

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Diseño de un Festival Turístico para la Carrera de Turismo ESPO

**PROYECTO INTEGRADOR**

Previa la obtención del Título de:

**Licenciado en Turismo**

Presentado por:

Delgado León Eddy Leandro

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

Año: 2023

## **Dedicatoria**

---

Con mucha ilusión le dedico este proyecto a mis padres que seguramente están orgullosos de lo que he logrado y el camino que he trazado para llegar hasta este punto.

También a los estudiantes de la Carrera de Turismo esperando que este proyecto los beneficie de alguna manera, espero haber realizado una contribución positiva a la realización de este festival.

**Delgado León Eddy Leandro**

## **Agradecimientos**

---

Quiero empezar agradeciendo a mis padres por la paciencia y por haberme dado todo el apoyo incondicional durante toda esta etapa de mi vida, sin ellos no hubiera podido lograr absolutamente nada. También quiero hacer especial mención a mi amigo Daniel por su apoyo.

Además, dar las gracias a mi profesora de materia integradora Cinthy Veintimilla y mi tutora Raizza Maquizaca, por la excelente guía, disposición y paciencia conmigo a lo largo de la elaboración de este documento.

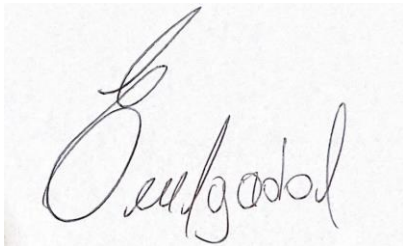
Finalmente, agradecer a los profesores que me formaron a lo largo de mi carrera y la Escuela Superior Politécnica del Litoral que me ha permitido convertirme en Licenciado.

**Delgado León Eddy Leandro**

## Declaración Expresa

---

"Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Delgado León Eddy Leandro y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

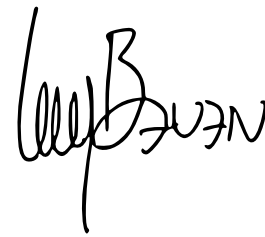
A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is written in a cursive style and reads "Delgado".

Delgado León Eddy  
Leandro

## EVALUADORES

---

**Cinthy Veintimilla**  
Profesor de Materia



---

**Raizza Maquizaca**  
Tutor de proyecto

## RESUMEN

El diseño del festival turístico para la Carrera de Licenciatura en Turismo nace por iniciativa de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la ESPOL partiendo desde la necesidad de querer aportar con conocimientos culturales y de turismo a la comunidad local, también con la finalidad de demostrar la importancia de la Carrera de Turismo. El punto de partida de este proceso fue el conocimiento de las necesidades y expectativas de los posibles asistentes del festival (estudiantes y padres de familia de los estudiantes de Turismo), se aplicaron herramientas de investigación como: encuestas, entrevistas y grupos focales. Una vez analizados los resultados, surgieron hallazgos muy importantes como por ejemplo: El interés de los estudiantes por los destinos turísticos poco convencionales o la intención de estudiantes de otras áreas de estudio de participar en el festival, también el poco conocimiento de los padres de familia de los estudiantes de Turismo acerca de la Carrera. Finalmente se logró una propuesta bastante interesante de un festival turístico que beneficiará, tanto a estudiantes de la Carrera de Turismo, como a estudiantes de otras áreas, así como también a los visitantes externos, en este caso los padres de familia de los estudiantes de Turismo.

**Palabras Clave:** Necesidad, Cultura, Estudiantes, Encuestas, Entrevistas.

## **ABSTRACT**

The design of the Tourism Festival for the Bachelor's Degree in Tourism arises from the initiative of the Faculty of Social Sciences and Humanities at ESPOL, driven by the desire to contribute in terms of culture and tourism knowledge to the local community, as well as to emphasize the importance of the tourism bachelor's degree.

The starting point of this process was to understand the needs and expectations of potential festival attendees (students and parents of Tourism field students). The research tools applied for this study were surveys, interviews, and focus groups. Once the results were analyzed, significant findings emerged, such as students' interest in unconventional touristic destinations, the intention of students from other fields of study to participate in the festival, and the limited knowledge that parents have about the Tourism Bachelor's Degree.

In the end, an interesting proposal for a tourism festival was developed, which will benefit not only Tourism students but also students from other disciplines, as well as external visitors, particularly the parents of Tourism students.

**Keywords:** Need, Culture, Students, Surveys, Interviews.

## ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	V
RESUMEN .....	VI
ABSTRACT .....	VII
CAPÍTULO 1.....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Descripción del problema.....	2
1.2 Justificación del problema.....	3
1.3 Objetivos.....	4
1.4 Marco teórico .....	4
1.5 Metodología .....	7
CAPÍTULO 2.....	10
2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.1 Primer objetivo específico .....	10
2.1.1 Grupos Focales .....	11
2.1.2 Entrevistas .....	13
2.1.3 Encuestas.....	15
CAPÍTULO 3.....	23
3. Propuesta .....	23
3.1 Objetivos del Festival (pre-festival) .....	23
3.2 Público objetivo (pre-festival) .....	23
3.3 ¿Cómo medir resultados? (Post festival).....	25
3.4 Stakeholders (pre-festival) .....	26
3.4.1 Equipo.....	26
3.4.2 Patrocinadores .....	34
3.4.3 Proveedores .....	35
3.4.4 Asistentes .....	36
3.5 Análisis Competitivo (pre-festival) .....	39
3.6 DAFO (pre-festival) .....	40
3.7 Propuesta comunicacional (pre-festival).....	40



3.7.1	FOMO .....	40
3.7.2	Crear una historia que promueva el evento .....	41
3.7.3	Diferencia con la competencia .....	41
3.7.4	Difusión.....	42
3.8	Precio de la entrada al festival .....	43
3.9	Temática .....	43
CAPÍTULO 4.....		42
4.	Presupuesto (pre-festival).....	42
CAPÍTULO 5.....		49
5.	Conclusiones y recomendaciones .....	49
5.1	Conclusiones.....	49
5.2	Recomendaciones .....	50
BIBLIOGRAFÍA.....		52
APÉNDICES.....		54
APÉNDICE A .....		54
APÉNDICE B .....		45
APÉNDICE C .....		53
APÉNDICE D.....		59
APÉNDICE E.....		61
APÉNDICE F.....		63
APÉNDICE G.....		65

## **Abreviaturas**

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
FCSH	Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas
FCNM	Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas
FICT	Facultad de Ingeniería en Ciencias de la Tierra
FIMCM	Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar
FIMCP	Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la Producción
FIEC	Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación
FADCOM	Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual
FCV	Facultad de Ciencias de la Vida
OMT	Organización Mundial de Turismo
MINTUR	Ministerio de Turismo
MPI	Meeting Professionals International

# ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Metodología para el diseño del festival .....	7
<b>Figura 2</b> Segmentación por rango de edad .....	16
<b>Figura 3</b> Segmentación por género .....	17
<b>Figura 4</b> Segmentación por facultad.....	18
<b>Figura 5</b> Asistencia al festival .....	19
<b>Figura 6</b> Intención de pago por entrada al festival .....	20
<b>Figura 7</b> Información del festival .....	21
<b>Figura 8</b> Preferencias del festival.....	22
<b>Figura 9</b> Preferencias del festival.....	22
<b>Figura 10</b> Preferencias del festival.....	23
<b>Figura 11</b> Preferencias del festival.....	24
<b>Figura 12</b> Preferencias del festival.....	25
<b>Figura 13</b> Preferencias del festival.....	25
<b>Figura 14</b> Preferencias del festival.....	26
<b>Figura 15</b> Preferencias del festival.....	27
<b>Figura 16</b> Precio estimado de pago por talleres .....	28
<b>Figura 17</b> Preferencia del día de la realización del festival.....	29
<b>Figura 18</b> Preferencia de duración del festival.....	30
<b>Figura 19</b> Preferencia de compañía para asistir al festival .....	31
<b>Figura 20</b> Preferencia de artistas o personalidades.....	32
<b>Figura 21</b> Medios de difusión de información.....	33
<b>Figura 22</b> Resumen de la pregunta de preferencia de actividades .....	34
<b>Figura 23</b> Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia .....	35
<b>Figura 24</b> Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.....	35
<b>Figura 25</b> Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.....	35
<b>Figura 26</b> Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.....	36
<b>Figura 27</b> Estructura de propuesta .....	23
<b>Figura 28</b> Segmentación estudiantes de la ESPOL 17-23 años.....	24
<b>Figura 29</b> Segmentación estudiantes de la ESPOL 17-23 años .....	24
<b>Figura 30</b> Segmentación familiares de los estudiantes de Turismo .....	25
<b>Figura 31</b> Mapa de locación.....	38

# ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Rango de edad de los encuestados .....	16
<b>Tabla 2</b>	Género de los estudiantes encuestados.....	17
<b>Tabla 3</b>	Facultad a la que pertenecen los encuestados .....	17
<b>Tabla 4</b>	Asistencia al festival .....	18
<b>Tabla 5</b>	Intención de pago por entrada al festival .....	19
<b>Tabla 6</b>	Información del festival .....	20
<b>Tabla 7</b>	Preferencias del festival.....	21
<b>Tabla 8</b>	Preferencias del festival.....	22
<b>Tabla 9</b>	Preferencias del festival.....	23
<b>Tabla 10</b>	Preferencias del festival.....	24
<b>Tabla 11</b>	Preferencias del festival.....	24
<b>Tabla 12</b>	Preferencias del festival.....	25
<b>Tabla 13</b>	Preferencias del festival.....	26
<b>Tabla 14</b>	Preferencias del festival.....	27
<b>Tabla 15</b>	Precio estimado de pago por talleres.....	28
<b>Tabla 16</b>	Preferencia del día de realización del festival.....	28
<b>Tabla 17</b>	Preferencia de duración del festival.....	29
<b>Tabla 18</b>	Preferencia de compañía para asistir al festival .....	30
<b>Tabla 19</b>	Preferencia de artistas o personalidades .....	31
<b>Tabla 20</b>	Medios de difusión de información .....	32
<b>Tabla 21</b>	Comisión de logística pre-festival .....	26
<b>Tabla 22</b>	Comisión de logística durante el festival.....	27
<b>Tabla 23</b>	Comisión de logística post festival.....	27
<b>Tabla 24</b>	Comisión de comunicación pre-festival.....	28
<b>Tabla 25</b>	Comisión de comunicación durante el festival.....	29
<b>Tabla 26</b>	Comisión de comunicación post festival .....	29
<b>Tabla 27</b>	Comisión de catering pre-festival.....	30
<b>Tabla 28</b>	Comisión de catering durante el festival .....	30
<b>Tabla 29</b>	Comisión de catering pos festival .....	31
<b>Tabla 30</b>	Comisión financiera pre-festival .....	31
<b>Tabla 31</b>	Comisión financiera durante el festival .....	32
<b>Tabla 32</b>	Comisión financiera post festival.....	32
<b>Tabla 33</b>	Posibles patrocinadores .....	34
<b>Tabla 34</b>	Plan 1 patrocinadores .....	34
<b>Tabla 35</b>	Plan 2 patrocinadores .....	35
<b>Tabla 36</b>	Plan 3 patrocinadores .....	35
<b>Tabla 37</b>	Fórmula capacidad de carga física.....	36
<b>Tabla 38</b>	Cálculo capacidad de carga física .....	36
<b>Tabla 39</b>	Resumen ficha de locación.....	38
<b>Tabla 40</b>	Competidores .....	39
<b>Tabla 41</b>	Análisis DAFO.....	40
<b>Tabla 42</b>	Hoja de ruta.....	44
<b>Tabla 43</b>	Presupuesto para logística.....	42
<b>Tabla 44</b>	Presupuesto para comunicación.....	43

