		x			x	*								x	x	x	
Co-creación y prototipado: El lego y la plastilina				x			x			x	x			x								x

*La aplica el consultor

** Se consulta a informante clave (no es participativo)

RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LA CAJA DE HERRAMIENTAS

Organización de las sesiones

Revisar con anticipación las herramientas a utilizar y realizar una simulación, a fin de identificar pasos, materiales u otros aspectos que le permitan sentirse cómodo con la herramienta. Tomar nota de los materiales que va a requerir para cada herramienta y contar con los mismos con anterioridad, verificando también su buen estado. Conocer previamente el sitio del taller o reunión, y verificar si se cuenta con los elementos necesarios, dependiendo de la herramienta, por ejemplo: mesas de trabajo, sillas, pizarra, paredes que faciliten colocar papelógrafos, conexión a Internet si es necesaria, entre otros.

Co-creación

Entablar un ambiente de confianza y colaboración es fundamental en procesos de planificación co-creativa. Comunicar abierta y transparentemente los objetivos del proceso, establecer un plan de trabajo en conjunto con los actores y mantener la comunicación a lo largo del mismo es fundamental para generar confianza. Reconocer que los planificadores conocen las técnicas, pero quienes tienen el conocimiento del territorio son los miembros de la comunidad, por lo tanto el trato debe ser de genuino intercambio de saberes, evitando posiciones paternalistas o de jerarquía.

Facilitación

Se recomienda que los planificadores se mantengan en un rol de facilitador/a de los procesos, dejando que la comunidad sea la que vierta sus conocimientos, iniciativas e ideas en la construcción de los productos que se persigan con las herramientas. La facilitación debe ser respetuosa entre todos los participantes, buscando acuerdos iniciales para facilitar todo el proceso (por ejemplo: respetar los tiempos de intervención, no interrumpir al otro, no descalificar al otro, discusión enfocada en ideas no en personas, entre otros).

Situaciones especiales/manejo de crisis

Investigar previamente conflictos existentes y facilitar cuidadosamente los espacios que puedan crear confrontación. En caso de que se presenten conflictos, reconocerlos y conversarlos e invitar a todos a recordar los acuerdos iniciales de respeto e implementar acciones inmediatas para disminuir la tensión en el grupo, sin ignorar las razones del conflicto, ya que ahí pueden residir los problemas y las soluciones innovadoras.

Registros y evidencias

Es necesario contar con el consentimiento previo de los participantes para levantar el registro y las evidencias de las sesiones o talleres. Para esto, al inicio de cada sesión se debe comunicar los objetivos de la misma, el uso que se dará a los registros y evidencias, así como dónde podrán acceder a los archivos para su consulta o revisión.

PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

GENERACIÓN DE
CONFIANZA: EL
ROMPEHIELO



Fotografía: Mathias Pécot



GENERACIÓN DE CONFIANZA: EL ROMPEHIELO



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

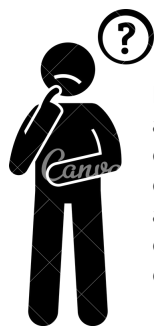
Caminata en grupo. Café foro. Hablemos de turismo.
Citas de empatía

DURACIÓN



30-45 min

¿DE QUÉ SE TRATA?



Las estrategias para romper el hielo consisten en juegos, actividades, preguntas o eventos que se emplean para establecer un ambiente de trabajo cálido y generar confianza entre los asistentes. Tomar el tiempo para descubrir y aprender a apreciar las personas escondidas atrás de nuestras etiquetas de colaboradores, actores interesados y participantes en procesos de planificación turística es un reto de cada día.

¿PARA QUE SIRVE?



- Colocar nombres, emociones e historias de vida sobre el rostro de personas previamente desconocidas.
- Explorar diversas formas de relacionarse con su entorno, de ver y vivir el desarrollo basado en turismo.
- Garantizar que todos los asistentes estén involucrados en una sesión de trabajo.
- Romper barreras tradicionales de comunicación entre personas de diferentes edades, horizontes y orígenes, en entornos formales o semi-formales.

HERRAMIENTAS QUE SE PUEDEN APLICAR ANTES

- El rompehielo suele ser la primera actividad realizada como parte de la generación de un ambiente de trabajo colaborativo.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- Template impreso o archivo de template para proyectar en pared o Pizarra.
- Marcadores de diferentes colores
- Post-its de diferentes colores
- Cuaderno de notas.



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PASOS

• Paso 1. Comunicar instrucciones y conformar grupos (10 minutos).

- El facilitador/a explica brevemente la actividad y sus objetivos.
- Se divide los asistentes en grupos de 3 o 4 personas. En caso de contar con diferentes perfiles de asistentes intentar, constituir grupos mixtos y con personas que no se conocían previamente.
- Enunciar principios generales de interacción y valores del trabajo colaborativo.
- Entregar instrucciones a cada grupo constituido.

• Paso 2 Actividad grupal (15-20 minutos).

- Repartir roles en los grupos:
 - 1 facilitador/a para leer las instrucciones y guiar la micro-sesión asegurándose que todos los participantes tengan voz en la actividad;
 - 1 master del tiempo para asegurar que se realizan las actividades en los tiempos impartidos;
 - 1 reportero/a para tomar apuntes durante la conversación;
 - 1 vocero/a para reportar los hallazgos del grupo en sesión

• Paso 3 Regreso a la sesión grupal y presentación de hallazgos (15-20 minutos)

- De regreso a la sesión plenaria l@ vocer@s presentan sus compañer@s al resto del grupo y ofrecen un reporte de los principales hallazgos.
- Se sugiere que los participantes que están siendo presentados levanten la mano para asociar rostros y nombres.

• Paso 4 Reflexiones finales e intercambio de contactos (10-15 minutos).

- El facilitador@ invita a reflexionar sobre el ejercicio. ¿Hemos cumplido con el objetivo de romper el hielo? ¿Qué hemos descubierto y qué es lo que nos une al momento de iniciar nuestra colaboración?
- Se ofrece la posibilidad a los asistentes de compartir sus contactos con el fin de establecer canales de comunicación y fomentar el trabajo en redes.

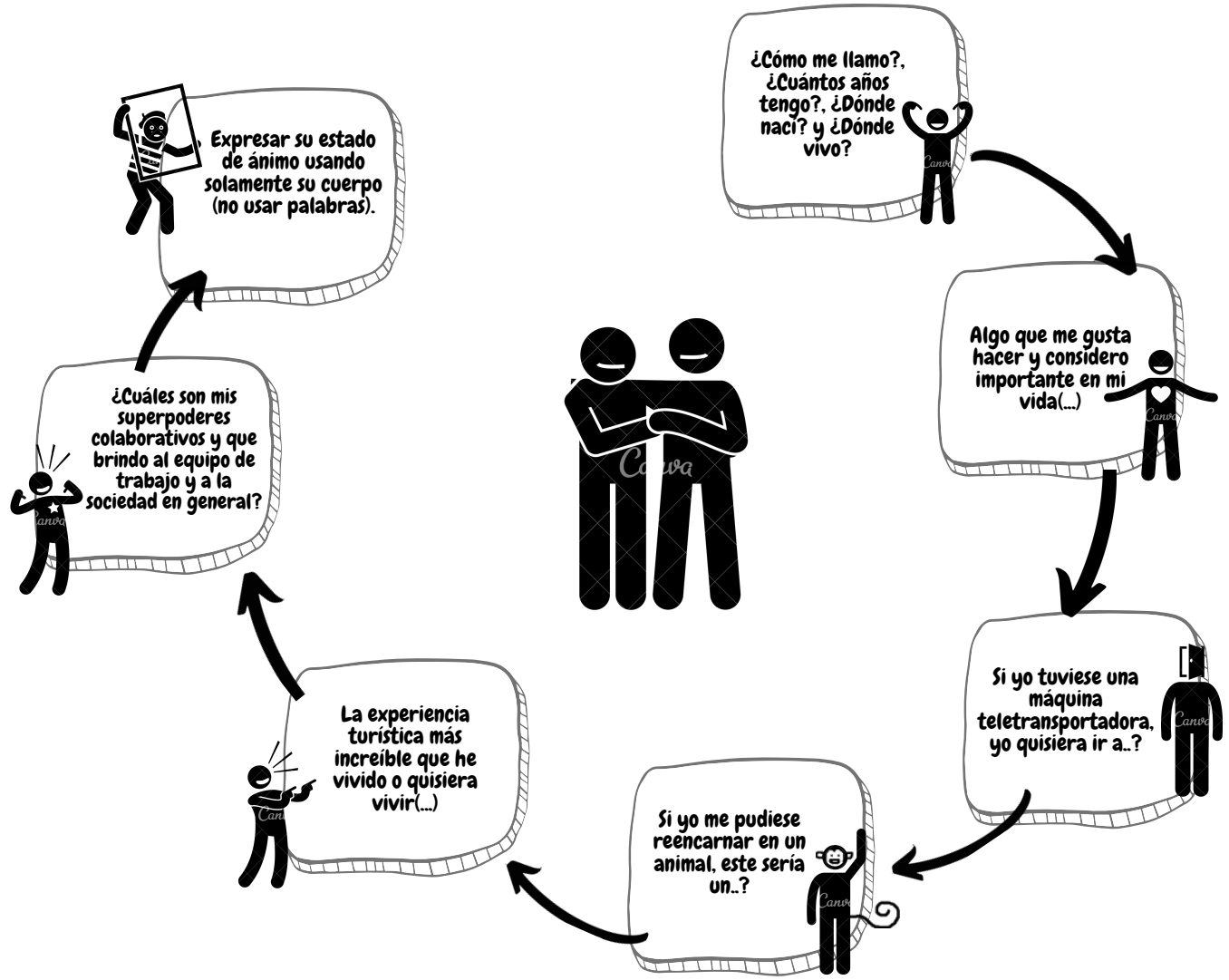


Fotografía: Mathias Pecot



FOTOGRAFÍA: MATHIAS PECOT.

GENERACIÓN DE CONFIANZA: EL ROMPEHIELO



PROYECTO

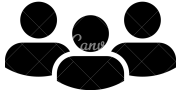
TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

HABLEMOS DE
TURISMO, DE 'LO
TURÍSTICO' Y DE
'LO NO
TURÍSTICO'



HABLEMOS DE TURISMO, DE 'LO TURÍSTICO' Y DE 'LO NO TURÍSTICO'



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos, Juntas, Comités, Asociaciones y agrupaciones sociales en general.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:
Caminata en grupo. Café foro.
El Rompehielo
Citas de empatía

DURACIÓN



60 min

¿DE QUÉ TRATA?



La práctica de la planificación turística y el trabajo de campo nos enseñan que los actores interesados a nivel de una localidad (incluyendo, por ejemplo, los residentes y las autoridades locales, los técnicos de turismo o los representantes del sector empresarial) tienen visiones diversas y a veces opuestas de lo que es (y no es) el turismo, de cómo debería desarrollarse y últimamente, de los beneficios esperados tanto para la comunidad local como para la naturaleza.

La diversidad de criterios en cuanto a conceptos básicos de una intervención/acción basada en turismo representa una riqueza pero también una amenaza en los procesos de planificación. Esta herramienta busca abrir un canal de comunicación y construir criterios comunes de entendimiento del turismo local entre diferentes actores técnicos y no técnicos.

¿PARA QUE SIRVE?



- Realizar una mediación entre diferentes formas de entender el turismo y el desarrollo local basado en turismo.
- Elaborar estrategias comunicativas y adaptar discursos sobre el turismo, el desarrollo basado en turismo y la planificación turística ante diferentes audiencias.
- Descubrir relaciones de poder y autoridad susceptibles de interferir con la definición del turismo, de lo turístico y de lo no turístico a nivel local.

HERRAMIENTAS QUE SE PUEDEN APLICAR ANTES

- Descubrimiento de problemas: entrevistas rápidas.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Código QR de la herramienta.
- Uso de la herramienta en plataforma digital tipo Mural.
- Retro proyector o Pizarra virtual

MATERIALES NO DIGITALES

- Template impreso o archivo de template para proyectar en pared o Pizarra.
- Marcadores de diferentes colores
- Post-its de diferentes colores
- Cuaderno de notas





¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

Paso 1 (20 minutos)

- El facilitador vela por establecer un ambiente de confianza mutua, respeto y colaboración. Desde el inicio, es importante señalar a la asistencia que no existen respuestas erróneas, solamente diferencias de criterios y perspectivas.
- Invitar los asistentes a completar las siguientes oraciones:
 - El turismo es "..."; el turismo NO es "..."
 - Los principales hitos de una visita a nuestra comunidad, ciudad o cantón son: "...".
 - Los principales beneficios que genera el turismo son: "...".

Paso 2 (20 minutos)

- Proceder a una agrupación de ideas e identificar temas emergentes. La intervención de los participantes puede ser solicitada para aclarar las propuestas planteadas.
- El facilitador/a invita a los asistentes a interpretar sus diferencias de criterio y, con base en las mismas, generar puentes a través de la pregunta:
 - ¿Cómo algo local se puede volver turístico o dejar de serlo? Volver a agrupar las ideas.

Paso 3 (15 minutos)

Concluir la sesión. Agradecer los asistentes y cerrar la sesión resaltando el tema de agencia y rol de la comunidad local en la elección y definición de su desarrollo basado en turismo.

Paso 4 (después)

Después del cierre de la sesión el facilitador vuelve a ordenar la información colocada en la guía de actividades y redacta una síntesis. El producto del ejercicio se comparte con los asistentes. En la medida de lo posible y bajo el concepto de trabajo iterativo, se socializa el producto con el conjunto de actores locales interesados con el fin de contrastar y/o ajustar los resultados obtenidos.



HABLEMOS DE TURISMO

Turismo es:

Turismo NO es:

Carnava

Los principales hitos de una visita a nuestra comunidad, ciudad o cantón son:

Los beneficios del turismo son:

Carnava

¿Cómo algo local se puede volver turístico o dejar de serlo?

Carnava

**MAPEO DE
DATOS
E INFORMACIÓN:
LAS FUENTES**

PROYECTO
TURKIT.EC

**PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR**



MAPEO DE DATOS E INFORMACIÓN: LAS FUENTES



15-20
personas

PÚBLICO OBJETIVO: Equipo de diseño y planificación, Técnicos en turismo, consultores, estudiantes y planificadores en formación. Para completar las fichas, se puede trabajar en grupos de 3 – 5 personas.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:
Brainstorming.