<b>Tabla 45</b> Presupuesto para artistas .....	44
<b>Tabla 46</b> Presupuesto para servicios varios.....	45
<b>Tabla 47</b> Costos .....	45
<b>Tabla 48</b> Escenario 1.....	46
<b>Tabla 49</b> Escenario 2.....	47
<b>Tabla 50</b> Escenario 3.....	47

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

La carrera de Turismo nace con la necesidad de crear profesionales dentro del país en esta área importante para el sector terciario, dentro de la Escuela Superior Politécnica del Litoral fue creada en el año de 1995, llamándose Licenciatura en Turismo dentro de la Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar en el Campus de Las Peñas del centro de la ciudad. Para el año de 1998 por iniciativa de los estudiantes y supervisado por profesores nace la idea de la creación de un festival turístico para dar a conocer a la ciudad lo que era la Carrera en aquella época, tal festival tuvo una larga duración debido a su positiva marca y buena organización siendo su última edición en el 2008.

En aquella época tuvo un gran impacto para la comunidad politécnica por la colaboración de todos los estudiantes, conocer más a fondo la cultura del país en el que se estaban desarrollando profesionalmente, aplicando al festival los conocimientos adquiridos en la carrera, también para la comunidad local, debido a sus exposiciones académicas, gastronómicas y culturales que llamaban mucho la atención de visitantes. A medida que fueron pasando las ediciones fue tomando fuerza la idea del festival turístico y cada vez se iban incorporando nuevas ideas de atractivos que hagan aún más rico el evento.

Como se menciona anteriormente, la última edición del festival se da en el año de 2008, con un poco de los antecedentes y la idea de lo que fue aquel evento, la Carrera de Licenciatura en Turismo de la ESPOL está interesada en este (2023) en que se elabore un diseño inicial de un nuevo y mejorado festival, con toda la problemática y situación actual, que tenga buenas bases y esté bien estructurado para que se vaya desarrollando de forma segura año a año, desde el inicio de su implementación, que se tiene pensado será en el 2024.

## **1.1 Descripción del problema**

Existen varias formas de fomentar el intercambio cultural dentro de la comunidad local, pero una que sin duda genera mucha atención de los visitantes y deja buenas enseñanzas son los festivales. Es por esto por lo que la Carrera de Licenciatura en Turismo de la ESPOL mediante la precursora de todo el proyecto, la Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas Romero Montoya María Elena, requiere el diseño de un festival que esté a la altura de la institución, represente a la facultad, cumpla con las expectativas y tenga buenas bases para desarrollarse dentro de las instalaciones de la universidad en el año del 2024.

La necesidad e importancia del diseño de este festival nace desde el cambio de la Carrera de Turismo a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas y la responsabilidad social que esto conlleva de ayudar a mejorar el conocimiento en el ámbito cultural al Ecuador, sobre todo como ESPOL, a su zona de influencia que es el Litoral ecuatoriano.

Además, otra problemática que se plantea va de la mano con la compleja tarea de diseñar un festival, que se requiere la consideración de muchos aspectos para garantizar que el evento sea exitoso. Estos aspectos tienen que ver directamente con la Carrera y lo que se aprende a lo largo de ella, que por lo general los visitantes desconocen. El diseño y posterior desarrollo del festival se convierte en una oportunidad única de demostrarlo y ponerlo a prueba.

## **1.2 Justificación del problema**

El diseño del festival para la Carrera de Turismo de ESPOL está elaborado para beneficiar a los estudiantes que están cursando la carrera desde el primer nivel hasta el último, estudiantes de otras áreas y familiares, alumnos de otras universidades y colegios, comunidad local en general.

La idea principal del proyecto es que los estudiantes formen parte, se involucren, adquieran y compartan enseñanzas con los visitantes. A lo largo de la Carrera de Turismo se obtienen conocimientos en diferentes áreas, por ejemplo: Congresos y Eventos, Planificación Turística, Investigación de Mercado, Marketing Turístico, entre otras. Todos estos ejes de la Carrera alimentan de manera significativa al estudiante para diseñar un buen festival, de la misma forma es una buena oportunidad para dar a conocer a los visitantes las áreas en las que un estudiante de la carrera puede desempeñarse.

Por otra parte, el diseño de este festival está pensado también en beneficiar a la comunidad ajena a la Carrera, compartiendo con ellos un poco de la cultura ecuatoriana, que se sientan identificados y atraídos mediante diversas actividades que puedan encontrar en el festival.

Es por esto por lo que es importante alcanzar a diseñar un buen evento, que ofrezca a los visitantes experiencias auténticas, enriquecedoras, que también inspiren a los organizadores, en este caso los estudiantes, a crear algo viable, con un enfoque claro, con buenas bases para que sea sostenible con el tiempo, pero sobre todo que sea positivo para la carrera.



## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo General

Diseñar un festival turístico para la Carrera de Turismo de ESPOL, entendiendo los requerimientos del mercado y aspectos económicos necesarios para fomentar el intercambio cultural y crear oportunidades de participación entre estudiantes y actores locales.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Comprender las necesidades y preferencias de los asistentes, usando las herramientas adecuadas de investigación para aumentar el porcentaje de éxito del festival.
- Definir la propuesta del festival basada en los hallazgos de la fase previa de investigación, asegurando que cumpla con el objetivo definido y llegue a la audiencia meta.
- Elaborar un presupuesto del festival, considerando todos los aspectos necesarios para llevar a cabo el proyecto, con el fin de evaluar los medios de financiación.

## 1.4 Marco teórico

Entre los conceptos que se deben tener claros para el diseño de un festival turístico está el de los **eventos**, definiendo estos como “fenómenos que surgen de aquellas ocasiones no rutinarias que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizacionales, separados de la actividad normal de la vida diaria, y cuyo propósito es iluminar, celebrar, entretener o desafiar la experiencia de un grupo de personas” (Shone & Parry, 2004).

Ahora bien, dentro de la clasificación de los eventos se deben mencionar a los eventos culturales, que son los que están relacionados a la investigación que se está llevando a cabo, por lo tanto, son objeto de estudio. Un **evento cultural** promueve y celebra por definición la diversidad, siguiendo este concepto, estos eventos son un lugar ideal donde se puede ver y formar parte de manifestaciones artísticas características de la región. (Devesa, Báez, Figueroa, & Herrero, 2012)

Es así como los eventos culturales se convierten en oportunidades para que tanto estudiantes como artistas locales, artesanos y demás, muestren sus conocimientos, así como también su talento para que personas que acudan a estos festivales puedan experimentar diversos tipos de arte y cultura.

Además, "...la realización de eventos culturales no busca sólo atraer visitantes, sino que también estimula el desarrollo socioeconómico de una región..." (Marujo, 2015).

Por lo expuesto anteriormente se debe entender el concepto de **turismo cultural** que se entiende como "el movimiento de las personas por motivos culturales, de viajes de estudio, festivales, eventos artísticos, sitios, monumentos, naturaleza, arte, folklore o peregrinaciones" (World Tourism Organization (UNWTO), 1985).

Dentro de los tipos generales de eventos se encuentran los **festivales**, en donde el término como tal según Falassi (1987), puede ser definido como una serie de eventos distintos, sagrados y seculares, privados y públicos, que reconocen la tradición e introducen la innovación, con el objetivo de revivir la nostalgia, expresar la existencia de las costumbres populares más antiguas y celebrar la vanguardia altamente especulativa y experimental de las bellas artes (Falassi, 1987, pág. 1).

Por su parte Getz (1997) de una manera más simple dice que "un festival es una celebración pública temática." Este también cuenta que "el objeto de la celebración, que puede llamarse tema, a menudo se reconoce explícitamente en el nombre" como en el caso de esta investigación Festival Turístico. (Getz, 1997)

Una vez analizado la definición de festival se puede entender el fuerte vínculo con el turismo, debido a que estos pueden ser un factor importante para visitar un lugar y aprovechar para conocer nuevas culturas y tradiciones, también "generan visibilidad mediática para el lugar donde se celebran" (Barlés et al., 2012). Así como también "sirven de catalizador para la renovación urbana, para aumentar la infraestructura y la capacidad turística del destino, fomentar una imagen positiva y contribuir al marketing general del lugar" (Getz, 2008).

De esta manera, últimamente estos eventos han jugado un papel fundamental dentro de la industria turística y cada vez se vuelven más comunes, debido a su efectiva forma de atraer visitantes, promover un destino e impulsar la cultura de la región. Es así como “el turismo de eventos puede llegar a ser una de las actividades económicas más importantes del mundo globalizado” (Balduino et al., 2011).

En cuanto al impacto económico de los festivales Herrero (2012) explica que “atraen a espectadores locales y visitantes que gastan su renta en las actividades culturales, así como en otros bienes y servicios relacionados, lo que a su vez provoca efectos de arrastre sobre el resto de la economía” (Herrero et al., 2012).

Por su parte, Dias & Pimenta explica que:

Entre los beneficios económicos destacan la generación de divisas, en la medida en que aumentan el número de visitantes a una localidad; la atracción de turistas de negocios y que estos tienden a gastar más que otros tipos de turistas; el aumento de empleos directos e indirectos; la generación de inversiones y beneficios económicos para las empresas organizadoras, los patrocinadores, el comercio local y los hoteles. (2005, pp 730-748)

Por todo lo expuesto anteriormente se puede decir que los festivales son muy importantes para un destino y cada vez más, aportando en términos económicos, culturales y sociales. En la mitad de todo esto está el turismo, que se complementa muy bien con los festivales.

A propósito de **turismo**, la OMT (1994) dice que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994)

Por último, otra definición de turismo en donde el MINTUR (2002) estipula que el turismo “es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia

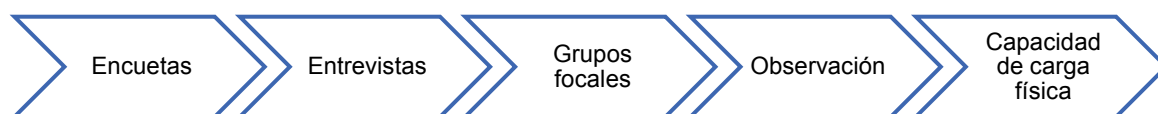
lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Mintur, 2002).

## 1.5 Metodología

A continuación, se detallan las metodologías que se llevarán a cabo a lo largo del diseño del festival, con el fin de cumplir con la ejecución de los objetivos específicos planteados anteriormente. Para alcanzar estos objetivos se deben emplear herramientas de investigación adecuadas, de esta manera se obtienen los resultados positivos que se esperan.

### Figura 1

*Metodología para el diseño del festival.*



En la figura se pueden observar las herramientas que se han considerado para el diseño del festival.

Para el **primer objetivo** específico que es comprender las necesidades y preferencias de los asistentes, usando las herramientas adecuadas de investigación para aumentar el porcentaje de éxito del festival, se empleará la metodología de investigación cuantitativa que Fernández y Baptista la definen como una que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al., 2014).

Una de las técnicas más usadas de esta metodología son las encuestas, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz (Anguita et al., 2003). En lo que respecta al

primer objetivo, esta herramienta permitirá obtener información de suma importancia sobre las percepciones del público objetivo o visitantes, siendo esencial para cumplir con las expectativas del festival a organizarse. Además, ayudaría a analizar e identificar aspectos de gestión y planificación importantes que puedan mejorarse antes del desarrollo del diseño.

Otro tipo de investigación a utilizar dentro de este objetivo será el cualitativo, por su parte este método “proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad” (Hernández et al., 2014).

De la misma forma, dentro de este tipo de investigación están las entrevistas que se definen “como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Baptista et al., 2014).

Las entrevistas resultan importantes para el diseño del festival, ya que ayuda a comprender las preferencias de las personas de una manera un poco más detallada y personalizada, pueden responder a preguntas específicas que suelen pasar desapercibidas en las encuestas. además, las entrevistas permiten una interacción directa con el entrevistado, siendo esta una ventaja positiva a la hora de obtener información, ya que se puede hacer más énfasis en ciertas preguntas y da cabida a desviarse un poco del tema principal.

También, se desarrollarán grupos focales, Bonilla y Escobar lo definen como “una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador” (Escobar & Bonilla-Jimenez, 2017).

Los grupos focales permitirán tener una visión compartida acerca de las expectativas del público, en ellos podrán compartir experiencias con festivales previos y presentar ideas en base a la temática generada.

En lo que corresponde al **segundo objetivo** específico que básicamente es definir la propuesta del festival, se hará uso del método de observación y se aplicarán herramientas como

ficha de locación para eventos. En lo que concierne a la propuesta, se usará una estructura basada en el “Meeting Professionals International” que es la asociación industrial de planificación de reuniones y eventos más grande del mundo (MPI, 1972).

Por último, en el **tercer objetivo** que se trata de elaborar un presupuesto para el festival, se plantea la elaboración de una estimación de costos fijos y variables coligados a lo necesario para llevar a cabo el festival, ‘por ejemplo: personal, materiales, infraestructura, publicidad, entre otros. Para esto es necesario investigar el valor de cada uno de los elementos necesarios, para tener un aproximado de los gastos asociados.

# CAPÍTULO 2

## 2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Para empezar, se plantea el primer objetivo específico del proyecto, para el cual se van a implementar las herramientas antes mencionadas con el fin de obtener los resultados que se requieren.

### 2.1 Primer objetivo específico

- Comprender las necesidades y preferencias de los asistentes, usando las herramientas adecuadas de investigación para aumentar el porcentaje de éxito del festival.

#### **Público objetivo**

Para continuar con el objetivo específico primero es importante especificar el público objetivo, los posibles asistentes al festival, para saber a quién aplicar las herramientas de investigación. En su primera edición por preferencia del cliente va a ser dirigido hacia los estudiantes de la ESPOL y padres de familia de los futuros profesionales de turismo, el cual va a ser segmentado de la siguiente manera:

- **Estudiantes de la ESPOL.**

**Demográfica:** Mayor a 17 años y no mayor de 40 años.

Todas las etnias.

Todos los géneros.

Cualquier estado civil.

**Geográfico:** De todas las ciudades del Ecuador, específicamente de la ESPOL.

**Conductual:** Que se sientan identificados, quieran formar parte del festival y que estén interesados por el turismo.

- **Padres de familia de los estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Turismo de la ESPOL.**

**Demográfica:** No mayor de 80 años

Todas las etnias.

Todos los géneros.

Cualquier estado civil.

**Geográfico:** De todas las ciudades del Ecuador.

**Conductual:** Que estén interesados en lo que estudian sus hijos y conocer un poco más del turismo en el país.

### **2.1.1 Grupos Focales**

Se realizaron dos grupos focales de manera virtual mediante la aplicación de Teams, el primero fue llevado a cabo el 23 de junio de 2023 con estudiantes que están cursando la Carrera de Licenciatura en Turismo en la ESPOL y el segundo se lo realizó el 3 de julio de 2023 con estudiantes de las demás Carreras de la universidad.

En el **primer grupo focal** participaron estudiantes del nivel 300 y 400 de la Carrera de Licenciatura en Turismo, con el objetivo de obtener información acerca de sus expectativas del festival como parte de la Carrera. Se conversó sobre lo que motiva a las personas a visitar festivales turísticos, se comentaba que era una oportunidad de conocer los atractivos de la zona, la comida local y las tradiciones.

También se habló sobre las actividades que debería tener un festival turístico realizado por estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Turismo de la ESPOL, comentando que sería bueno la exhibición de proyectos realizados por los estudiantes a lo largo de la carrera que muchas veces quedan solo en proyectos y no se dan a conocer a los demás, agregaban la importancia de resaltar la cultura, la gastronomía y la música tradicional de la provincia, así como realizar talleres relacionados con la guía turística y la gastronomía y que se lleven a cabo por



estudiantes de la Carrera, agregando que pagarían por esto si de por medio hay algún recuerdo del taller, como una foto o artesanía.

Además, se sugirió temáticas para el festival relacionados con los tipos de turismo, por ejemplo: turismo de naturaleza, cultural, sol y playa, etc. Destacando ciertos destinos a nivel nacional que sean representativos para el país y para el tipo de turismo.

Se planteó la interrogante acerca de reforzar ciertos conocimientos adquiridos durante la Carrera, a lo cual comentaron que, en temas de Desarrollo de Turismo Sostenible y Guía Turística, no se pudieron realizar prácticas para reforzar conocimientos.

En cuanto a las presentaciones artísticas, hubo opiniones mixtas. Algunos estudiantes consideraron que deberían ser realizadas por los propios alumnos para fortalecer su formación y experiencia, mientras que otros mencionaron la posibilidad de contratar profesionales, pero todos concordaban en que en su primera edición se debería llevar a cabo por estudiantes.

En relación con la oferta de comidas y bebidas, se mencionó la importancia de ofrecer comida local y tradicional, así como la participación de los estudiantes en la preparación de alimentos. También se mencionó la posibilidad de incluir puestos de comida vegetariana y opciones para dietas especiales con ingredientes propios del lugar.

Por último, se habló sobre la importancia de dar a conocer la Carrera de Turismo a los visitantes del festival. Se sugirió realizar exposiciones, mostrar videos y destacar la diversidad de opciones profesionales dentro de la Carrera, además insistieron en que los profesores de la Carrera formen parte de todas las actividades para fortalecer el festival.

**En el segundo grupo focal** participaron estudiantes de las Carreras de Auditoría, Administración, Economía y Mecánica, con el objetivo de conocer que esperan los estudiantes de otras Carreras del festival Turístico. Se conversó acerca de qué los motiva a visitar un festival turístico de la ESPOL, mencionaban el interés por conocer la cultura ecuatoriana, gente y tener distintas experiencias gratas en torno al turismo. Además, se señaló la importancia de la gastronomía y los destinos turísticos como cosas importantes dentro de un festival.

También se señaló la importancia ofrecer exposiciones artísticas que representen la cultura local. Expresaron su preferencia por presentaciones que sean llevadas a cabo por estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Turismo o por personas autóctonas de la zona, para que sea de manera más natural y auténtica.

Por otro lado, mencionando las actividades que quisieran encontrar en el festival, mostraron cierto interés en talleres, concursos y participación en ellos, así como la representación de datos importantes acerca del turismo basado en estadísticas. Otro dato importante fue que expresaron disposición a pagar por los talleres dependiendo de la temática y el conocimiento de la gente que llevaba a cargo los talleres.

Además, se tocó el tema de la promoción del festival dentro de la ESPOL, recomendaban utilizar redes sociales, cuentas oficiales de la universidad, afiches en espacios de alto tránsito de los estudiantes y colaboraciones con las federaciones de cada facultad. También mencionaron algo muy importante que es la idea de involucrar a estudiantes de otras Carreras como voluntarios.

**Lo más destacado durante este grupo focal** fue la última idea, la de involucrar a estudiantes de otras carreras como voluntarios en el festival turístico, que se les provea un stand temático en donde puedan demostrar sus capacidades y experiencias, promoviendo un ambiente de cooperación entre estudiantes de distintas Carreras. Esto permite mostrar la **multidisciplinariedad del turismo**, de esta forma permite a la Licenciatura en Turismo posicionarse como algo importante para las demás Carreras.

### **2.1.2 Entrevistas**

Las entrevistas se llevaron a cabo con familiares de los estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Turismo de la ESPOL, con el objetivo de obtener información acerca de lo que esperan ver en el festival turístico y que esperan que su representado demuestre dentro del

festival. Se realizaron entrevistas a diferentes familiares con los resultados que se mencionaran a continuación:

Entre los puntos más importantes de las entrevistas, los familiares de los alumnos, en su mayoría comentan su interés y necesidad de ver un festival turístico donde se puedan exhibir lugares representativos, además, como dato importante el señor Pedro Delgado expresaba que le “gustaría que se presentaran lugares poco conocidos del Ecuador, pero con potencial turístico”. También mencionan que les gustaría obtener información sobre la historia y platos típicos de cada lugar, destacando la importancia de la gastronomía local.

Expresaron su deseo de presenciar manifestaciones culturales como música, coreografías, artesanías, gastronomía, de esta manera mejorar su poco conocimiento sobre el turismo en el país.