DURACIÓN



90 min

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

No es necesario aplicar previamente otra herramienta.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES DIGITALES



MATERIALES NO DIGITALES



- Template impreso
- Marcadores
- Post-its

¿DE QUÉ SE TRATA?



La herramienta permite identificar fuentes de datos y las características de datos necesarios para abordar diferentes temas de planificación y obtener soporte para los productos de planificación.

¿QUÉ SE PUEDE HACER CON LA HERRAMIENTA?

- Determinar del origen de los datos, e identificar relaciones entre fuentes de datos y datos
- Proporcionar a los usuarios una vista unificada de las fuentes de datos
- Identificar procesos necesarios para la búsqueda, selección, extracción de datos
- Consolidar múltiples bases de datos y otras fuentes de información





¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

PASOS

Paso 1. Calentamiento (25 min) . Presentación inicial de conceptos, aspectos generales de lo qué es un dato y fuentes de datos. La presentación comparte ejemplos de datos y fuentes de datos utilizados en procesos de planificación (datos Y/o fuentes de datos que den soporte a la creación de productos/experiencias, elaboración de planes, etc.)

El facilitador puede mostrar una lista de datos y fuentes datos preliminar.

Paso 2. Trabajo en grupos (40 min). En el ejercicio del mapeo de datos, la sesión continua con una actividad grupal. Esta actividad permite que los asistentes trabajen en grupos pequeños para la identificación de datos y fuentes de datos. Los asistentes pueden guiar la discusión sobre datos y fuentes de datos potenciales, utilizando el template adjunto.

1. ¿Con qué datos cuento?

Identifica y enlista los datos con que cuentas, y las fuentes de datos que conoces. Puedes incluir detalles importantes, como: fecha de actualización de la información, acceso y restricciones.

Verifica lo que puedes responder al explorar los diferentes datos y fuentes de datos antes identificadas.


2. ¿Qué datos o fuentes de información conocidas puedo aprovechar mejor? Desarrolla lo que puedes aprovechar de tus datos y fuentes de datos conocidas. También puedes identificar las formas y medios de adquisición de los datos.


3. ¿Qué datos no tengo, pero me servirían? Reconoce la información y datos que no tienes pero que te serviría.


Revisa dónde buscar, enlista las posibles fuentes de datos, y descubre las alternativas para acceder y utilizar estos datos.

Paso 3. Cierre (25 min). Cada grupo expone las fuentes de datos identificadas y datos potenciales. Cada exposición puede tomar un tiempo 5 minutos.

Cierre de la sesión.

TEMA:	DATOS:	QUÉ ME DICEN ESTOS DATOS?:	CÓMO MANEJAR ESTOS DATOS?:	<p>Lo que tengo</p> 
-------	--------	----------------------------	----------------------------	---

DATOS:	FORMATO DE ADQUISICIÓN DE DATOS:	QUÉ MAS PUEDEN DECIR ESTOS DATOS?:	<p>Lo que puedo aprovechar</p> 
--------	----------------------------------	------------------------------------	--

DATOS:	POSIBLES FUENTES:	INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA, DÓNDE BUSCAR?:	QUÉ SE NECESITA PARA ACCEDER/UTILIZAR ESTOS DATOS?:	<p>Lo que me serviría</p> 
--------	-------------------	--	---	--

Citar la herramienta: Encalada-Abarca, L.; Guayaquil, D.; Ricaurte-Quijano, C., Veintimilla, C.; Pécot, M. (2021). Mapeo de datos e información: Las fuentes. Proyecto Turkitec. ESPOL.

PROYECTO

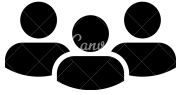
TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

ACTORES
HUMANOS Y NO
HUMANOS DE LA
PLANIFICACIÓN:
EL MAPEO



ACTORES HUMANOS Y NO HUMANOS DE LA PLANIFICACIÓN: EL MAPEO



PÚBLICO OBJETIVO: La herramienta se puede utilizar de forma individual, grupal o directamente con los actores y comunidades locales.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:
Cualquier herramienta de mapeo de actores.

DURACIÓN



60min

¿DE QUÉ SE TRATA?



El mapeo de actores es un proceso visual de identificación y representación del conjunto de actores humanos y no humanos involucrados directa o indirectamente en un proceso de planificación, un proyecto o una investigación.

¿Cuáles organizaciones, personas o grupos de personas son susceptibles de influir sobre la implementación de un proyecto o propuesta? ¿Cuáles son las conexiones y los vínculos pre-existentes a una intervención?

El mapeo de actores establece una base para tomar decisiones estratégicas y evitar problemas de implementación a futuro.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

Caminata en grupo. Café foro.

El Rompehielo
Citas de empatía

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template digital de la herramienta
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

¿PARA QUE SIRVE?



- Identificar y establecer un vínculo personalizado con los actores locales
- Entender el contexto local y las relaciones de poder para anticipar problemas de implementación a futuro
- Definir acuerdos mínimos en cuanto a roles e interacciones durante la intervención
- Ubicar la naturaleza como un actor central del proceso de planificación

MATERIALES NO DIGITALES

- Template impreso
- Marcadores
- Post-its
- Cuaderno de notas



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



Paso 1. Identificar los actores. Plenaria (15 minutos)

Identificar los actores. Un actor es cualquier individuos o grupos que puede influir en el proyecto y sobre el cual el proyecto o plan puede tener un impacto (tanto positivo como negativo).

Identificar la naturaleza como actor/stakeholder en el proceso.

Paso 2. Yo soy actor. Grupos pequeños (15 minutos)

Dividir la sala en grupos y cada grupo recibe el formato "Espectro de participación". Conversar en grupo las experiencias individuales como actores de procesos turísticos y no turísticos ¿Ejemplos de cuándo me han consultado? ¿Algún ejemplo de cuándo he estado empoderado en un plan?

Paso 3. Actores incluidos y marginados. Plenaria (15 minutos)

Usar como base los ejemplos provistos y representar visualmente las relaciones entre los actores identificados. ¿Cómo, cuándo y para qué se relacionan entre ellos? ¿Quiénes tienen los vínculos más cercanos? ¿Quiénes tienen mayor poder? ¿Qué actores son marginalizados? ¿Qué actores se han excluido? ¿Quiénes se llevan mejor/ peor con la naturaleza?

Paso 4. Lineamientos de participación. Plenaria (10 minutos)

Considerar cómo la participación de los actores involucrados y las relaciones que entablan pueden influir sobre los resultados de la intervención o proyecto. Establecer lineamientos en cuanto a principios de participación: ¿Cómo, cuándo y para qué involucrarlos en el proceso? ¿Existen obligaciones legales/ éticas en cuanto a su participación?

OPCIONAL (5 minutos). Definir quiénes, dentro del equipo de planificación o investigación deben manejar y gestionar la relación con los actores identificados.



ESPECTRO DE LA PARTICIPACIÓN: YO SOY ACTOR (AUTODIAGNÓSTICO)

INFORMAR

Me han invitado a una sesión donde han socializado el proyecto turístico y me han hecho firmar (manipulación). Quizá me han hecho llegar un video o un post en redes sociales sobre un tema turístico de interés público.



CONSULTAR

Me han invitado a una o varias sesiones donde se ha preguntado mi opinión sobre el problema o la solución propuesta con respecto a un tema turístico de interés público.



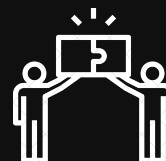
INVOLUCRAR

Me han invitado a una o varias sesiones para tratar un tema de interés turístico donde genuinamente mi voz ha sido escuchada en la identificación de problemas y búsqueda de soluciones.



COLABORAR

He asistido y/o organizado sesiones de trabajo conjunto donde he colaborado en identificación de problemas, búsqueda de soluciones y acciones de mejora en un tema de turismo.



EMPODERAR

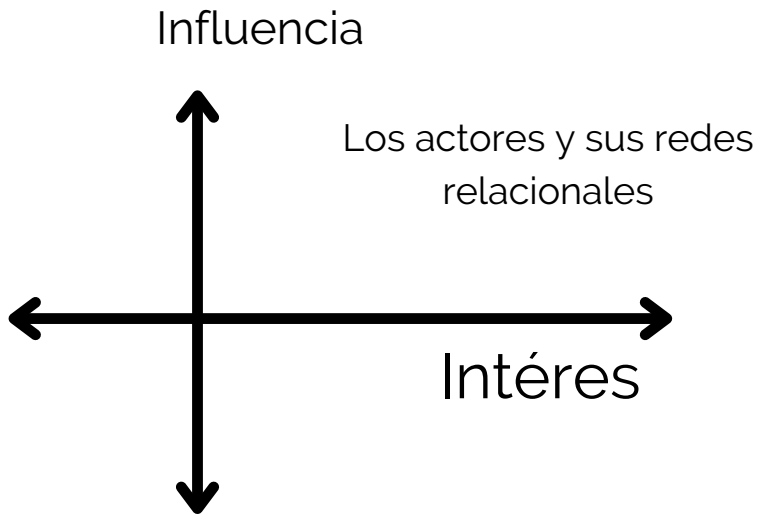
He organizado sesiones de trabajo para discutir un tema de interés público, búsqueda de soluciones y organización de acciones de mejora en turismo.



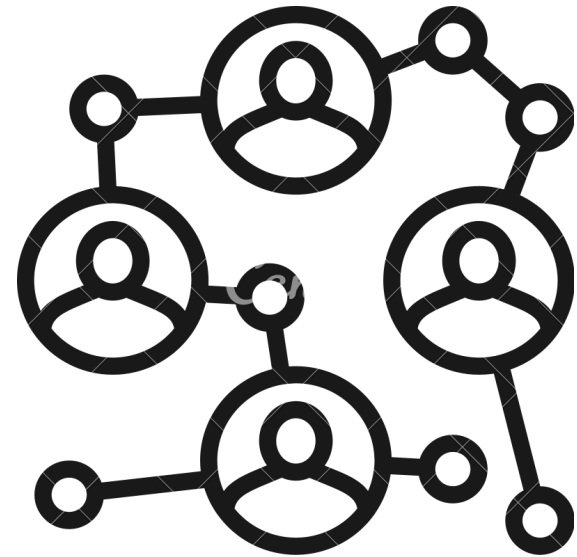
Traducido y adaptado de: IAP2 (2018). Spectrum of public participation. IAP2 International Federation.: IAP2 (2018). Spectrum of public participation. IAP2 International Federation.

ACTORES HUMANOS Y NO HUMANOS DE LA PLANIFICACIÓN: MAPEO CONJUNTO: EJEMPLOS

EJEMPLO 2.
MAPEO POR RELACIONES DE CERCANÍA



EJEMPLO 1.
MAPEO POR INTERÉS E INFLUENCIA



**EMPATIZACIÓN
CON LA
NATURALEZA: LA
MÍMICA**

PROYECTO
TURKIT.EC

**PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR**



Fotografía de: Cinthy Veintimilla-Mariño

EMPATIZACIÓN CON LA NATURALEZA: LA MÍMICA



10-30
personas

PÚBLICO OBJETIVO:

- Comunidad receptora
- Administradores de destino
- Entidades del sector público relacionada
- Academia
- Turistas
- ONG en el sector



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

Matriz de Leopold
Estudios de impacto ambiental

DURACIÓN



1 hora

Descubrimiento

¿DE QUÉ SE TRATA?



Esta herramienta se desarrolla a través de un proceso que incluye reconocer, empatizar y definir nuestra posición frente a los elementos de la naturaleza que usamos como materia prima para el turismo.

¿PARA QUE SIRVE?



- Sensibilizar a los actores y comunidades sobre los impactos que podemos generar a través del turismo a la naturaleza.
- Identificar acciones que generen más impacto para implementar acciones correctivas.
- Definir los valores compartidos en relación a la conservación de la naturaleza.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

Rompehielo
Speedempathising

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES

Template digital de la herramienta
Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- 3 papelógrafos (Lluvia de ideas + matriz + declaración)
- Marcadores (1 grueso por grupo; 10 finos por grupo)
- Pedazos de papel 5cmx5cm
- Círculos diferentes tamaños y colores (rojo y verde)
- Tarjetas para ideas fuerza



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PASOS

- **Paso 1: Lluvia de ideas para identificar los principales recursos naturales de la localidad de los que el turismo hace uso directamente. (10 minutos)**
 - Distribución en grupos de hasta 10 personas
 - Nombrar vocer@ y secretari@
 - Iniciar lluvia de ideas: qué elementos de la naturaleza o espacios específicos se ven afectados positiva o negativamente por el turismo en nuestro territorio
 - Se entregarán tarjetas para que cada uno anote 3 elementos, posteriormente los leerán e irán colocando formando grupos de ideas en el papelógrafo o pizarrón.
 - El moderador anotará en papeles pequeños
- **Paso 2: Empatizar con la naturaleza. (25 minutos)**
 - Se les entregará de forma aleatoria un papelito con el nombre de un determinado elemento de la naturaleza.
 - Se les pedirá que sin hablar, solo haciendo mímicas busquen a las personas que tienen su mismo elemento.
 - Una vez en los grupos se les pedirá que actúen como si fuesen el elemento y que desde esa posición cuenten cómo ven a los humanos (comunidad y turistas).
 - Cada grupo seleccionará a un representante que pueda comentar lo expresado por el grupo.
- **Paso 3: Discutir sobre el tipo de impacto del turismo sobre la naturaleza percibido por la comunidad (uso de matriz). (10 minutos)**
 - Se entregarán círculos de tres tamaños dependiendo de la magnitud del impacto (grande-3; medio-2; bajo-1) y dos colores (verde – positivo; rojo- negativo)
 - Vocer@ en plenaria del grupo pregunta qué tanto consideran que impacta el turismo a x elemento. Se escucha justificaciones y se vota. (¿Cuántos dicen positivo o negativo? Ya definido + o – se pregunta el nivel de impacto)
 - Secretari@ realiza sumatoria y muestra resultados al grupo.