También sugieren que la temática del festival sea llevada por provincias, lo que le permitiría conocer cada una de manera más detallada.

Por otro lado, en lo que concierne a su conocimiento acerca de cómo su representado podría aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera en un festival turístico, en su mayoría indicaban que no tienen una idea clara al respecto, pero le gustaría ver una simulación para conocer la capacidad y lo aprendido por los estudiantes. Tal y como lo señala la Señora Yomahira Lara en donde comenta lo siguiente “verdaderamente no tenía idea como pueda estar relacionado el festival con lo que estudia su hijo”.

Además, la Señora Albany Fajardo comentaba que “desconoce en qué podría trabajar su hija en el futuro” cuando se le preguntó acerca de su conocimiento de lo que puede hacer un profesional de turismo en el ámbito profesional.

Finalmente, entre algunas preguntas o recomendaciones para los organizadores del festival, se plantearon pocas inquietudes específicas y mucha incertidumbre acerca de la Carrera de Turismo, pero esperan que en el festival se profundicen temas relacionados con el turismo en cada provincia, culturas, comidas típicas y que se los haga sentir identificados.

En resumen, los aspectos más importantes a resaltar de las entrevistas es el hecho de que los familiares de los estudiantes conocen poco de lo que sus representados pueden hacer profesionalmente y el festival se vuelve el escenario ideal para mejorar esta situación. También es una oportunidad para que conozcan más de la cultura ecuatoriana.

### **2.1.3 Encuestas**

#### **Población**

Se ha tomado como población a los estudiantes matriculados en el 2023-1 de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, para lo cual se consultó a la Analista Estadística Académica de la ESPOLE Teresita Solano, indicando que se encuentran un total de **8134** estudiantes.

#### **Muestra**

$$\frac{1.96^2 * 8134 * 0.5 * 0.5}{0.06^2(8134 - 1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = 258.3366491$$

Una vez se conoce la población, se calcula la muestra, dando un total de 258 encuestas a realizar para el fin de la investigación.

#### **2.1.3.1 Resultados de las encuestas**

Para obtener información acerca de las preferencias de los visitantes se realizaron encuestas a los estudiantes de la ESPOLE, estas encuestas se llevaron a cabo el viernes 14 de julio hasta el miércoles 19 de julio de manera virtual mediante la aplicación de Forms, con un total de 13 preguntas basadas en la investigación primaria previa.

#### **Edad**

##### **1. ¿Cuál es su rango de edad?**

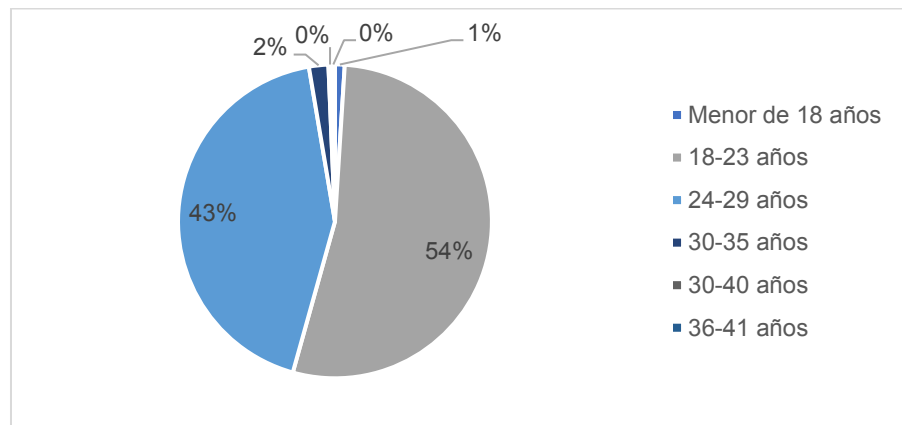
**Tabla 1**

*Rango de edad de los encuestados*

Rango de edad	Número de encuestados
Menor de 18 años	3
18-23 años	160
24-29 años	129
30-35 años	6
30-40 años	1
36-41 años	1
Total	300

**Figura 2**

*Segmentación por rango de edad*



Mediante esta figura se puede determinar que una muy pequeña parte de la muestra corresponde a estudiantes menores de 18 años y mayores a 30 años. Por lo contrario, la mayoría de la muestra la representan estudiantes de 18 a 23 años con el 54% de encuestados. Otro grupo importante de la muestra corresponde a los estudiantes de 24 a 29 años con un 43% de encuestados.

### **Género de encuestados**

#### **2. ¿Cuál es su género?**

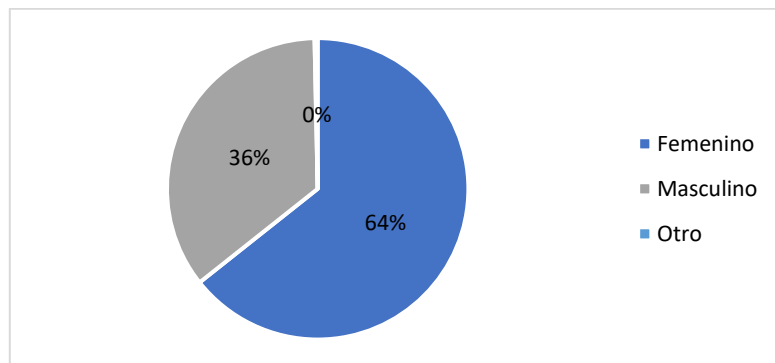
**Tabla 2**

*Género de los estudiantes encuestados*

Género	Número de encuestados
Masculino	193
Femenino	106
Otros	1
Total	300

**Figura 3**

*Segmentación por género*



En esta figura se puede observar que del número total de encuestados en su mayoría fueron mujeres con un 64% con respecto a los hombres con un 36%, también una persona que no se identifica con la categoría masculino ni femenino, sino con la de "otro".

### **Facultad de encuestados**

#### **3. ¿A qué facultad de la ESPOL pertenece?**

**Tabla 3**

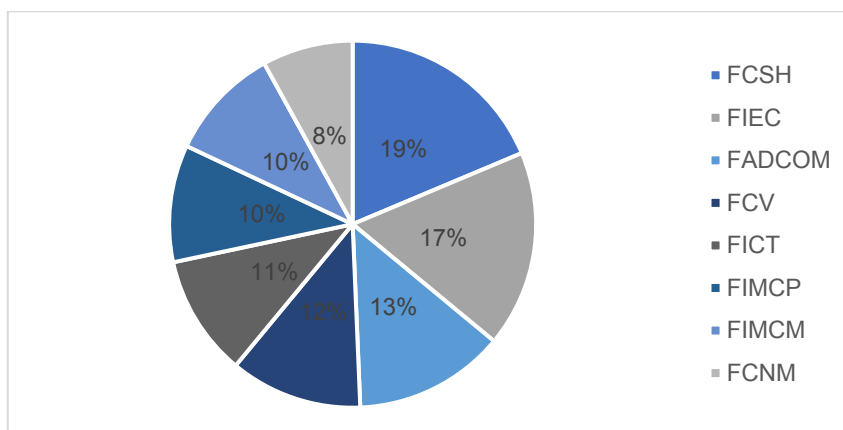
*Facultad a la que pertenecen los encuestados*

Facultad	Número de encuestados
FCSH	56
FIEC	52

FADCOM	40
FCV	35
FICT	32
FIMCP	31
FIMCM	30
FCNM	24
<hr/>	
Total	300

**Figura 4**

*Segmentación por facultad*



Con respecto a la figura 4, se puede observar a cuantos estudiantes de cada facultad han realizado la encuesta. Siendo el mayor número de encuestados los de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas y los de la Facultad de ingeniería en Electricidad y Computación con un 19 y 17% respectivamente de la muestra total. En su minoría aparecen estudiantes de la Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas con solo el 8%.

#### **Intención de asistir al festival**

#### **4. ¿Le gustaría asistir a un festival turístico organizado por estudiantes de Licenciatura en Turismo de la ESPOL?**

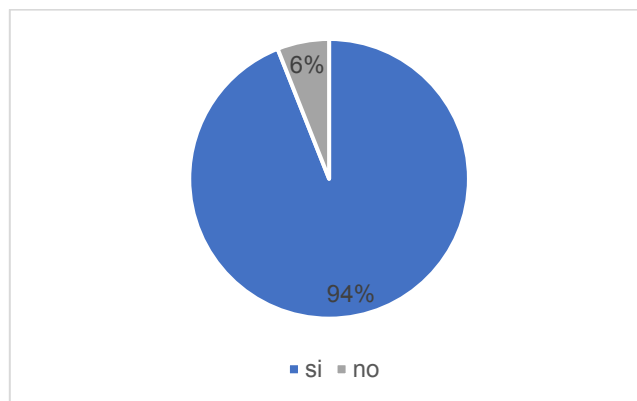
**Tabla 4**

*Asistencia al festival*

Les gustaría asistir al festival	Número de encuestados
Si	282
No	18
Total	300

**Figura 5**

*Asistencia al festival*



En esta figura se puede apreciar la intención del 94% de los encuestados de asistir al Festival Turístico, mientras que el otro 6% que corresponde a 18 personas no están interesados en asistir por temas diversos como: dinero, falta de interés en el ámbito turístico o tiempo. De esta manera quedan 282 encuestados para los análisis posteriores.

**Intención de pago**

**5. Considerando que la entrada al festival incluirá un plato fuerte y una bebida, ¿cuál sería el precio que estaría dispuesto/a a pagar por dicha entrada?**

**Tabla 5**

*Intención de pago por entrada al festival*

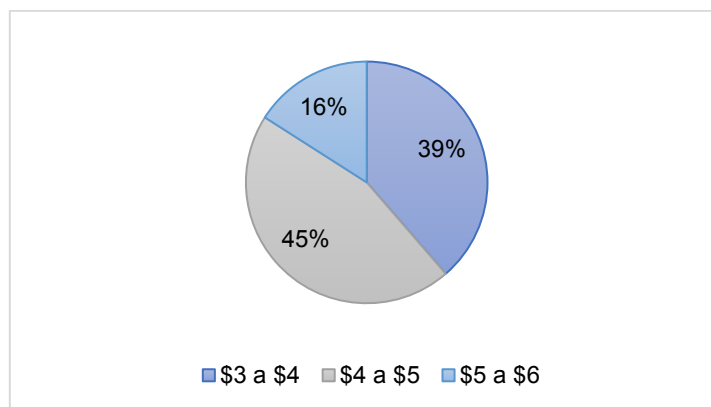
Rango de pago por entrada	Estudiantes
\$3 a \$4	109
\$4 a \$5	128



\$5 a 6	45
Total	282

**Figura 6**

*Intención de pago por entrada al festival*



Se puede intuir de la figura 6 que la mayoría de los encuestados (45%) estarían dispuestos a pagar entre \$4 y \$5, el 39% tendrían la intención de pagar entre \$3 y \$4 y solo el 16% entre \$5 y \$6 por la entrada al festival con un plato fuerte y bebida incluida dentro del precio.