Fotografía de: Tom Fisk - Pexels



Fotografía de: Mangnus D'Great M - Pexels



Fotografía de: Mike Marchetti - Capture Now



Fotografía de: Reto Bürkler - Pexels

¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



MATRIZ DE IMPACTOS

Tiempo de impacto/Elemento	Río	Bosque	Aves	Mamíferos	Subtotal
Positivo		2			2
Neutro					
Negativo	-3			-1	-4
TOTAL					-2

- **Paso 4: Reflexiones sobre resultados (5 minutos)**

- ¿Queremos que esto cambie o se mantenga?
 - Abrir el diálogo entre los participantes.
 - Se resalta la importancia de tener estas ideas y/o compromisos por escrito.

- **Paso 5: Declaración de ideas fuerza para considerar en la planificación de actividades. (10 minutos)**

- Se entrega tarjetas.
- Se plantea pregunta para reflexión individual por 5 minutos: ¿Qué podemos hacer que esté en nuestra manos? (máximo 5 ideas por persona).
- Vocer@ pide que cada miembro entregue su tarjeta y secretari@ va agrupando.
- Se sintetiza información y se presenta decálogo o ideas fuerza por grupo.
 - Nota: la información que se genere es base para proyectos o acciones de planificación turística y ambiental.

Citar la herramienta: **Veintimilla-Mariño, C.; Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Empatización con la naturaleza: La mímica. Proyecto Turkit. ESPOL.**

**EXPLORACIÓN
CUALITATIVA DE
LA DEMANDA:
EL
ENTREVISTADOR**

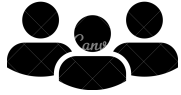
PROYECTO
TURKIT.EC

**PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR**



Fotografía de: Gustavo Fring - Pexels

EXPLORACIÓN CUALITATIVA DE LA DEMANDA: EL ENTREVISTADOR



2- 10
personas

PÚBLICO OBJETIVO:

Comunidad receptora (sociedad civil)
Prestadores de servicios
Administradores de destino
Academia
ONG del sector



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

Mapa de empatía
Mapa de viaje
Traveler marketing persona
Modelo AIO (actividades, intereses y opiniones)

DURACIÓN



45min

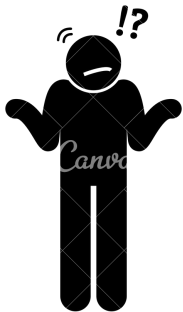
Sincrónico

¿DE QUÉ SE TRATA?



Esta es una herramienta de descubrimiento a nivel exploratorio que permite la comunidad receptora y actores locales conectar o reconectar con sus visitantes, escucharlos y comprender sus necesidades y opiniones sobre el destino.

¿PARA QUE SIRVE?



- Conocer de primera mano el sentir del visitante frente al destino.
- Empatizar con el visitante, escuchándolo y permitiéndole expresar su opinión sobre el destino.
- Identificar necesidades de los visitantes y aspectos que desearían que el destino mejore.
- Genera empoderamiento de la comunidad local al involucrarlos en la exploración de su mercado.
- Construir comunidad de aprendizaje
- Generar espacios de discusión sobre la presencia de visitantes en el territorio.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERÍAN APLICAR ANTES

Cadena de valor del turismo

OBJETIVO

- Permitir a la comunidad receptora reconectar con su visitante.
- Tener retroalimentación del turista sobre su experiencia en el destino.
- Lograr que la comunidad y prestadores de servicios escuchen y empaticen con los turistas.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES NO DIGITALES

- Papelógrafos
- Marcadores
- Masking tape



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PASOS

- **Paso 1. Asignación y explicación de ejercicio (10 minutos).** En un primer encuentro se asignará el uso de esta herramienta como tarea para una siguiente sesión. Se explicará y recomendará el siguiente protocolo para el desarrollo de la tarea:
 - Presentarse ante el visitante entrevistado (nombre del entrevistador y lugar de trabajo).
 - Explicar el motivo de la entrevista (conocer al visitante).
 - Pedir consentimiento para compartir posteriormente sus respuestas.
 - Realizar las preguntas que considere le permitirán conocer mejor al visitante, tomando como guía las 6 preguntas del template.
 - Se recomienda tomar notas al finalizar de la entrevista, a fin de que la conversación fluya.
- **Paso 2. Desarrollo de la entrevista (30 minutos).** Cada persona buscará acercarse a un visitante y mantener una conversación (siguiendo el protocolo recomendado), buscando responder a las preguntas: ¿Quién es?, ¿Cómo supo del destino y por qué nos eligió?, ¿Qué pensaba del destino antes de venir?, ¿Qué piensa ahora?, ¿Qué le gustó más?, ¿Qué mejoraría?
- **Paso 3. Diálogo e intercambio de información (20 minutos).** En la siguiente sesión se separará a los participantes en grupos de máximo 10 personas. Pedirles que compartan sus hallazgos con el grupo.
- **Paso 4. Sistematización de información (10 minutos).** Luego del diálogo, se facilitan materiales a cada grupo y se invita a que realicen un dibujo de su turista en el papelógrafo, darle un nombre creativo, acorde a su personalidad, y colocar a su alrededor dibujos que representen sus opiniones, usando las preguntas guía del template, así como los principales hallazgos.
- **Paso 5. Presentación de resultados y hallazgos (15 minutos).** Finalmente se presentará los hallazgos ante todos, destacando lo que fue novedoso descubrir.



Fotografía de: Pruzi -Pixbay



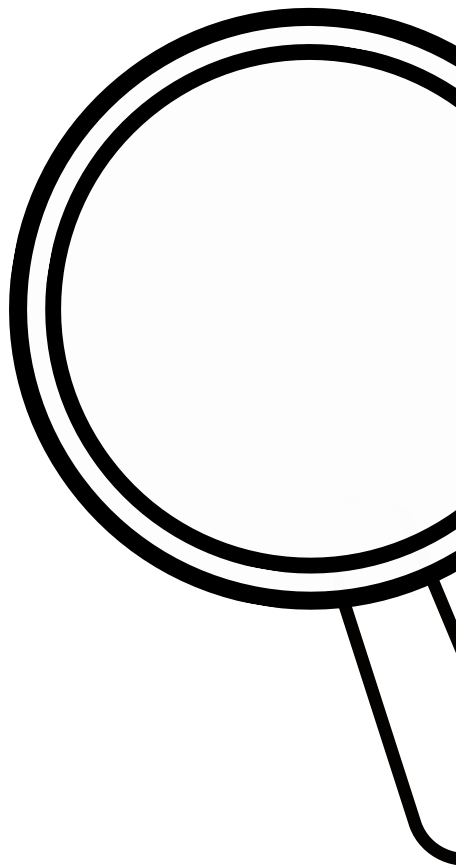
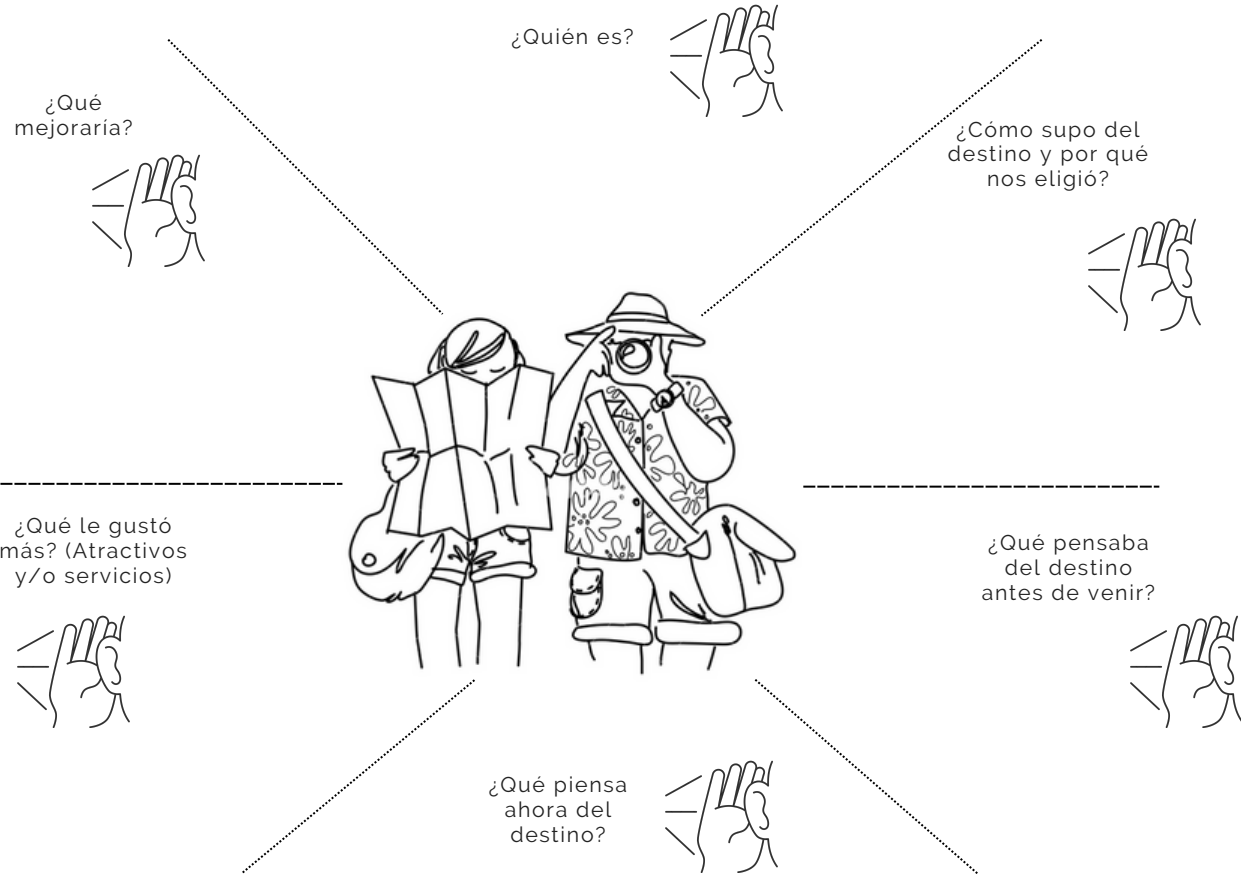
Fotografía de: TheDigitalArtist-Pixbay

EXPLORACIÓN CUALITATIVA DE LA DEMANDA: EL ENTREVISTADOR

¿Qué dice nuestro visitante?

Previo: Asignar nombre al turista

¿Qué descubrimos? (que no sabíamos)



Citar la herramienta: **Veintimilla-Mariño, C.; Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Exploración cualitativa de la demanda: El entrevistador. Proyecto TurKit. ESPOL.**

PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

INTERESES
PERSONALES E
INTERESES EN
COMÚN:
CITAS DE EMPATÍA



Fotografía de: Carla Ricaurte-Quijano

INTERESES PERSONALES E INTERESES EN COMÚN: CITAS DE EMPATÍA



20-25
personas

PÚBLICO OBJETIVO: Pueden participar todos los asistentes de una sesión de planificación o intervención.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

- Mapas de empatía
- Herramientas de networking
- El rompehielo

DURACIÓN



45 minutos

¿DE QUÉ SE TRATA?



La herramienta permite reconocer y entender los intereses personales, conflictivos y en común que los diferentes actores sociales traen a los procesos de planificación turística.

¿PARA QUE SIRVE?



- Re-conocer intereses personales y valores con respecto al turismo.
- Ponerse en los zapatos de intereses diversos u opuestos y entender.
- Encontrar intereses en común y áreas de colaboración para la acción conjunta.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

- Esta suele ser la primera actividad realizada como parte de la generación de un ambiente de trabajo colaborativo.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



VERSIÓN DIGITAL



- Código QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

VERSIÓN NO DIGITAL

- Una pluma por participante.
- Formato para plenaria y discusión.
- Post-its y marcadores
- Un reloj o timbre para llevar y anunciar el tiempo.



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



1

Repartir roles:

Un facilitador/a para leer las instrucciones y guiar la micro-sesión
Un controlador del tiempo

2

Organización: El facilitador ayuda a que el grupo se empareje, en caso de que el grupo sea impar se solicita que la persona observe la interacción hasta que llegue su turno. Se explica el objetivo de la actividad.

3

Interacción: Cada uno conversa con la persona que tiene enfrente, teniendo cuidado con el volumen de voz.

- Cada uno presenta: 1. Su negocio o actividad, 2. Cuál es su problema con respecto al turismo, 3. Cuál es su interés con respecto a este plan, o con respecto al turismo en general.
- Luego cada pareja identifica intereses comunes o formas de colaboración desde sus negocios/ actividades.
- Cada pareja puede conversar hasta por 5 minutos y tomar apuntes, el controlador del tiempo se encargará de definir cuándo se cambia de pareja.
- Al final de la actividad, cada participante debe haber hablado con al menos 3 personas diferentes.

Socialización:

- Cada persona anota en un post-it qué intereses personales encontró, así como intereses conflicto e intereses en común. Luego anotar qué valores podrían estar detrás de esos intereses (amor a la familia, respeto a la naturaleza, ganancia económica, justicia, solidaridad, abundancia, bienestar, fama). Se puede proyectar/ escribir una lista de valores para facilitar el ejercicio.
- Se pegan los post-its en el papelógrafo.
- Se hace una plenaria donde se resalta que este es un espacio de empatización. Se da paso a los participantes para hablar y reflexionar sobre por qué todos los intereses son importantes.

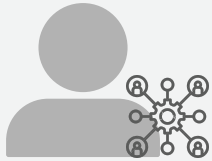
Esta herramienta se desarrolló a partir de Khoo-Lattimore, C & Yang, E. (2020). Marketing digital en turismo para mujeres emprendedoras. Universidad de Griffith.



Fotografía de: Carla Ricaurte-Quijano



ROLES

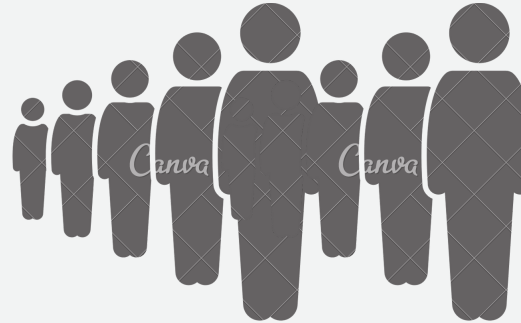


Facilitador

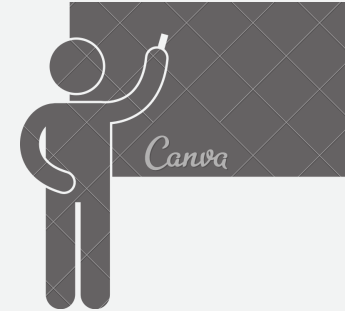
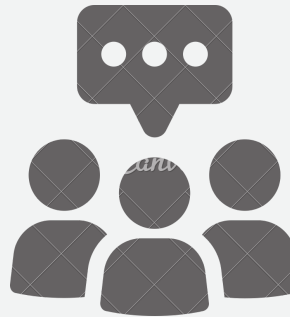


Controlador de tiempo

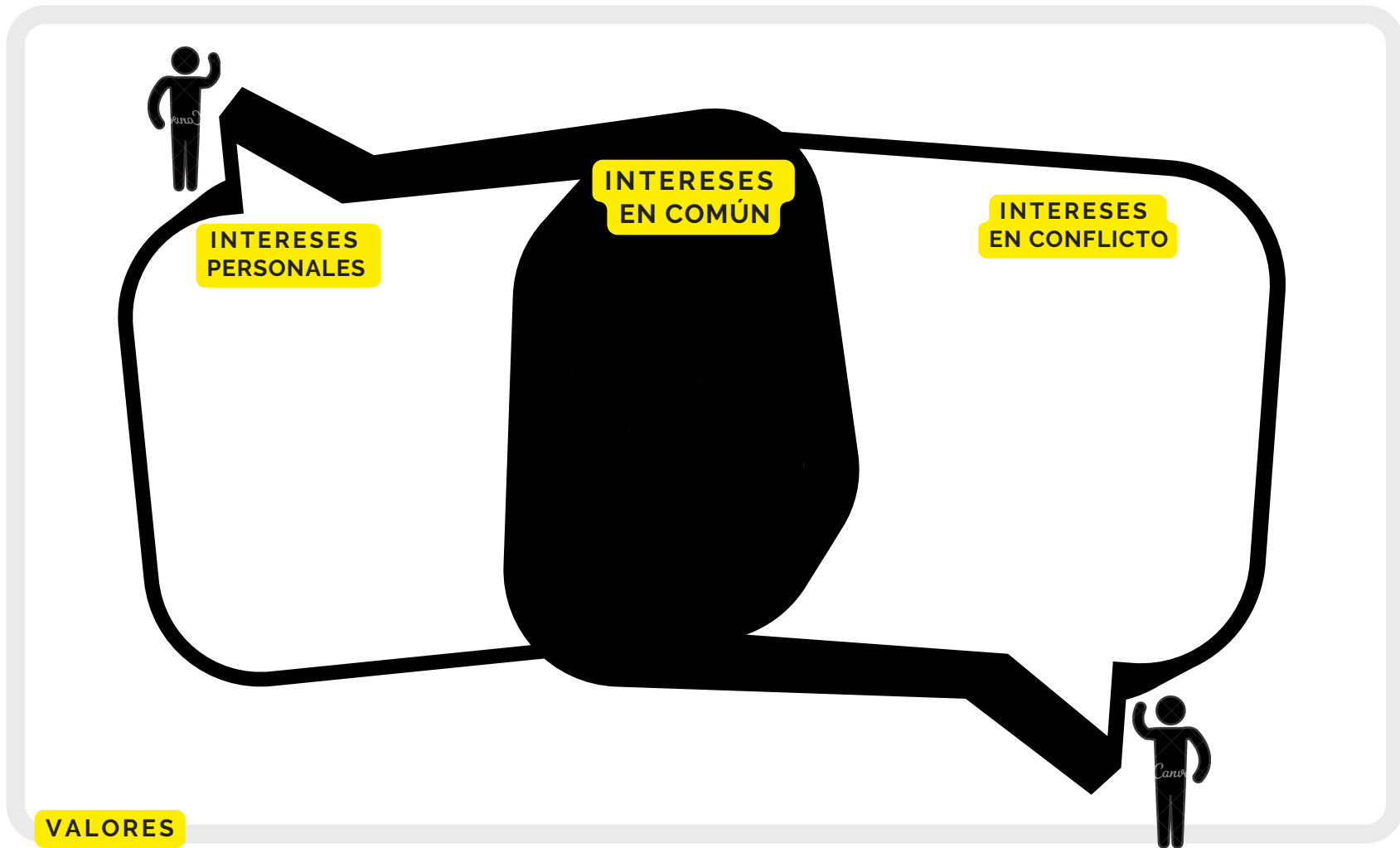
INTERACCIÓN



SOCIALIZACIÓN



INTERESES PERSONALES, INTERESES EN COMÚN: CITAS DE EMPATÍA



Citar la herramienta: **Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Veintimilla, C.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L;** (2022). **Intereses personales e intereses en común: citas de empatía.** Proyecto Turkit. ESPOL.

PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

DESCUBRIMIENTO
DE PROBLEMAS:
ENTREVISTAS
RÁPIDAS



FOTOGRAFÍA: MARÍA COBA ROSADO



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS: Empatización con la naturaleza. Mapa de creencias. Formulación de problema.

¿DE QUÉ TRATA?



El trabajo de formulación y planificación de una intervención (proyectos, planes, políticas turísticas) se sostiene generalmente en la identificación preliminar de problemas en los territorios. La interacción directa con actores locales e informantes clave permite evaluar, validar o descartar rápidamente los problemas identificados como punto de partida.

La herramienta también permite dar voz a actores que solemos ocultar en las fases iniciales de descubrimiento y formulación de proyectos o propuestas: las comunidades locales, los residentes o la naturaleza.

¿PARA QUE SIRVE?



- Profundizar el entendimiento de un problema desde la perspectiva de los futuros participantes en procesos de planificación turística.
- Repensar los motivos de la intervención desde un principio de interacción con las comunidades locales y desarrollar enfoques de sostenibilidad medioambiental en la fase de planificación de la intervención en territorios.
- Fomentar un entendimiento local de los problemas y motivos de una intervención, a través de diálogos orientados hacia la contextualización y el análisis de tipo causas y efectos.

HERRAMIENTAS QUE SE PUEDEN APLICAR ANTES

El rompehielo
Citas rápidas de empatía
Mapeo de datos
Empatización con la naturaleza

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- Template impreso o archivo de template para proyectar en pared o Pizarra.
- Marcadores de diferentes colores
- Post-its de diferentes colores
- Cuaderno de notas.



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PASOS

Paso 1. Organización para la intervención (45 minutos antes de realizar las entrevistas)

1.1 Definir posibles entrevistados (15-20 minutos) Lluvia de ideas para identificar actores locales, que pueden ser informantes valiosos pero no suelen ser consultados. Considerar dos tipos:

- Informantes clave: conocen el tema a profundidad, por ejemplo, un representante de asociación o gremio, un técnico/a con experiencias previas de intervención en el territorio, entre otros;
- Actores con experiencia vivencial del problema, quienes lo enfrenten en su día a día.

Se aconseja planificar como mínimo 2 a 3 entrevistas en función de un determinado perfil de entrevistado@s (informante clave o actores locales).

1.2 Definir el contenido de la entrevista rápida (15-20 minutos):

- La existencia del problema acorde a la experiencia individual del entrevistado;
- El entendimiento general de la situación y contexto en el cual se manifiesta el problema;
- Las manifestaciones del problema y;
- Las causas/origen del problema o de la situación desde la perspectiva del entrevistado/a.

1.3 Definir un protocolo de entrevista (15-20 minutos):

- ¿Quién toma contacto y rompe el hielo con los entrevistados?
- ¿Quién explica el motivo de la entrevista y se asegura de obtener el consentimiento del entrevistado para llevar un registro (grabar o tomar apuntes de las repuestas)?;
- ¿Quién formula las preguntas o se encarga de tomar apuntes?
- ¿La entrevista se llevará de forma presencial, virtual, por correo electrónico?
- ¿Cuándo se llevarían a cabo las entrevistas rápidas?

Paso 2. Entrevistas (adaptar tiempo dependiendo del número de entrevistados y modalidad de entrevista)

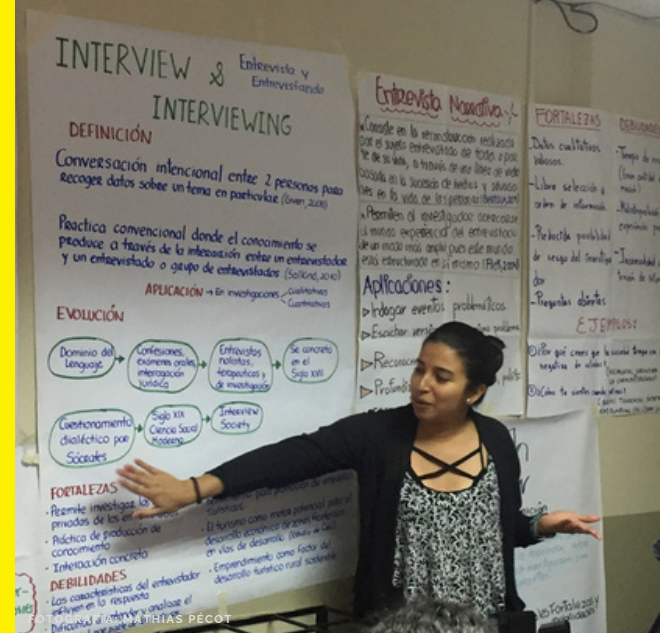
- Establecer condiciones favorables.
- Agradecer al entrevistado por su tiempo y colaboración.
- Explicar el motivo principal de la entrevista.
- La entrevista rápida de validación no debería durar más de 10-15 minutos. No se trata de una entrevista en el sentido científico de la palabra.
- Trabajar con los silencios y dejar el entrevistado expresarse libremente, desde su percepción del problema es clave.
- Estar atentos a elementos de sorpresa: lo que no esperábamos.
- Cuando es posible, tomar fotos del entorno para contextualizar la entrevista rápida y las respuestas.
- Si la entrevista genera cualquier tipo de incomodidad por parte de la persona entrevistada o de quienes entrevistan, no dudar en interrumpirla.

Paso 3 Análisis y hallazgos (25 minutos)

- Reunir el equipo de entrevistadores. Recopilar y presentar visualmente la información recolectada (notas, memos, grabaciones, fotos).
- Identificar temas, palabras o expresiones comunes en lo reportado por los entrevistados.
- Discutir y analizar: ¿El problema realmente existe y se sostiene la propuesta de intervención?; ¿Cómo se manifiesta el problema en la vida de la comunidad local?; ¿Cuáles son las causas del problema mencionadas por los entrevistado/as?
- El facilitador plantea una lluvia de ideas alrededor de la pregunta: ¿Previo a la intervención, qué podría decir la naturaleza si tenía voz en la definición y el descubrimiento de este problema?

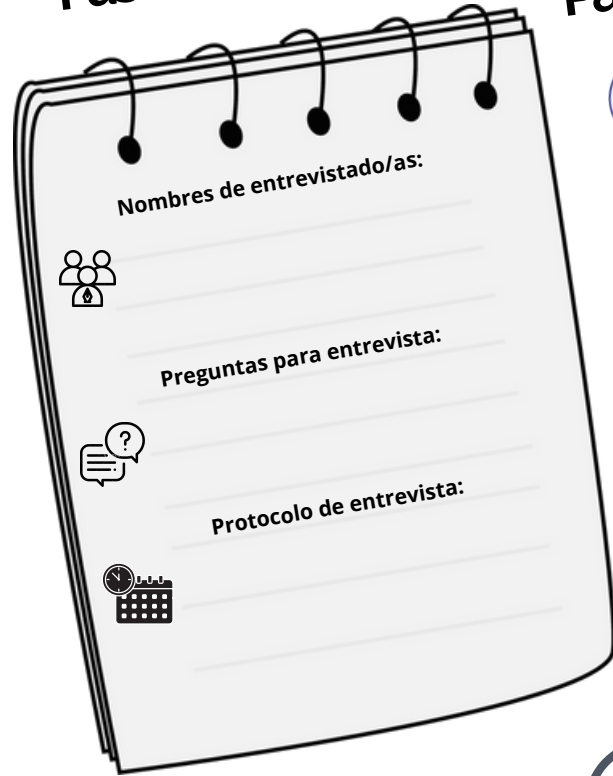
Paso 4 Reformular el problema (20 minutos)

- Invitar al equipo a reformular el problema con base en los resultados y hallazgos del análisis.
- Reflexión final: ¿Qué cambio en relación con nuestro entendimiento inicial del problema? ¿Qué pudimos profundizar en relación con nuestro entendimiento inicial del problema?



DESCUBRIMIENTO DE PROBLEMAS: ENTREVISTAS RÁPIDAS

Paso 1 Planifica



Paso 2 Entrevistas

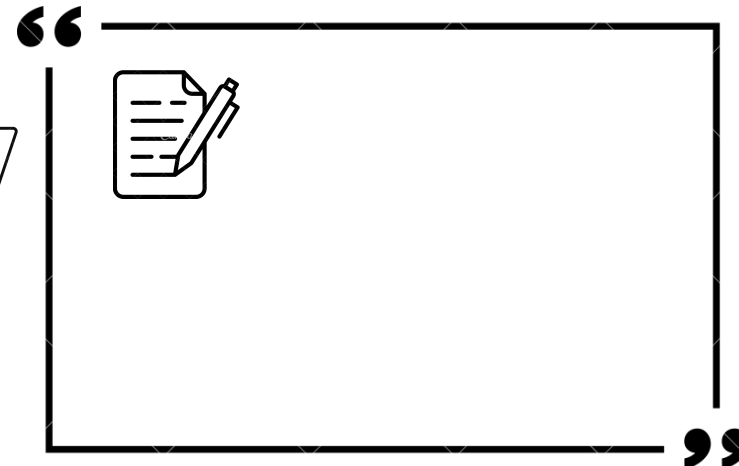
"Hola me llamo..."
"El objetivo de esta breve entrevista sería de..."
"Me daría permiso para..."



Paso 3 Analiza



Paso 4 Reformula



PROYECTO

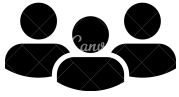
TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

ANÁLISIS DE LA
EXPERIENCIA:
EL TURISTA EN
LAS REDES



Fotografía de: Carla Ricaurte-Quijano



PÚBLICO OBJETIVO: Consultores, técnicos de turismo en gobiernos autónomos, estudiantes, profesionales, dueños de negocios, trabajadores y administradores de atractivos y servicios turísticos.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

- Estudios de mercado.
- Libro de visitas en físico y registro de visitantes.
- Mapas de empatía con **visitantes**.