### Información

#### 6. ¿Qué información esperaría encontrar en el festival turístico?

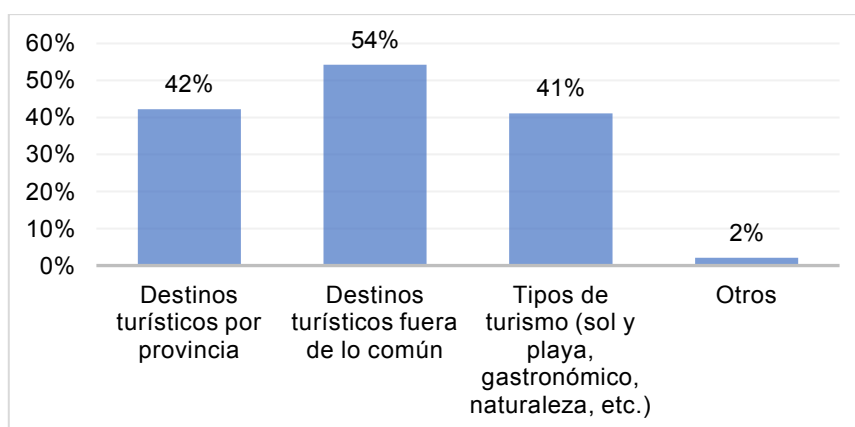
**Tabla 6**

*Información del festival*

Opciones de tipo de información	Número de respuestas
Destinos turísticos por provincial	119
Destinos turísticos fuera de lo común	153
Tipos de turismo (sol y playa, gastronómico, naturaleza, etc.)	116
Otros	6
Total encuestados	282
Total respuestas	394

**Figura 7**

*Información del festival*



En esta pregunta que se hizo a los encuestados, tenían la posibilidad de seleccionar varias opciones de información deseada dentro del Festival, dentro de lo más esperado están los destinos turísticos fuera de lo común con un 54% de los encuestados, el 42% también le gustaría información acerca de destinos turísticos por provincias del Ecuador, el 41% espera recibir información por tipos de turismo, mientras que solo el 2% eligieron la opción de “otros”, en los que añadían temas relacionados a formas de viajar económicamente, actividades y deportes extremos en los destinos turísticos e información acerca de la Amazonía ecuatoriana.

### **Preferencias del festival**

**7. Por favor, indique su nivel de preferencia con respecto a las siguientes actividades que podrían estar presentes en un festival turístico. Utilice la escala del 1 al 5, donde 1 representa la opción más baja en preferencia y 5 representa la opción más alta en preferencia. Si no está interesado/a en una actividad en particular, puede seleccionar “No Aplica”.**

**Tabla 7**

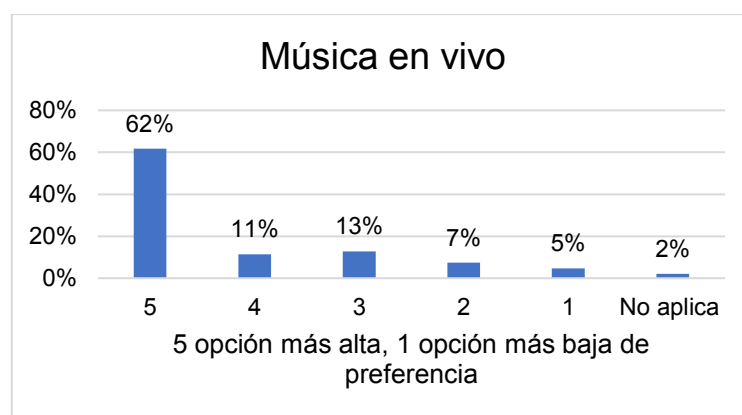
*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	174
4	32

3	36
2	21
1	13
No aplica	6
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 8**

*Preferencias del festival*



*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia.

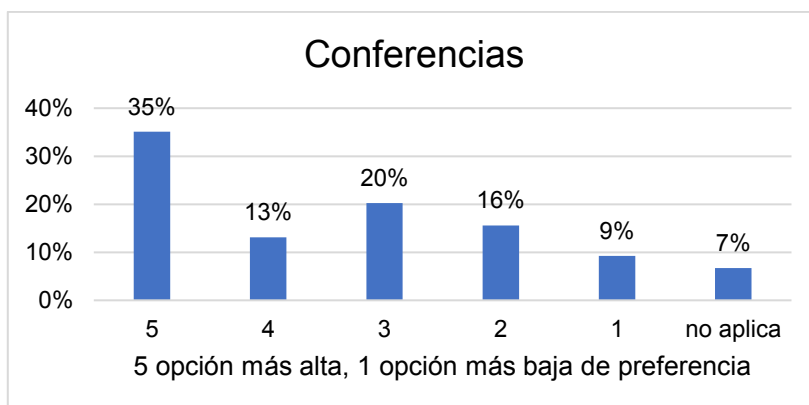
**Tabla 8**

*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	99
4	37
3	57
2	44
1	26
No aplica	19
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 9**

*Preferencias del festival*



*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia.

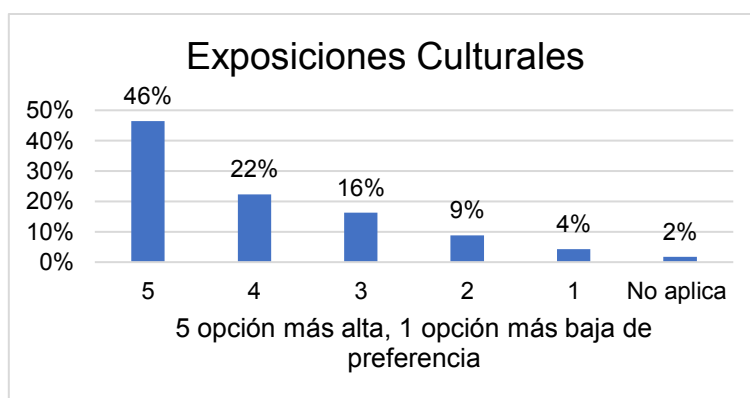
**Tabla 9**

*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	131
4	63
3	46
2	25
1	12
No aplica	5
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 10**

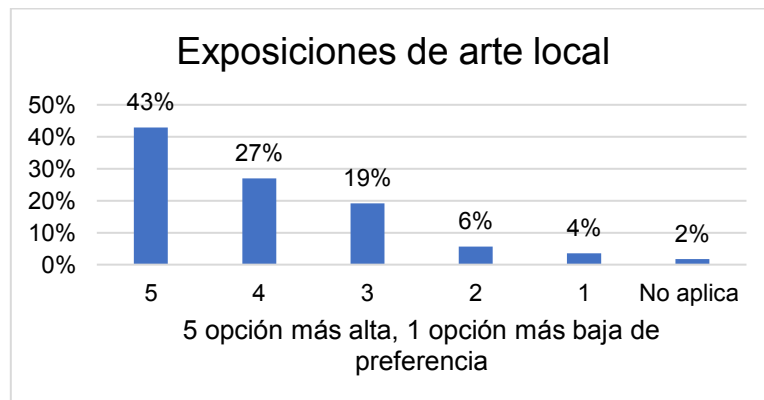
*Preferencias del festival*



*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia.

**Tabla 10***Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	121
4	76
3	54
2	16
1	10
No aplica	5
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 11***Preferencias del festival*

*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia.

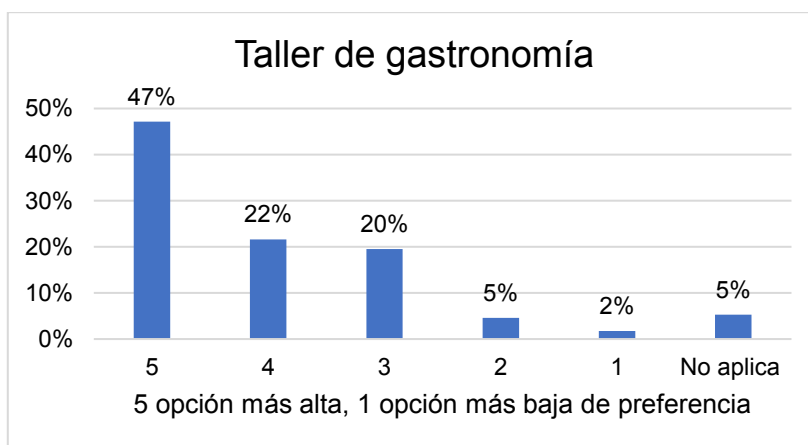
**Tabla 11***Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	133
4	61
3	55
2	13
1	5

No aplica	15
Total encuestados	282

**Figura 12**

*Preferencias del festival*



*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia.

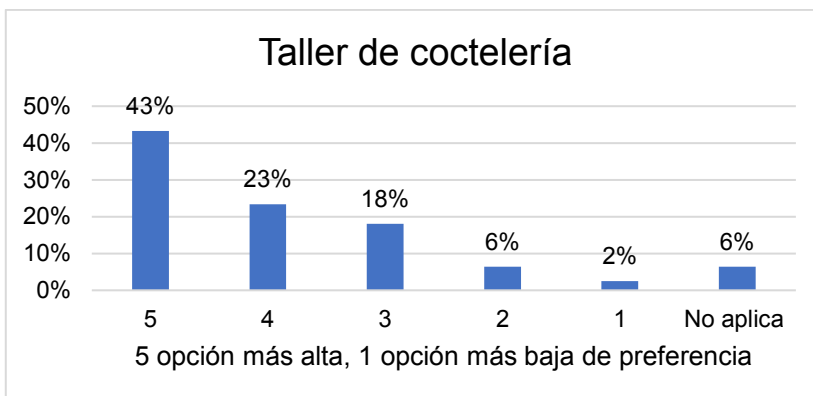
**Tabla 12**

*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	122
4	66
3	51
2	18
1	7
No aplica	18
Total encuestados	282