¿DE QUÉ SE TRATA?



Esta herramienta nos permite identificar de manera rápida y confiable, temas clave de la experiencia turística, así como los sentimientos que los visitantes tienen con respecto a nuestro destino o negocio.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

No es necesario aplicar previamente otra herramienta, sin embargo esta herramienta puede apoyar la etapa de descubrimiento junto con los Mapas de empatía.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template de la herramienta de acceso en Microsoft Excel.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- No aplica



¿QUÉ SE PUEDE HACER CON LA HERRAMIENTA?



- Caracterizar la demanda que visita nuestro destino, sitio o negocio turístico.
- Identificar y entender aspectos clave de la experiencia turística de nuestros visitantes.
- Identificar segmentos de interés para nuestro negocio o destino.

PASOS

Paso 1. Fuentes de información (10 min). ¿Está tu destino, sitio o negocio activo en línea? ¿Dónde se pueden encontrar reseñas de tu destino, sitio o negocio? Selecciona una fuente que desees analizar (FB, IG, TripAdvisor, Google Reviews) o una combinación de varias.

Paso 2. Búsqueda (10 min). Haz una búsqueda dentro de la fuente con el nombre de tu destino y cuenta la cantidad de resultados que obtienes.

Paso 3. Tamaño de la muestra (10 min). Define el tamaño de tu muestra, es decir, del número total de comentarios que resulten de tu búsqueda, identifica cuántos vas a analizar. Para calcular el tamaño de tu muestra puedes usar:
<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.

Paso 4. Selección (20 min). Elige aleatoriamente los comentarios hasta completar el tamaño de la muestra. Los comentarios aleatorios se copian y pegan en una hoja de Excel.

Paso 5. Análisis cuantitativo (20 min). Analiza los comentarios seleccionados en cuanto a sentimientos, clasificando los comentarios de acuerdo a si la experiencia fue buena (4 y 5 estrellas), indiferente (3 estrellas) o mala (2 y 1 estrellas). Si los comentarios no tienen estrellas, clasifica de acuerdo a tu propio criterio.

Luego, analiza cada comentario de acuerdo a fases de la experiencia, es decir, si el comentario describe lo que pasó antes del viaje, durante el viaje o después del viaje.

También, dependiendo de tu fuente de información, puedes ir anotando en la hoja de cálculo, datos demográficos de tus visitantes (edad, lugar de residencia, estado civil).

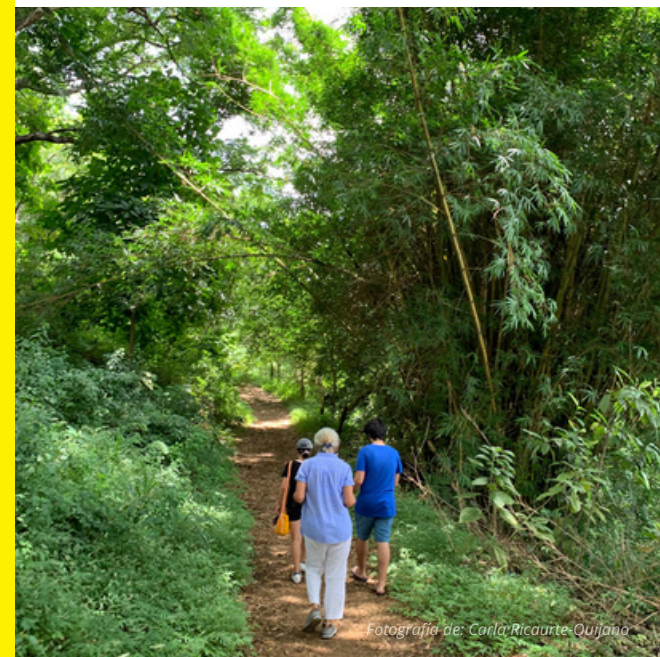
Usa la hoja de Excel para elaborar un gráfico con tus resultados cuantitativos.

Paso 7. Análisis cualitativo (20 min). Ahora analiza cualitativamente tus comentarios. ¿Qué temas encuentras una y otra vez? ¿Qué comentarios te llaman la atención? ¿Por qué? Clasifica los temas emergentes en aspectos clave (calidad del servicio, infraestructura, acompañantes, seguridad, atractivos) que podrían ayudarte a comprender cómo se sienten los visitantes en tu destino. Intenta explicar estos aspectos y su interrelación en un dibujo hecho por ti, o en una tabla.

Paso 8. Resultados. ¿Cuáles son tus conclusiones? ¿Qué sienten los visitantes con respecto a tu destino? Escríbelo.



Fotografía de: Heriberto Díaz



Fotografía de: Carla Ricaurte-Oujana

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA: EL TURISTA EN LAS REDES



#	ORIGEN	RESEÑA EN LÍNEA	MES	AÑO	BUENA	INDIFERENTE	MAL A	FASE DE LA EXPERIENCIA: PRE, DURANTE O POST	TEMAS IMPORTANTES	ASPECTOS CLAVE DE LA EXPERIENCIA/ CONCLUSIONES
1										
2										
3										

Citar la herramienta: Ricaurte-Quijano, C.; Veintimilla, C.; Encalada-Abarca, L; Pécot, M; Guayaquil, D. (2021). Análisis de la experiencia: el turista en las redes. Proyecto Turkit. ESPOL.
 Link: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1M_PCTPO_c_XmGAzszg2Nw2Ki3rCJgOjAl0H36X76b3Y/edit?usp=sharing



**MECANISMOS DE
CONTINUIDAD:
EL TREN**

PROYECTO
TURKIT.EC
PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR



Fotografía de: Heriberto Díaz

MECANISMOS DE CONTINUIDAD: EL TREN



5-10
personas

PÚBLICO OBJETIVO:

- Técnicos** (planificadores y quienes disponen de planes anteriores)
- Actores locales** (poseedores de información, creadores y ejecutores)
- Consultores** (planificadores)



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

- Matriz de alternativas

DURACIÓN



60 min

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERÍAN APLICAR ANTES

No es necesario aplicar previamente otra herramienta, sin embargo esta herramienta puede apoyar la etapa de descubrimiento junto con los Mapas de empatía.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES

- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.



MATERIALES NO DIGITALES



- Template impreso
- Marcadores
- Post-its

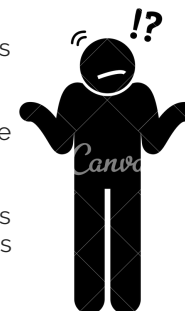
¿DE QUÉ SE TRATA?

Al introducirse una nueva administración o cuando existe un cambio de personal en un municipio, es común que aquellas iniciativas o proyectos que tenían sus antecesores, sean desechados o se queden inconclusos. Esta herramienta permitirá generar una revisión de los planes existentes para dar continuidad e incluir mejoras basadas en la realidad del territorio.



¿QUÉ SE PUEDE HACER CON LA HERRAMIENTA?

- Reconocer que hay un trabajo previo en turismo por parte de los diferentes actores sociales.
- Identificar iniciativas previas de turismo y proyectos previos que podrían retomarse.
- Descubrir nuevas alternativas viables a partir de aquellas que no resulten factibles.
- Procurar la continuidad del trabajo e iniciativas previas en las que han trabajado los actores sociales del turismo.





Fotografía de: Diana Guayaquil Robayo



Fotografía de: Heriberto Diaz



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

PASOS

Paso 1: Se pide a los participantes que de manera individual piensen por 5 minutos en proyectos que se hayan realizado en su territorio que creen que deberían continuar. Anotarán en una hoja el listado de proyectos que recordaron. Se solicita palabras clave para nombrar al proyecto.

Paso 2: Se les solicita que del listado que han creado, seleccionen los 3 proyectos que consideren más relevantes.

Paso 3: Se entrega 15 post-it por participante y se les pide que escriban el nombre de cada proyecto 5 veces (en diferentes post-it). Ej:



Paso 4: Se muestra el template del tren pegado al frente y se explica que cada vagón es un criterio; comentando qué implica cada criterio.

Paso 5: Se pide que cada persona, en orden, se acerque al template, comente el nombre del proyecto y coloque los post-it en los diferentes vagones, de ser el caso. Un proyecto a la vez.

Paso 6: En caso de que el proyecto se encuentre dentro de todos los vagones, el tren partirá, caso contrario, este no se moverá y no continuará su recorrido.

Paso 7: En caso de que el proyecto no cumpla con todos los criterios se sugiere pensar en una estrategia de mejora correspondiente a ese criterio y colocarlo para completar la carga de los vagones.

Paso 8: El ejercicio termina cuando todos los participantes han colocado sus proyectos en el template.

Paso 9. Se mencionarán los proyectos que se repitan en los 5 vagones, señalando que éstos serán considerados para su continuidad.

DESCRIPCIÓN DE CADA CRITERIO

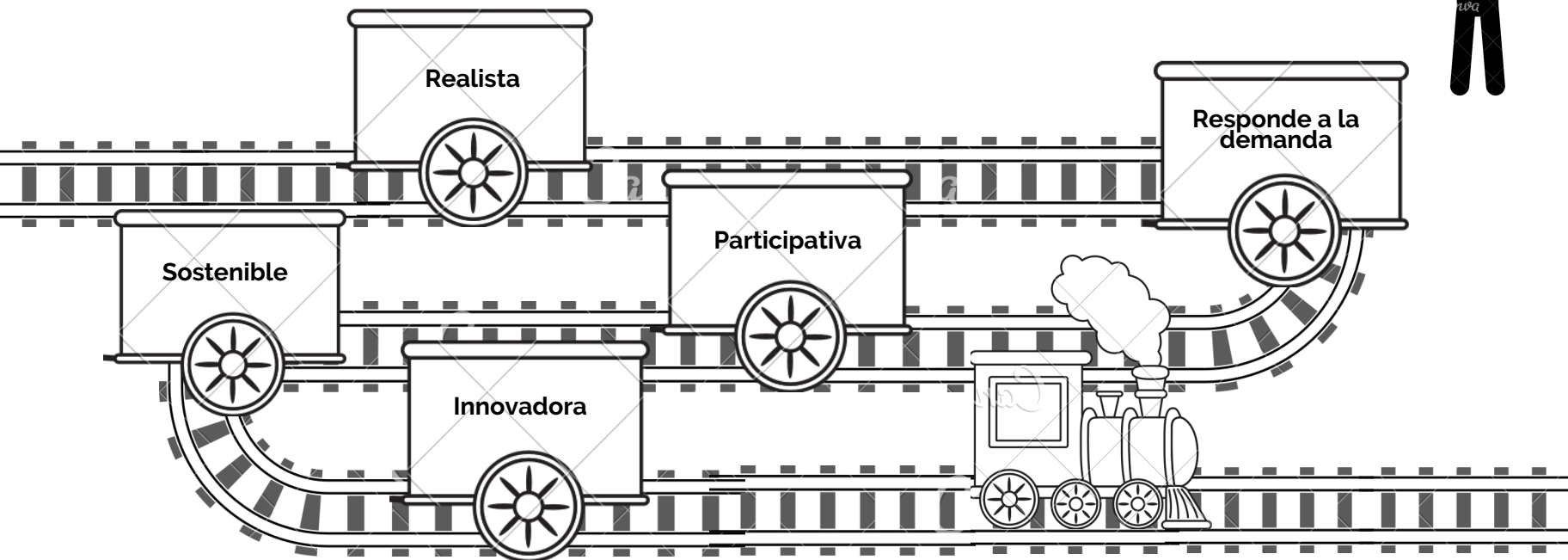
-Realista: este criterio se refiere a la concordancia entre lo que se plantea y la realidad de la comunidad.

-Responde a la demanda: este criterio se encarga de reconocer si verdaderamente la estrategia se enfoca y responde a las necesidades de la demanda y de los actores locales del turismo.

-Participativa: el criterio reconoce si la estrategia involucra a todos los stakeholders.

-Sostenible: este criterio se refiere a que la estrategia es responsable con el medio ambiente y con la comunidad local.

-Innovador: el criterio permite saber si la estrategia añade un valor creando impacto.



Guayaquil, D.; C.; Veintimilla, Ricaurte-Quijano, C.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Mecanismos de Continuidad: El tren. Proyecto Turkit. ESPOL.

PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

ENCONTRANDO
EL NORTE:
EL FARO



FOTOGRAFÍA: BRYAN GRANDA



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos, Juntas, Comités, asociaciones y agrupaciones sociales en general.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

Herramientas de descubrimiento

DURACIÓN



60'

¿DE QUÉ SE TRATA?



Plantear ideas y acciones concretas en los inicios de una colaboración representa un desafío común en procesos de desarrollo basado en turismo y en planificación. La herramienta sirve de soporte para generar ideas, organizarlas y definir prioridades. Además, permite profundizar el descubrimiento de problemáticas y oportunidades vinculadas con el turismo local. Usaremos técnicas de pensamiento convergente y divergente, pensamientos por afinidades, agrupaciones de ideas por temas, y priorización.

¿PARA QUE SIRVE?



- Generar una dinámica grupal, descubrir intereses individuales y colectivos vinculados con un proceso de colaboración e intervención en territorio.
- Realizar un mapeo de oportunidades considerando aspiraciones, recursos, limitantes y actores vinculados con una colaboración e intervención.
- Identificar acciones prioritarias como parte del proceso de implementación de la colaboración.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERÍAN APLICAR ANTES

- Antes de aplicar esta herramienta se puede haber hecho el análisis y descubrimiento de problemas, p se lapuede usar inmediatamente después del rompehielo.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- Template impreso o archivo de template para proyectar en pared o pizarra.
- Marcadores de diferentes colores
- Post-its de diferentes colores
- Cuaderno de notas



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

Paso 1. Lluvia de ideas cuadrante 1 (5 minutos)

Generar el número más alto posible de ideas para el cuadrante 1, respondiendo indistintamente a las preguntas guía establecidas en el template. Las ideas se anotan por separado en post-it (1 idea - 1 post-it)

Paso 2. Agrupaciones por afinidades y tematización (5 minutos)

Revisar todas las propuestas una por una y agrupar las ideas cercanas, organizándolas alrededor de temas claramente identificables (pensamiento por afinidades). (5 minutos)

Paso 3. Priorización (5 minutos)

Realizar una votación para determinar cuáles serían las 2 ideas prioritarias en el cuadrante 1. (5 minutos)

Paso 4. Desarrollo de la actividad cuadrantes 2,3,4 (30-45 minutos)

Repetir los pasos 1, 2 y 3 para los cuadrantes 2,3,4

Paso 5. Mapeo de acciones (15 minutos)

Revisar las ideas prioritarias identificadas en relación con los 4 cuadrantes. Formular preguntas de tipo "¿Cómo podemos...?". El propósito es realizar un primer mapeo de acciones que se podrían implementar como parte de la colaboración y definir orientaciones. Estas propuesta de acción podrían ser la base de un plan de acción o intervención para el territorio.