**Figura 13**

*Preferencias del festival*



Nota. La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia

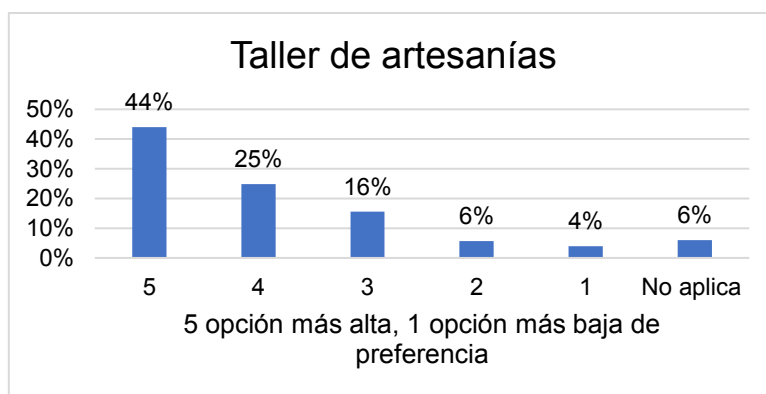
**Tabla 13**

*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	124
4	70
3	44
2	16
1	11
No aplica	17
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 14**

*Preferencias del festival*



Nota. La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia

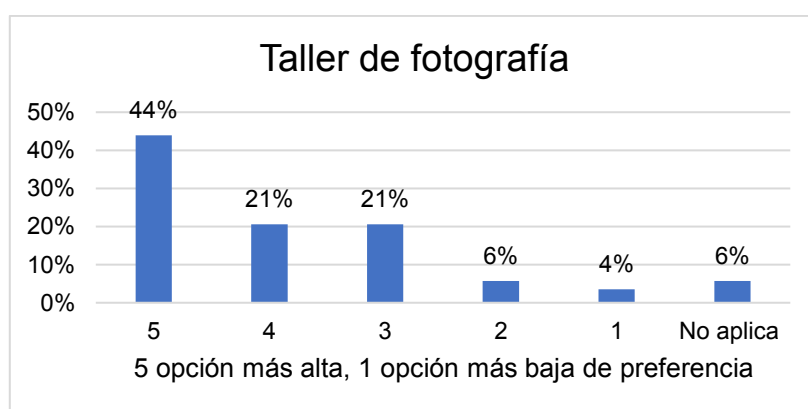
**Tabla 14**

*Preferencias del festival*

Nivel de preferencia	Número de respuestas
5	124
4	58
3	58
2	16
1	10
No aplica	16
Total encuestados	282

**Figura 15**

*Preferencias del festival*



*Nota.* La figura muestra el número de encuestados que eligieron las opciones de preferencia

Al analizar todas las figuras anteriores, se puede observar claramente cada nivel de preferencia de los estudiantes con respecto a cada actividad sugerida en las encuestas.

### **Precio estimado de pago por talleres**

- 8. ¿Qué precio estimado estaría dispuesto a pagar por persona por los talleres mencionados en las opciones de la pregunta anterior?**



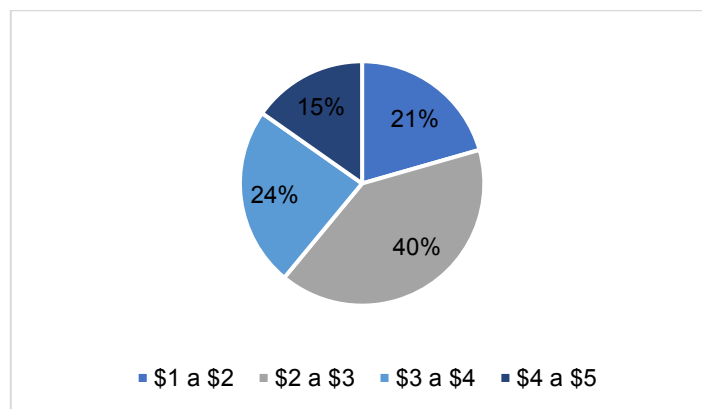
**Tabla 15**

*Precio estimado de pago por talleres*

Rango de precios	Número de respuestas
\$1 a \$2	58
\$2 a \$3	114
\$3 a \$4	67
\$4 a \$5	43
Total encuestados	282

**Figura 16**

*Precio estimado de pago por talleres*



En esta figura se puede observar como la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$2 a \$3 por talleres que se pueden llevar a cabo en el festival como: taller de gastronomía, coctelería, artesanía y fotografía. Con solo el 15% de personas dispuestas a pagar entre \$4 y \$5 es la opción menos atractiva para los encuestados.

### **Día del festival**

#### **9. ¿Qué día de la semana le gustaría que se llevara a cabo el festival?**

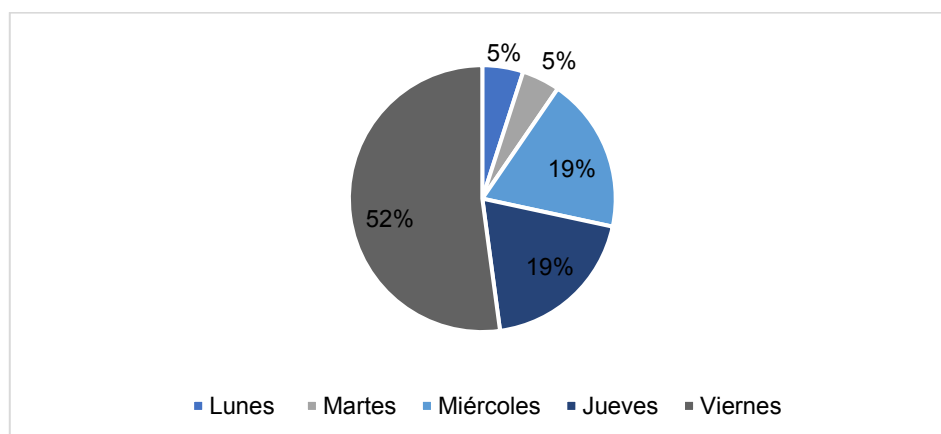
**Tabla 16**

*Preferencia del día de la realización del festival*

Días	Número de respuestas
Lunes	14
Martes	13
Miércoles	53
Jueves	55
Viernes	147
<b>Total encuestados</b>	<b>282</b>

**Figura 17**

*Preferencia del día de la realización del festival*



En lo que corresponde al mejor día de la semana según los encuestados para la realización del festival, la mayoría prefiere el viernes con un 52%, solo el 5% prefiere el lunes o martes y el 19% miércoles y jueves.

### **Duración del festival**

#### **10. ¿Qué duración preferiría que tenga el festival turístico?**

**Tabla 17**

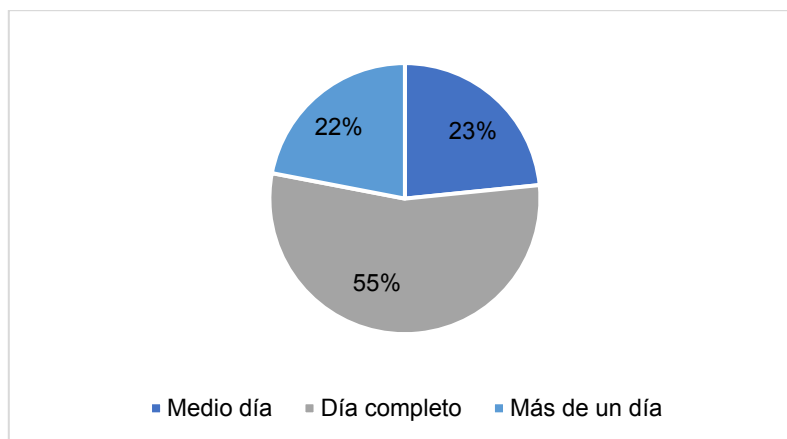
*Preferencia de duración del festival*

Duración	Número de respuestas
Medio día	66
Día completo	154

Más de un día	62
Total encuestados	282

**Figura 18**

*Preferencia de duración del festival*



En la figura 18, se puede observar que más de la mitad de los encuestados, es decir, el 55% prefiere que el Festival Turístico tenga una duración de un día completo, el 22% prefiere medio día y el 23% de los estudiantes encuestados prefiere más de un día de festival.

### **Compañía para el festival**

#### **11. ¿Con quién le gustaría asistir al festival?**

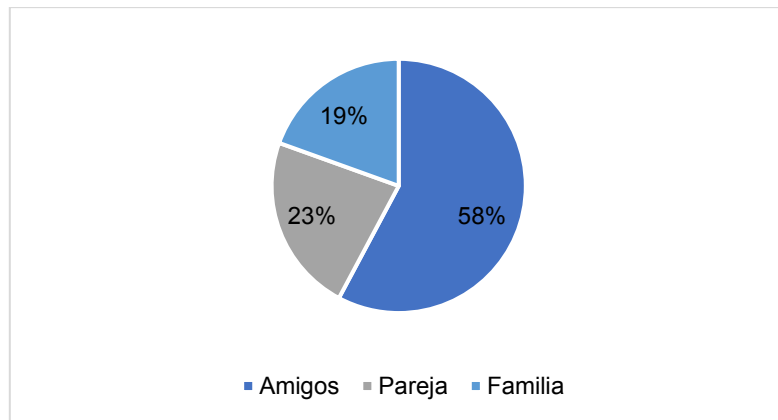
**Tabla 18**

*Preferencia de compañía para asistir al festival*

Compañía	Número de respuestas
Amigos	163
Pareja	64
Familiares	55
Total encuestados	282

**Figura 19**

*Preferencia de compañía para asistir al festival*



Por otra parte, también se consultó mediante la encuesta la preferencia de los estudiantes como compañía para asistir al festival, el 58% prefiere ir con amigos, el 23% con su pareja, mientras que solo el 19% optaría por ir acompañados de sus familiares.

### **Artistas o personalidades reconocidas**

#### **12. ¿Qué artistas o personalidades reconocidas locales influenciarían en su decisión de asistir al festival? (puede seleccionar más de una)**

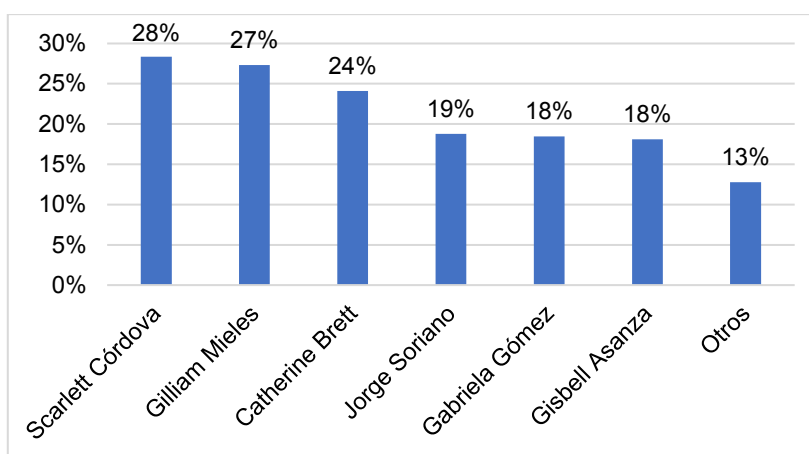
**Tabla 19**

*Preferencia de artistas o personalidades*

Artistas o personalidades	Número de respuestas
Scarlett Córdova	80
Gilliam Mieles	77
Catherine Brett	68
Jorge Soriano	53
Gabriela Gómez	52
Gisbell Asanza	51
Otros	36
Total encuestados	282
Total respuestas	417

**Figura 20**

*Preferencia de artistas o personalidades*



Con el fin de motivar a los estudiantes a visitar el festival, se seleccionaron algunas personalidades reconocidas locales que puedan influenciar en ellos a asistir, dando como resultado todos están por debajo del 28%, entre las personalidades favoritas están Scarlett Córdova con 28% y Gilliam Mieles con un 27%.