FOTOGRAFÍA: MATHIAS PECOT



FOTOGRAFÍA: DESCONOCIDO

ENCONTRANDO EL NORTE: EL FARO



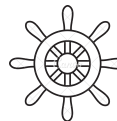
Nuestro destino

- ¿Hacia dónde quiere dirigirse su organización en el ámbito turístico?
- ¿Hacia dónde orientar nuestra colaboración?
- ¿Cuáles son sus expectativas y esperanzas?



Quiénes nos van a acompañar en este proceso (...)

- ¿Con qué apoyos internos o externos podemos contar en territorio?
- ¿Quiénes son los actores locales y partes interesadas con quienes podríamos contar (internos o externos)?
- ¿Con quiénes nos gustaría trabajar?



Lo que nos mantiene anclados (...)

- ¿Qué es lo que nos detiene?
- ¿Cuáles son los principales desafíos y puntos críticos con los cuales nos enfrentamos?
- ¿Nos hace falta algo para avanzar?



Lo que tenemos para salir adelante (...)

- ¿Cuál es nuestra fortaleza?
- ¿Cuáles son nuestros recursos únicos (incluyendo recursos turísticos, capacidades, infraestructuras y equipamientos)?



Acciones y prioridades



Carrera



PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

DISEÑO DE
EXPERIENCIAS
TURÍSTICAS:
LA MALETA



Fotografía de: Carla Ricaurte-Quijano

DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS: LA MALETA



20-25

personas

PÚBLICO OBJETIVO: El equipo consultor debe desarrollar criterios para la participación en esta sesión colaborativa de diseño e invitar a los participantes los cuales deben ser un público amplio y diverso, incluyendo diferentes actores del turismo e incluso visitantes.

HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:



- Design brief
- Canvas de design thinking
- Ficha de proyecto
- Diseño de ruta turística

DURACIÓN



2 horas

¿DE QUÉ SE TRATA?



Una vez que se ha profundizado en la identificación de los problemas y posibles soluciones, esta herramienta nos permite desarrollar **una experiencia** o producto turístico que reubique a la naturaleza y actores del turismo en el centro del proceso.

¿QUÉ SE PUEDE HACER CON LA HERRAMIENTA?



- Resumir las características principales de la solución antes, durante y post-experiencia
- Articular las necesidades e intereses de los usuarios a la solución propuesta
- Mapear formas de co-creación de la solución, productos o experiencias
- Identificar a la competencia y posibles socios estratégicos
- Identificar costos y leyes asociados a la implementación de la solución
- Identificar canales y directrices de comunicación con los clientes

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

Mapas de empatía
Traveler personas o segmentos de interés
Canvas de design thinking o similar

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES DIGITALES



- Template de la herramienta de acceso con escáner QR.
- Dispositivos móviles con acceso a internet.

MATERIALES NO DIGITALES

- Formato de la maleta de experiencias y productos impreso
- Marcadores
- Post-its



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



Paso 1. Designar roles

Se designa a un facilitador, una persona que tome el tiempo y un secretario que toma notas.

Paso 2. Calentamiento (10 min)

- Presentación de la sesión
- Proyección de un video sobre qué es y cómo se construye la experiencia turística o se discute en grupo qué es una experiencia. El objetivo es animar a los participantes a convertirse en planificadores y desarrolladores de experiencias.

Paso 2. Visión conjunta (20 min)

En una sesión plenaria se contestan las siguientes preguntas y se va trabajando o tomando nota en un papelógrafo, pizarrón o pizarra colaborativa en línea:

- **Visión:** ¿Cuál es su motivación para crear la experiencia? ¿Qué cambio positivo quisieran que traiga esta experiencia para la naturaleza, turistas, comunidad?
- **Valores:** ¿Cuáles son los valores y principios éticos que influyen en esta solución y su puesta en marcha?

Paso 3. Diseño colaborativo (60 min)

A continuación se divide a los participantes en grupos de 4-5 personas. El trabajo colaborativo consiste en idear una experiencia o solución que aporte directamente a la visión y solucione los dolores de la mayor cantidad posible de actores sociales.

Paso 4. Plenaria y cierre (30 min)

Cada grupo expone su proyecto en un tiempo máximo de 5 minutos, se puede usar dramatización. Se puede hacer la exposición a manera de competencia, o se puede buscar formas de colaboración entre unas propuestas y otras. Se anotan y revisan las lecciones aprendidas.

Cierre de la sesión.



Fotografía de: Carla Ricaurte-Quijano



Fotografía de: Bryan Granda Loayza



La maleta es una metáfora que representa lo que vive el turista durante su experiencia

¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

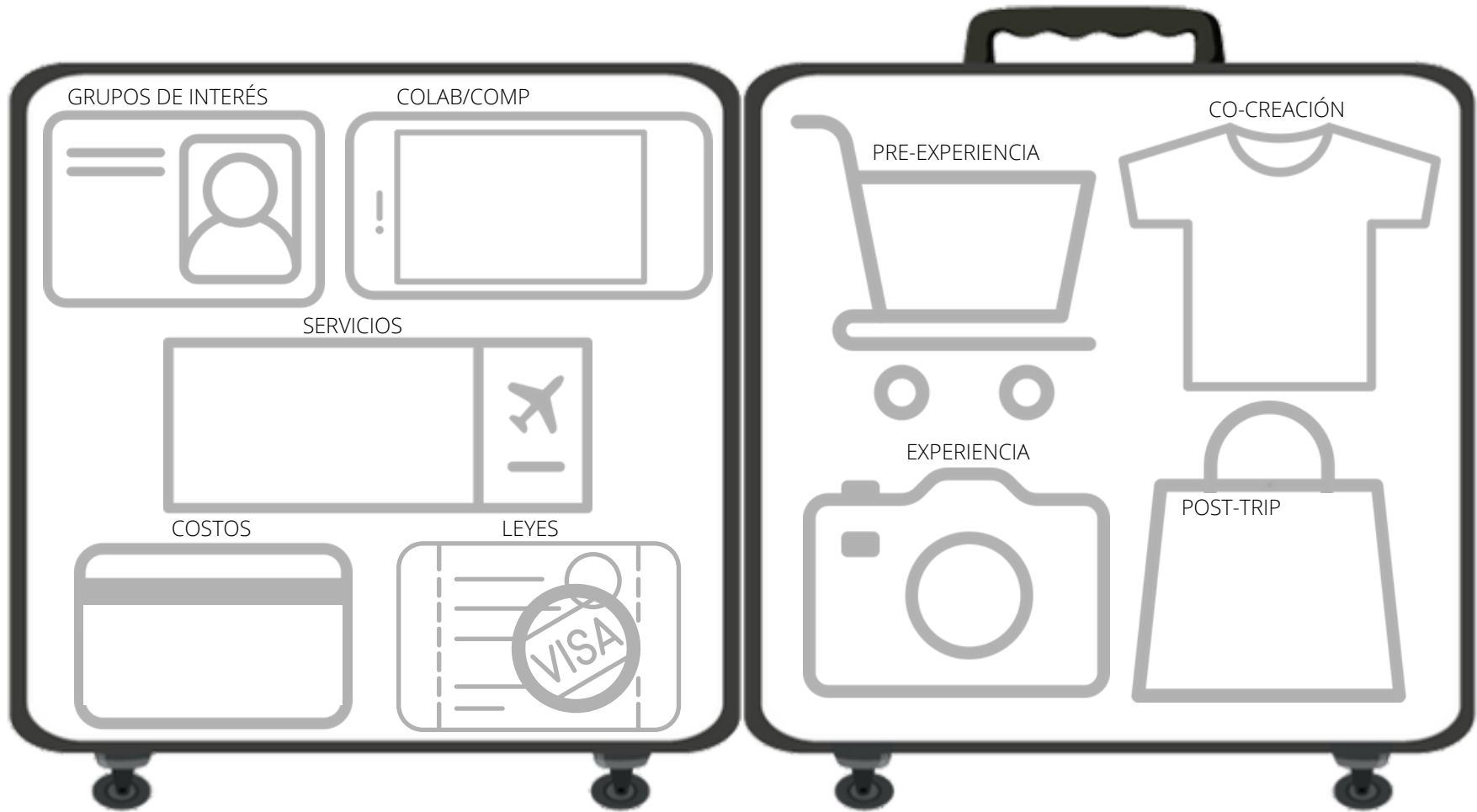
COMPONENTES DE LA MALETA

- **La experiencia:** ¿De qué exactamente se trata la solución o experiencia? ¿Qué la hace única? ¿Qué la hace personalizada?
- **Co-creación:** ¿Qué aporta la comunidad receptora, los prestadores de servicios durante la la experiencia? ¿Qué aporta el turista durante su experiencia? ¿Qué aporta la naturaleza para la co-creación de la experiencia?
- **Pre-experiencia:** canales de comunicación y distribución: ¿Cómo el cliente va a encontrar el producto o experiencia? ¿Cómo se contacta el turista con el proveedor? ¿Qué expectativas trae el visitante?
- **Post-experiencia:** ¿Cómo los usuarios van a recordar esta experiencia? ¿Qué van a aprender de su experiencia? ¿Cómo van a describir esta experiencia a otros? ¿Qué escribirían acerca de ella?
- **Grupos de interés:** ¿A qué grupos de interés responde esta solución? ¿Quiénes son? ¿Qué intereses y características tienen estos grupos? ¿Qué problema o necesidad se soluciona para turistas, prestadores de servicios, comunidad local, la naturaleza?
- **Los servicios:** ¿Qué productos, servicios, actividades incluye esta experiencia?
- **Competidores-colaboradores:** ¿Quiénes son nuestros colaboradores? ¿Con quién podemos unir fuerzas para crear una solución más integral? ¿Quiénes son nuestros competidores?
- **Las leyes:** ¿Qué marco legal aplica para implementar nuestra solución? ¿Es legal?
- **Costos:** ¿Qué costos importantes estarían involucrados en la adecuación del destino o sitio, la prestación de la experiencia y su comunicación al público? ¿En qué rubros habría que invertir?



ESTA HERRAMIENTA SE DESARROLLÓ CON BASE EN PICHLER, R. (2011). THE PRODUCT VISION BOARD.

DISEÑO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS: LA MALETA



Citar la herramienta: Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Veintimilla, C.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Diseño de experiencias turísticas: La maleta. Proyecto Turkit. ESPOL.

PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

DISEÑO DE
RUTAS
TURÍSTICAS:
LA FICHA
TÉCNICA



DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS: LA FICHA TÉCNICA



1-3
personas

PÚBLICO OBJETIVO:

- Administradores de destinos
- GAD
- ONG
- Comunidades



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

Diseño de la experiencia turística: La maleta

DURACIÓN



120min

¿DE QUÉ SE TRATA?



Esta ficha es una guía para los técnicos interesados en impulsar rutas turísticas, pues facilita una estructura que recoge la información necesaria para incorporar paradas, e ir sumando atractivos, servicios y experiencias a las rutas ya existentes.

Esta ficha es una herramienta operativa de nivel micro que se enfoca en el diseño de las paradas, pero no de la ruta en sí, pues para ésta será necesario considerar elementos macro como el estudio de mercado, análisis de oferta del destino, identificación de brechas, definición de tema, características diferenciales, imagen, entre otros)

¿PARA QUE SIRVE?



- Permite identificar todos los elementos que se deben considerar para que una parada sea integrada exitosamente a una ruta ya existente.
- Se puede utilizar como insumo base para el diseño o rediseño de una ruta turística.
- Identificación de necesidades de intervención para operativizar paradas de rutas.
- Diseño de planes y proyectos que incluyan la implementación de rutas turísticas.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERÍAN APLICAR ANTES

Explotación cualitativa de la demanda: El entrevistador
Análisis de la experiencia turística.

OBJETIVO

- Detallar los aspectos a considerar para la incorporación y operación de paradas dentro de una ruta turística.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



ETAPA DEL PROCESO

Diseño



MATERIALES NO DIGITALES

- Ficha



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PREMISA

La ficha de parada de ruta turística no reemplaza metodologías de diseño de ruta turística, pues esas se enfocan en la construcción macro del producto turístico, mientras que esta ficha busca guiar a los técnicos para la identificación de los elementos necesarios que debe cumplir un lugar, población o atractivo para que pueda ser incorporado a una ruta.

PASOS

- **Paso 1:** Estudiar y garantizar una plena comprensión de la ruta turística a la que se incorporaría la parada, sus características, mercados meta, imagen, etc.
- **Paso 2:** Contacto con los actores clave de la parada, conocer su oferta, elementos diferenciadores, su visión hacia el turismo y disponibilidad de sumarse a la ruta.
- **Paso 3:** Recorrido de observación por la localidad o atractivo a incorporar a la ruta, para identificar potencialidades y necesidades de facilidades o equipamiento.
- **Paso 4:** Revisión y análisis de la información recabada en los pasos anteriores.
- **Paso 5:** Completar la ficha técnica
- **Paso 6:** Compartir la ficha con los actores clave y recibir retroalimentación.
- **Paso 7:** Hacer ajuste necesarios requeridos por actores.



DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS: LA FICHA TÉCNICA

Ruta: Nombre comercial de la ruta			
Nombre del lugar de visita: Nombre del atractivo o sitio de visita (comuna o población)			
Ubicación:	Dirección, ciudad, provincia. Indicaciones claras de cómo llegar.	Horarios de Atención:	Si aplica.
Vías de acceso:	Carreteras o caminos (tipo: primer, segundo, tercer orden). Acuático (si tiene puerto o muelle). Aéreo (si tiene aeropuerto o pista). Indicar el estado actual de las vías de acceso y posible complicaciones al arribo.		
Atractivos turísticos:	Se detallará: Nombre, categoría, tipo y jerarquía del o los atractivos turísticos presentes en la parada. Señalar cuáles serán parte de la ruta o cuáles no. En el caso de que los atractivos no hayan sido registrados por MINTUR y no cuenten con jerarquía, solo se colocará hasta "tipo".		
Público meta:	Identificar perfil de turista actual y/o potencial. Se recomienda dar detalles de: Procedencia (internacionales, nacionales y si es de cercanías indicar la ciudad o poblado) Edades (si son niños indicar si el objetivo es escuelas y colegios) Intereses (ecoturismo, sol y playa, agroturismo, etc), formas de viaje (familia, amigos, pareja, solo).		
Facilidades para visita:	Señalar si la parada cuenta con facilidades para personas con capacidades especiales. Si la visita demanda algún esfuerzo físico mayor que pueda complicar el recorrido de personas mayores, mujeres embarazadas o niños, indicarlo claramente.		
Duración del recorrido:	Tiempo que se estima para el recorrido o visita al sitio. Se pueden señalar varias duraciones de acuerdo a actividades. Ej: Recorrido guiado - 1 hora Recorrido guiado + visita a taller artesanal - 2 horas Recorrido guiado + visita a taller artesanal + almuerzo - 3 horas		
Fotografía: Incluir fotografías técnicas, no con fines de promoción. Deben evidenciar la actividad que los turistas realizarán en la parada.			

Descripción:	
Se inicia desde que el turista llega a la parada. Debe detallar el itinerario completo de la visita y la duración estimada en cada punto. De forma referencial se podrán colocar horas, sin embargo, esto se podría ajustar cuando se esté comercializando la ruta a través de la venta de los tour operadores.	
Generación de experiencia	
Señalar en qué momento se prevé generar una experiencia única e inolvidable al visitante y cómo se prevé hacerlo. Se puede colocar el discurso o describir la acción que se llevará a cabo, el momento (dentro del itinerario detallado anteriormente), los recursos y las condiciones necesarias para que se pueda dar.	
Elementos diferenciadores:	Número máximo de personas:
Indicar si hay elementos que hagan imprescindible la parada dentro de la ruta, elementos únicos o diferenciadores de la parada.	Indicar el número máximo de personas que pueden atender los prestadores de servicios por día. Considerar la duración de recorridos.
Servicios turísticos:	Precio al público:
Detalle de los servicios turístico que se ofrecen en la parada, incluso si no están en itinerario: Hoteles, restaurantes, transporte turístico, guías, entre otros.	Se colocará el precio que el prestador de servicios cobraría al tour operador, indicando el número mínimo de personas. Se recomienda colocar detalle por cada servicio.
Referencia de fichas de inventario de atractivos	
Para mayores detalles técnicos y especificaciones biofísicas de los atractivos que se pueden visitar en la parada (no solo los que están en itinerario) se recomienda adjuntar el link con la ficha del inventario turístico del GAD o MINTUR (si se cuenta con éste).	
Comunicación/Cobertura:	Número de involucrados:
Indicar si existe cobertura celular a lo largo del o los recorridos.	Señalar el número de personas que estarían beneficiadas directamente con la activación de la parada. Ej: 30 cangrejeros; 4 guías turísticos; 2 cocineros y 4 salones; 3 lancheros.
Recomendaciones para activación:	
Detalle de todas las acciones necesarias para iniciar operaciones en la parada. Se colocarán necesidades de capacitación detallando tipo de cursos, beneficiarios, duración estimada, número previsto de participantes y costo estimado. Así también se detallarán las necesidades de facilidades turísticas, con el detalle general de características (dimensiones, materiales, etc), ubicación y costos estimados.	

Problemas que presenta la parada:	Costo estimado para activación:
Se detallarán problemas o riesgos que el tour operador debe conocer sobre una posible operación turística en la parada (incluye conflicto de actores, inseguridad, problemas a nivel político, entre otros).	Se realizará una sumatoria de los valores ya detallados en "Recomendaciones para activación".
Links de promoción o información:	
Se colocarán links de promociones, reportaje o videos de aficionados que permitan observar el potencial turístico de la parada.	
Comercialización de tour operadora	En caso de estar siendo ya operado de forma regular por tour operadores, indicar los nombres de las empresas.
Tipo de Administración:	Indicar si existe algún actor que esté articulando la oferta de la parada. Éste puede ser: GAD, organización comunitaria, ONG, entre otros
Contacto:	Nombre de la persona que está articulando la parada, número de teléfono y correo electrónico.

Nota:

La ficha está dirigida a planificadores y operadores de turismo interesados en potenciar o comercializar la ruta turística.

La información se levantará con los prestadores de servicios y actores clave de la comunidad. Para la identificación de público meta, se sugiere entrevistar a operadores turísticos con experiencia en mercados.

Citar la herramienta: **Veintimilla-Mariño, C.; Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Diseño de rutas turísticas. Ficha Técnica. Proyecto Turkit. ESPOL.**

**ATERRIZAJE DEL
FUTURO:
FICHA DE
PROYECTO O
ACTIVIDAD**

PROYECTO
TURKIT.EC

**PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR**



Fotografía de: Pavel Danilyuk - Pexels

ATERORIZAJE DEL FUTURO: FICHA DE PROYECTO O ACTIVIDAD



xx-xx
personas

PÚBLICO OBJETIVO:

- Administradores de destinos
- GAD
- ONG
- Comunidades



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

- Perfil de proyectos
- Matriz de marco lógico

DURACIÓN



120min

¿DE QUÉ SE TRATA?



Esta matriz resume los principales aspectos que deben ser desarrollados en un esquema de proyecto público de turismo.

¿PARA QUE SIRVE?



- Organiza las ideas y permite estructurarlas en una propuesta de proyecto.
- Puede ser utilizada como insumo para elaboración de términos de referencia.
- Puede ser la base para una propuesta de financiamiento del proyecto.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

Esquema de plan de turismo.
Diseño de estrategia de turismo.

OBJETIVO

- Detallar claramente los pasos a seguir para la ejecución de las acciones y consecución de los objetivos de los planes de turismo.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



ETAPA DEL PROCESO

Diseño



MATERIALES NO DIGITALES

- Ficha



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?



PREMISA

Dentro de la estructuración de un plan se consideran ejes estratégicos o estrategias, programas y proyectos. Los proyectos, actividades y acciones se aterrizan con una descripción detallada. Se espera que los proyectos hayan sido ideados o esquematizados de forma colaborativa o co-creativa, para luego pasar al diseño técnico de la ficha.

Para el diseño de la ficha se sugiere revisión de proyectos exitosos similares (en otras ciudades o países), que pudiesen acoplarse a la realidad local.

PASOS

- **Paso 1:** Revisar y asegurar una clara comprensión de las estrategias y programas de los que se desprende el proyecto.
- **Paso 2:** Identificación previa de proyectos similares en fuentes secundarias.
- **Paso 3:** Selección y análisis de mejores prácticas y acciones dentro de los proyectos similares que se puedan aplicar en el proyecto a diseñar (benchmarking).
- **Paso 4:** Completar la ficha.
- **Paso 5:** Propiciar una revisión de pares de la ficha, para garantizar su comprensión y estructura lógica.



ATERRIZAJE DEL FUTURO: FICHA DE PROYECTO O ACTIVIDAD

EJE ESTRATÉGICO: Señalar el número y nombre del eje estratégico o estrategia a la que pertenece el proyecto			
Programa #: Señalar el número y nombre del programa al que pertenece el proyecto.			
Proyecto:	Indicar la numeración. Indicador nombre del proyecto	Objetivo del plan:	Detallar a qué objetivo definido en el plan apunta este proyecto
Año de inicio:	Indicar el año previsto para inicio.	Objetivo del plan:	Duración en meses o años, esto dependerá del tiempo previsto para todo el plan.
Modalidad:	Puede ser ocasional o recurrente. Ocasional responde a acciones que se implementan una sola vez (Ej: creación de marca). Recurrente son acciones que necesitan implementarse de forma permanente (Ej: promoción en redes sociales).	Meta:	Cada proyecto tendrá al menos una meta cuantificable/medible que permita evidenciar y monitorear que cumplimiento de las acciones.
Mercado meta:	El plan debe definir qué mercados emisores va a buscar con sus acciones. Ej: turismo doméstico-nacional; turismo de cercanías; turismo receptivo. Aquí se señala a cuál o cuáles apunta este proyecto.	Nicho:	La demanda turística suele estar organizada por nichos, marcados por intereses y características específicas de grupos de la demanda. Ej: ecoturistas, foodies, nómadas virtuales, etc.
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO			
Detallar la hoja de ruta a seguir para la ejecución del proyectos. Indicando paso a paso y con detalle lo que se deberá considerar para no perder de vista el objetivo inicial propuesto del proyecto. Esta información deberá contener datos o especificaciones técnicas que permitan a los técnicos tomarlos como base para la elaboración de términos de referencia.			

REQUISITOS PARA IMPLEMENTACIÓN:	
Señalar qué aspectos, acciones o situaciones son necesarios que ocurran para que el proyecto se pueda implementar efectivamente. No incluir requerimiento de presupuesto. Ej: aprobación de ordenanza; creación de fondo de promoción; articulación de la mesa cantonal de turismo, etc.	
Actores clave para ejecución:	Fuentes potenciales de financiamiento:
Enlistar los nombres de las organizaciones o individuos que serían estratégicos en la ejecución del proyecto, para generar mayor difusión, impacto y sostenibilidad. No considerar aquí las instituciones que colaborarían solo con financiamiento.	Enlistar los nombres de las instituciones que por competencias pudiesen financiar el proyecto.
Costo aproximado:	Instancia a cargo de ejecución:
<p>Indicar el detalle de los costos y el valor total. Ej: (proyecto de elaboración de material promocional)</p> <p>Contratación de diseñador gráfico - \$ 2.000</p> <p>Impresión de material promocional - \$ 4.000</p> <p>TOTAL: \$ 6.000</p> <p>Los valores pueden ser referencias de procesos similares que se encuentran publicados en la página web de Servicio Nacional de Contratación Pública (Sercop)</p>	

Citar la herramienta: **Veintimilla-Mariño, C.; Ricaurte-Quijano, C., Guayaquil, D.; Pécot, M; Encalada-Abarca, L; (2022). Aterrizaje del futuro: Ficha de proyecto o actividad. Proyecto Turkit. ESPOL.**

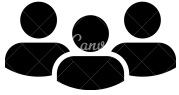
**ACCIÓN PARA LA
IMPLEMENTACIÓN:
CONDICIONES
CLAVE**

PROYECTO
TURKIT.EC

**PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR**



ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN: CONDICIONES CLAVE



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos, Juntas, Comités, asociaciones y agrupaciones sociales en general.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

- Herramientas de manejo y gestión de proyectos.

DURACIÓN



50min

¿DE QUÉ SE TRATA?



Cambiar la sociedad a partir de proyectos o planes de turismo es un proceso complejo sobre el cual cada actor tiene un control limitado. La herramienta permite generar un entendimiento más profundo y dinámico de la lógica de implementación a través del diseño de procesos, mecanismos y acciones coordinadas.

¿PARA QUE SIRVE?



- Co-construir una visión común del proceso de implementación de una intervención
- Visualizar una secuencia de acciones encaminadas hacia la producción del cambio social esperado.
- Generar un grupo de trabajo para la implementación.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

- Canvas de Design Thinking
- Maleta de la Experiencia
- Ficha de proyecto o actividad.

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES NO DIGITALES

- Varias mesas de trabajo.



MATERIALES DIGITALES

- ETemplate impreso
- Marcadores
- Post-its
- Cuaderno de notas



¿CÓMO APLICAR LA HERRAMIENTA?

Paso 1. Revisa en conjunto los objetivos del plan o proyecto (5 min)

Revisar en conjunto los problemas identificados y las soluciones propuestas.

Paso 2. Dividir a los participantes en grupos (5 minutos)

Los participantes pueden dividirse en grupos de 3-5 personas, de acuerdo al tamaño del grupo. En una sesión virtual en Zoom se usan breakout rooms. En una sesión presencial se separan físicamente en mesas de trabajo. Se reparte una hoja o formato por grupo.

Paso 3. Trabajo en grupo (15 minutos)

Cada grupo discute los diferentes aspectos y condiciones de implementación, procurando responder las preguntas. Alguien en el grupo anota.

Paso 4. Plenaria (20 minutos)

Cada grupo expone su aspecto de implementación en una pizarra o papelógrafo grande, procurando responder a las preguntas. En este espacio es importante que todos los participantes contribuyan con sus opiniones y puntos de vista.