Hay un 13% que corresponde a la categoría “otros” en los que podían sugerir otros nombres, entre los que surgieron están los de Felipe Crespo, Dayana Peralta, Farly Espinoza, Andrés Crespo, Alex Vizúete, Mirella Cesa, Diego Chiang, entre otros. También señalaban invitar a autoridades que hayan representado o destacado en el turismo.

### **Medios de información de preferencia**

**13. ¿Qué medios de comunicación o canales preferiría para obtener información sobre el festival turístico? (puede seleccionar más de una)**

**Tabla 20**

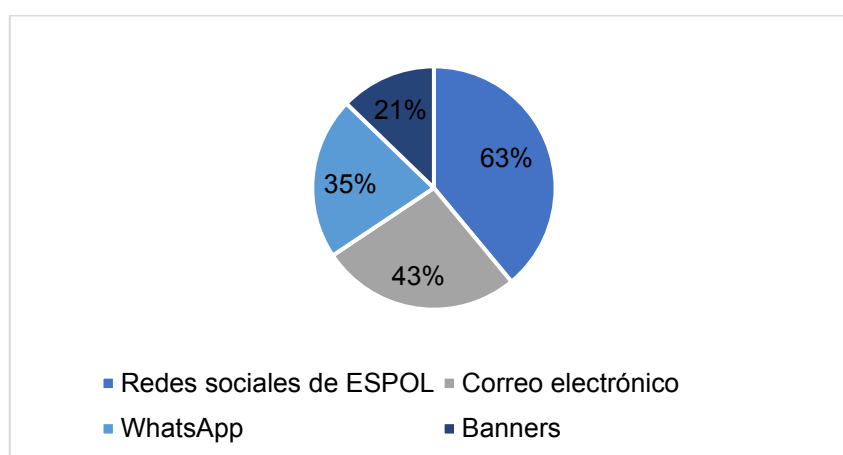
*Medios de difusión de información*

Medios	Número de respuestas
Redes sociales de ESPOL	177
Correo electrónico	121

WhatsApp	98
Banners	58
<hr/>	
Total encuestados	282
Total respuestas	454

**Figura 21**

*Medios de difusión de información*



Por último, se consultó el medio de preferencia para obtener información según los estudiantes, dando como resultado que el 63% prefiere recibir información acerca del Festival Turístico por medio de las redes sociales de la ESPOL, el 43% eligió el correo electrónico, otro 35% WhatsApp y finalmente el 21% le gustaría ver promoción del festival mediante Banners.

#### **2.1.4.1 Análisis generales de los resultados de las encuestas**

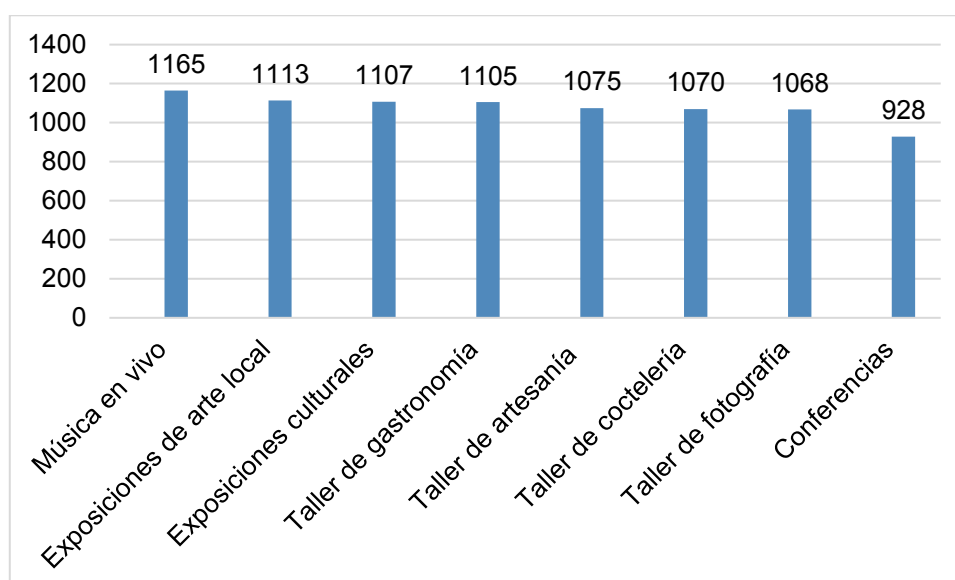
Una vez analizados todos los resultados de las encuestas, se realizó un análisis cruzado de todas las variables que se presentaron con el fin de encontrar datos importantes y relevantes, entre ellos se encontró, que los que tienen intención de pagar un precio más alto por la entrada al festival, aunque en un porcentaje pequeño, con respecto a todos los encuestados, son los de la facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, por lo contrario, los que menos cantidad están

dispuestos a pagar por la entrada al festival son los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Vida.

También se pudo observar que entre los encuestados que están dispuestos a pagar entre \$4 y \$5 por la entrada al festival, la mayoría son los del rango de edad entre 24 y 29 años con un 49% de los encuestados.

**Figura 22**

*Resumen de la pregunta de preferencia de actividades*



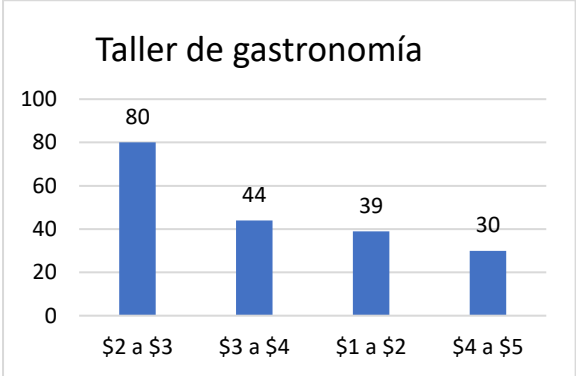
Por otra parte, se procedió a realizar una valoración de los de los criterios seleccionados por los encuestados con respecto a la pregunta 7, asignándole cero puntos a los que no están interesados o los que respondieron “no aplica”, un punto a los que le dieron menos importancia y así hasta 5 puntos a los que le dieron más importancia en las actividades expuestas en la encuesta. De esta manera se puede observar claramente en la figura 22 que la actividad favorita o con mayor puntuación de preferencia fue la de música en vivo, seguida muy cerca de las exposiciones de arte local, hasta la menos favorita que en este caso son las conferencias.

Siguiendo con el análisis de variables, la facultad que menos pagaría por los talleres que se puedan llevar a cabo en el festival es la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual y los que más pagaría en este caso por los talleres son los de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.

A continuación, se presentan varias figuras en las que se puede observar la intención de pago de los estudiantes por los talleres que colocaron entre 4 y 5 puntos de preferencia, de esta manera se puede concluir que el precio sugerido para los talleres va entre \$2 a \$3.

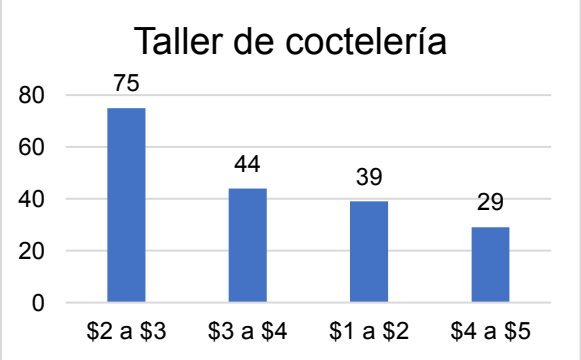
**Figura 23**

*Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.*



**Figura 24**

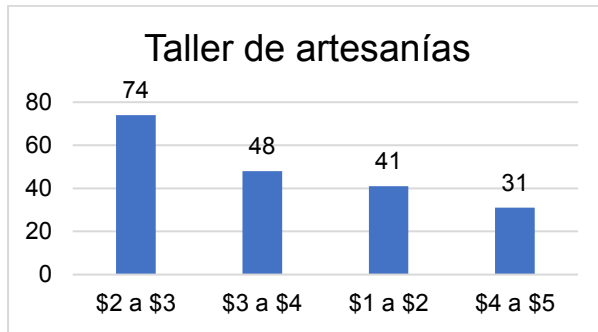
*Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.*



**Figura 25**

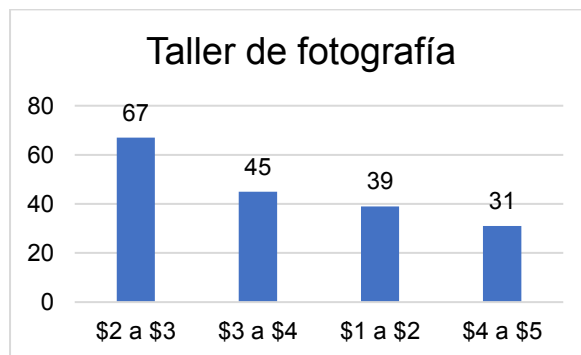
*Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.*





**Figura 26**

*Intención de pago por los que seleccionaron 4 y 5 puntos de preferencia.*



Por último, otro dato curioso que se pudo obtener del análisis de las variables es que de las personas que eligieron asistir con su familia al festival, el 91% son del género femenino.

# CAPÍTULO 3

## 3. Propuesta

En este capítulo se definirá la propuesta para el festival, analizando todos los datos recopilados en el capítulo anterior y basado en una estructura sugerida por el “Meeting Professionals International”, que consta en 3 etapas, pre-festival, durante el festival y post festival.