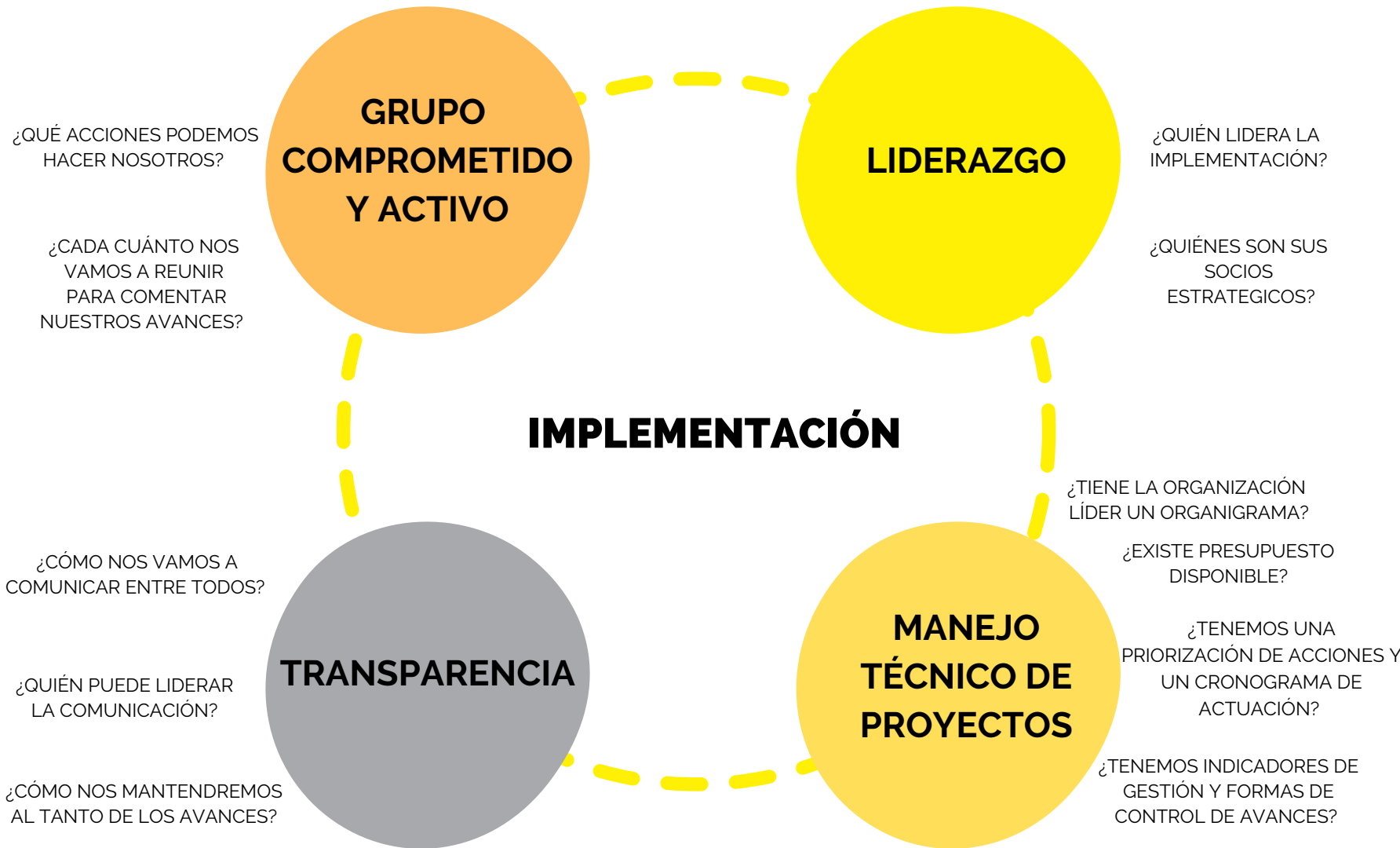
Paso 5. Red de comunicación y cierre (5 minutos)

Se reflexiona en conjunto sobre los siguientes pasos y de manera opcional se crea un chat o página del grupo. En el chat se asignan varios administradores. Se define quiénes van a estar en el grupo, procurando no excluir actores. Se define qué temas se pueden tratar en el grupo y cuáles no.



FOTOGRAFÍA: DESCONOCIDO

IMPLEMENTACIÓN: CONDICIONES CLAVE



PROYECTO

TURKIT.EC

PRÁCTICAS, MÉTODOS Y MODELOS
EMERGENTES DE PLANIFICACIÓN
TURÍSTICA Y CONSTRUCCIÓN
COLABORATIVA DE POLÍTICA PÚBLICA
EN EL ECUADOR

COCREACIÓN Y
PROTOTIPADO:
EL LEGO Y LA
PLASTILINA



FOTOGRAFÍA: CARLA RICAURTE

COCREACIÓN Y PROTOTIPADO: EL LEGO Y LA PLASTILINA



PÚBLICO OBJETIVO: Técnicos de planificación, estudiantes y profesionales en turismo, técnicos de turismo en GADs y administradores de atractivos y servicios turísticos, Juntas, Comités, asociaciones y agrupaciones sociales en general.



HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS:

La maleta de la experiencia

DURACIÓN



60'

¿DE QUÉ SE TRATA?



El prototipo es una forma de ayudar a los actores sociales o al equipo de planificación a superar la "zona de quejas" (Lewrick, Link & Leifer, 2020) y transitar de una fase de pensamientos variados y divergentes entre los diferentes actores sociales, hacia un pensamiento convergente orientado a la solución del problema.

¿PARA QUE SIRVE?



- Pasar de la exploración del problema a la solución del problema.
- Ser creativos en un ambiente lúdico que ayude a superar las diferencias individuales.
- Crear un modelo de lo que se comercializará o comunicará al público.
- Asegurarse de que la solución resuelva las necesidades y problemas identificados del usuario.

HERRAMIENTAS QUE SE DEBERIAN APLICAR ANTES

- Canvas de Design Thinking
- Maleta de la Experiencia

NIVEL DE COMPLEJIDAD



MATERIALES NO DIGITALES



- Varias mesas de trabajo.
- Plastilina o Lego.

MATERIALES DIGITALES

Este ejercicio es mejor si se hace de manera presencial, sin embargo como alternativa a Lego y plastilina se puede usar:

Tinkercad (para espacios)
AdobeXD (para apps)
Mockups.com (para varios)



Paso 1. Revisa en conjunto lo trabajado en La Maleta de la Experiencia (5 minutos)

Revisar en conjunto los problemas identificados y agrupados por temas.

Paso 2. Dividir a los participantes en grupos más pequeños (5 minutos)

Los participantes pueden dividirse en grupos de 3-5 personas, de acuerdo al tamaño del grupo. En una sesión virtual en Zoom se usan breakout rooms. En una sesión presencial, se separan físicamente en mesas de trabajo. Se reparten los materiales (sets de Legos o plastilina de colores) por cada grupo.

Paso 3. Prototipo (40 minutos)

Cada grupo prototipa su solución de manera rápida cuidando que incluya co-creación de experiencias, empatía con la naturales y las necesidades de los diferentes actores sociales.

Paso 4. Plenaria (20 - 30 minutos)

Cada grupo expone su problema y solución en dos minutos, se dejan tres minutos para preguntas y sugerencias de los otros miembros.

Paso 5. Cierre (10 minutos)

Se reflexiona en conjunto sobre los prototipos más interesantes, se identifica qué los hace llamativos. Se toman fotos de los prototipos que pueden compartirse mutuamente. El facilitador puede escoger la opción de que los asistentes voten por los prototipos más factibles, tratando de que se escojan varias opciones.

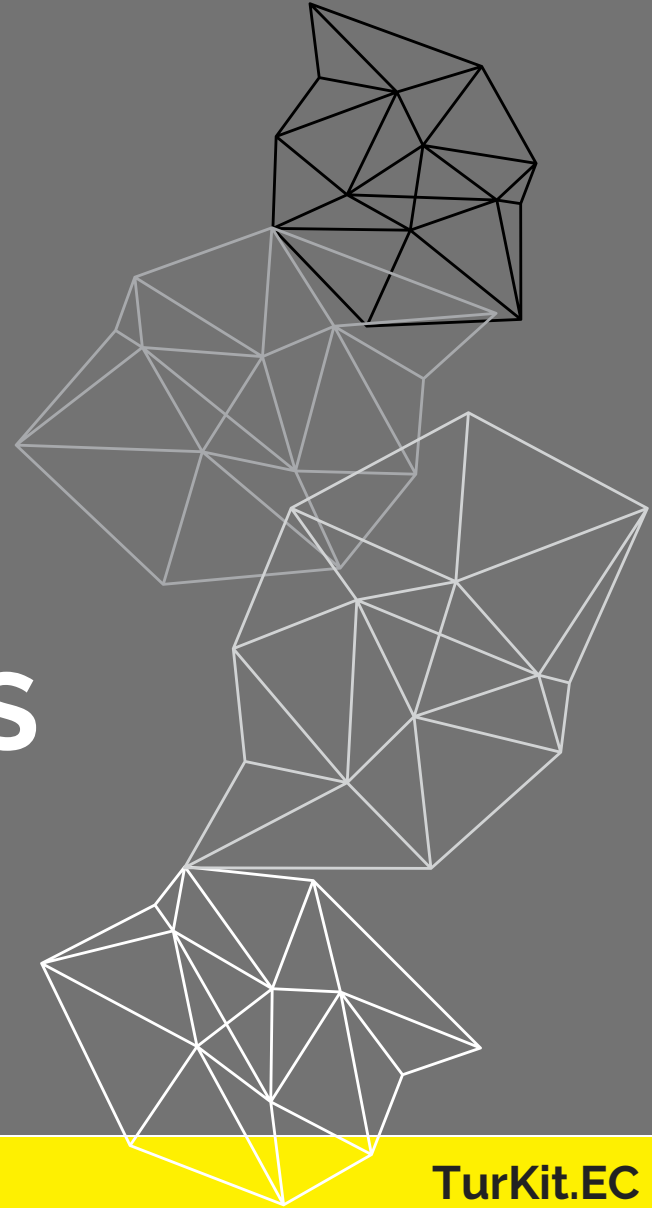


FOTOGRAFÍA: CARLA RICAURTE



FOTOGRAFÍA: CARLA RICAURTE

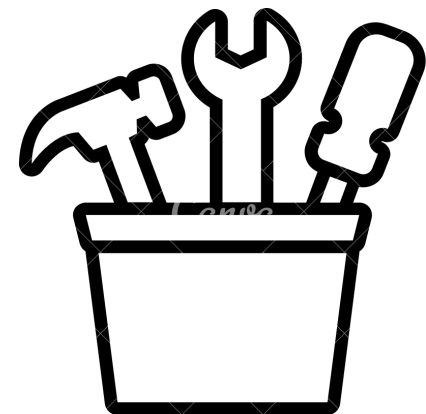
FUTUROS PASOS



MEJORAR Y DESARROLLAR EL TURKIT.EC

Esta primera caja de herramientas tiene mucho más para dar y necesitamos tu ayuda. Si nuestras herramientas te parecen útiles y has podido utilizarlas, ayúdanos a mejorarlas compartiendo tus observaciones y experiencias. Tu nombre aparecerá en los créditos y serás parte de esta comunidad de prácticas de planificación.

Contacto: turkitech@espol.edu.ec

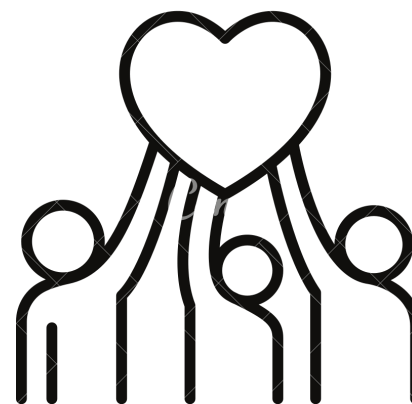


COMUNIDAD TURKIT.EC

La comunidad TurKit.EC es el punto de encuentro y diálogo informado entre el equipo de investigación y el conjunto de actores, tanto individuales como institucionales, interesados en el diseño y la implementación de nuevos métodos y herramientas de planificación turística.

La comunidad TurKit.EC crea un espacio para el aprendizaje, la colaboración y la acción coordinada hacia el cambio e innovación en procesos de planificación turística, que responden a nuevos desafíos y transformaciones a niveles tanto locales como globales.

Únete a nosotros.

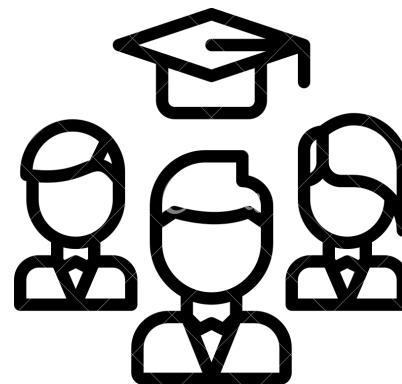


SEMILLERO DE PLANIFICADORES

El semillero de investigadores es un espacio de aprendizaje donde profesores y estudiantes se juntan para compartir su interés y sus habilidades en planificación turística.

En este espacio se prioriza la creatividad, la experimentación, la investigación y la co-creación de nuevas herramientas y prácticas de planificación que respondan a problemas concretos del mundo real. En el semillero, los participantes desarrollan habilidades para la investigación, como la formulación de preguntas de investigación, recolección y análisis de datos, y la comunicación de resultados, así como habilidades y valores personales como el trabajo en equipo, el compromiso y el diálogo constructivo.

Además de proporcionar una valiosa experiencia para los estudiantes y los profesores, el semillero de planificadores también tiene el potencial de generar nuevos conocimientos y contribuir al avance de las prácticas de planificación en el Ecuador.



POSTFACIO

Queridos lectores,

Al llegar al final de este manual, nos gustaría dedicar unas palabras adicionales para reflexionar sobre la importancia de la planificación turística y el valor del Turkit.Ec como herramienta para impulsar la innovación y la transformación en el turismo.

Reconocemos que el turismo es un campo dinámico y en constante evolución, por lo que nuestro compromiso es mantener actualizado el Turkit.Ec. Esperamos ampliar la colección de herramientas, incorporar nuevos enfoques y tendencias, y ofrecer soluciones innovadoras para los desafíos emergentes que enfrentamos.

Nos gustaría agradecer una vez más a todos aquellos que han contribuido a la creación de este manual. A los expertos en planificación turística, a los profesionales de la industria, a los colaboradores y a todos aquellos que han brindado su apoyo y conocimientos, ¡les estamos profundamente agradecidos! Su dedicación y pasión han hecho posible la realización del Turkit.Ec.

Por último, queremos dirigirnos a ti, estimado lector. Esperamos que el Turkit.Ec haya sido una fuente valiosa de información, inspiración y herramientas prácticas para tu trabajo en la planificación turística. Te animamos a utilizar estas herramientas de manera creativa, adaptándolas a tu contexto y aprovechando al máximo su potencial.

FUENTES

Escuela Superior Politécnica del Litoral (2020). *Competencias Institucionales y Resultados de Aprendizaje para carreras y programas*. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

IAP2 (2018). *Spectrum of public participation*. International Federation for Public Participation. https://iap2.org.au/wp-content/uploads/2020/01/2018_IAP2_Spectrum.pdf

Lewrick, M. Link, P. & Leifer, L. (2020). *The Design Thinking Toolbox: A Guide to Mastering the Most Popular and Valuable Innovation Methods 2020*. Wiley.

Pichler, R. (2011). *The product vision board*. RomanPitcher. <https://www.romanpichler.com/tools/product-vision-board/>

The Tourism Co-Lab (2021). *The Design thinking process for tourism*. the Tourism CoLab. <https://www.thetourismcolab.com.au>

Zimmerman, J., Forlizzi, J., & Evenson, S. (2007, April). *Research through design as a method for interaction design research in HCI*. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems (pp. 493-502)

TurKit.EC