**Figura 27**

*Estructura de propuesta*



### 3.1 Objetivos del Festival (pre-festival)

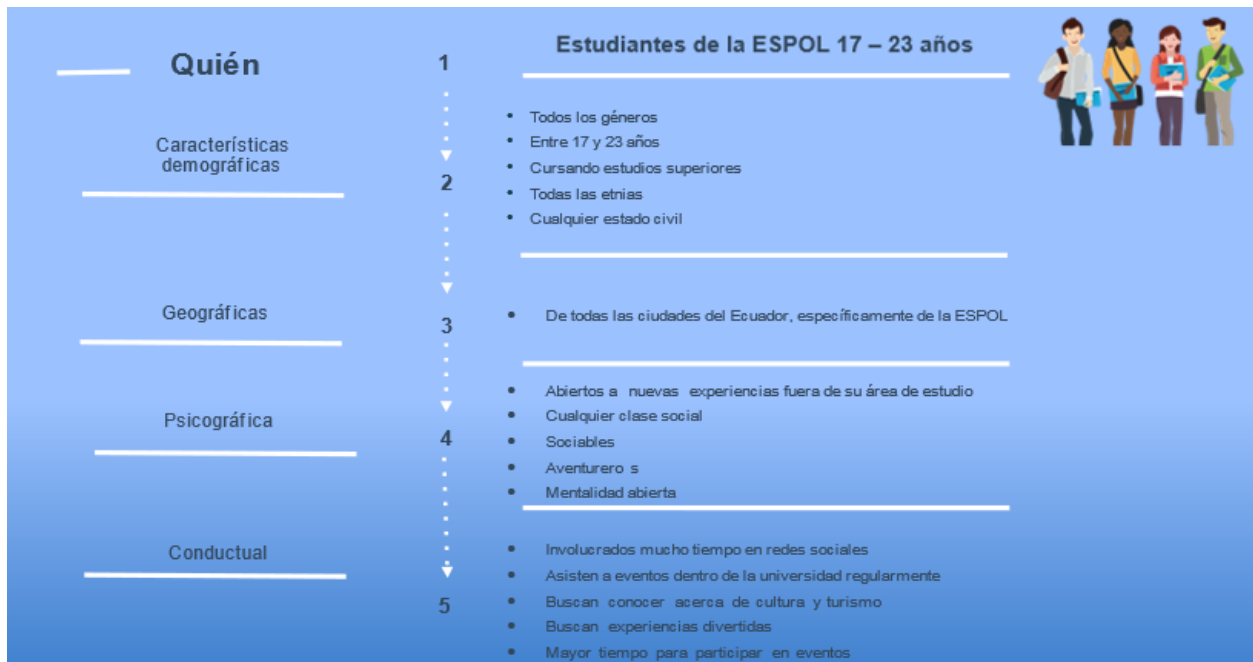
- Generar un espacio para que la comunidad politécnica conozca sobre la oferta turística que tiene el Ecuador.
- Dar a conocer a los visitantes la importancia de la Carrera de Licenciatura en Turismo en el ámbito profesional.

### 3.2 Público objetivo (pre-festival)

El público objetivo del festival son los estudiantes de la ESPOL y familiares de los futuros profesionales de turismo.

**Figura 28**

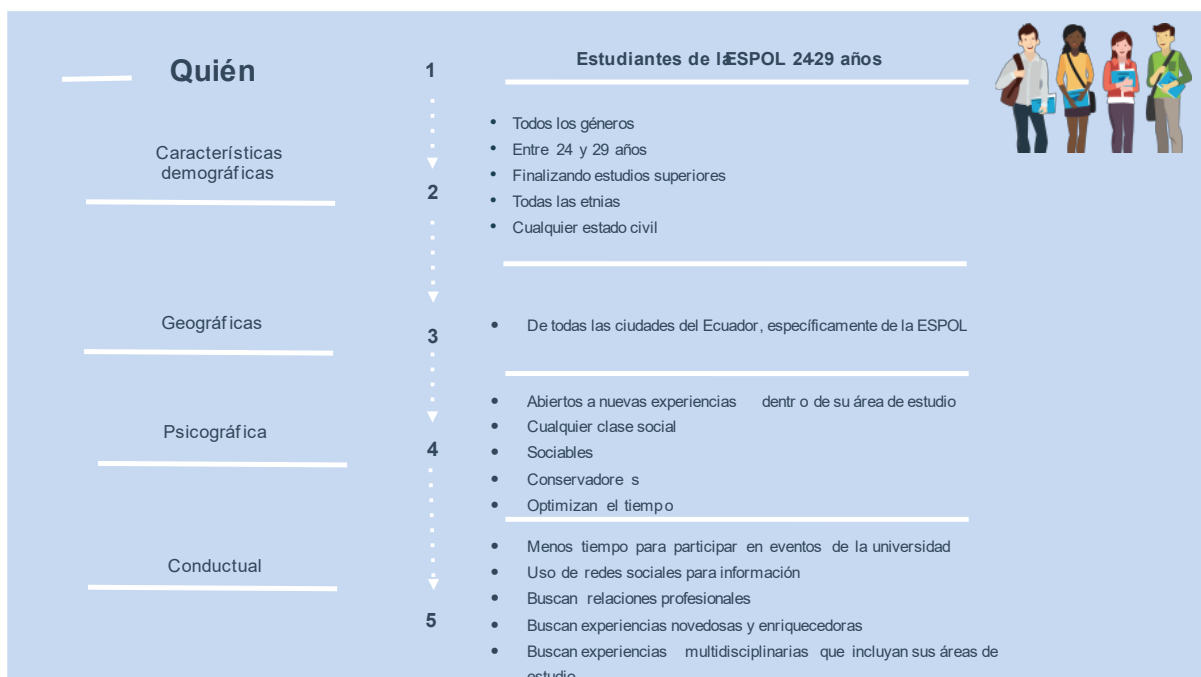
*Segmentación estudiantes de la ESPOL 17-23 años*



*Nota.* Plantilla para crear buyer personas extraída de HubSpot.

**Figura 29**

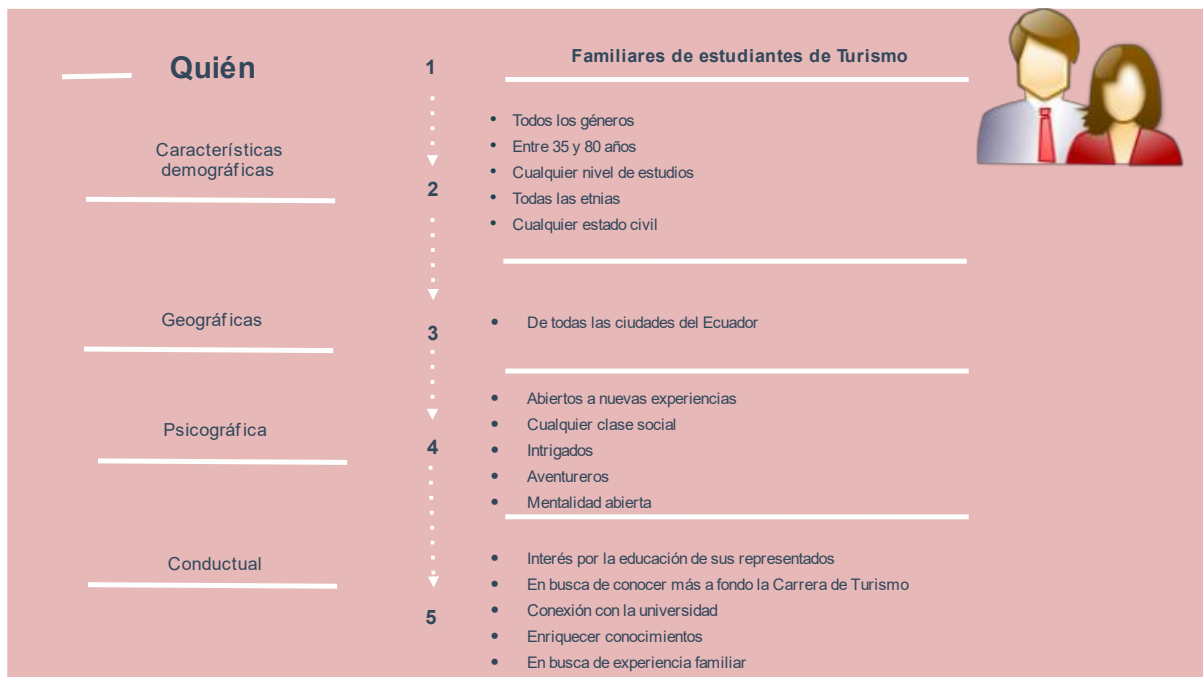
*Segmentación estudiantes de la ESPOL 24-29 años*



*Nota.* Plantilla para crear buyer personas extraída de HubSpot.

**Figura 30**

**Segmentación familiares de los estudiantes de Turismo**



*Nota.* Plantilla para crear buyer personas extraída de HubSpot.

### 3.3 ¿Cómo medir resultados? (Post festival)

Para medir los resultados se llevarán a cabo encuestas post festival, con una guía de preguntas que se encuentran ubicadas en los apéndices. Estas encuestas estarán a cargo de una de las comisiones conformadas por estudiantes, se realizarán en línea, usando la base de datos que dejen la venta de entradas QR.

La evaluación de los participantes en las actividades y el seguimiento del impacto en redes sociales también se llevarán a cabo post festival por comisiones conformadas por estudiantes.

- Encuestas de satisfacción post festival.
- Evaluando las participaciones en las actividades como los talleres.
- Seguimiento de comentarios en redes sociales.

### 3.4 Stakeholders (pre-festival)

#### 3.4.1 Equipo

A continuación, se mencionará las posibles comisiones con sus respectivas responsabilidades, que posteriormente estarán conformadas de forma coordinada por estudiantes de la Carrera de Turismo para llevar a cabo el festival de manera organizada, de esta forma también podrán aplicar conocimientos adquiridos a lo largo de la Carrera.

- Comisión de logística
- Comisión de comunicación
- Comisión de catering
- Comisión financiera

**Tabla 21**

*Comisión de logística pre-festival*

<b>Comisión de logística</b>
<b>Pre- festival</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Solicitar locación a Gerencia Administrativa y recursos como: sillas, carpas, mesas, tarima e instalaciones eléctricas.</li><li>• Gestión de permisos con Gerencia Administrativa para el ingreso de proveedores externos de: requerimientos técnicos y montaje, bebidas para venta en el festival, ventiladores y contenedor para bebidas.</li><li>• Gestión de permisos con la directora de Arte y Cultura Blanca Santos, para el préstamo de los grupos y equipos que requieran: Ballet Folklórico, La Rondalla y Sonidos del Sol</li><li>• Contratar al artesano para taller de artesanía.</li><li>• Gestión de seguridad de la locación.</li><li>• Elaboración de ficha y mapa de locación.</li><li>• Contratación y gestión de requerimientos técnicos.</li><li>• Establecer los espacios para carpas de stands, estaciones, talleres mesas y sillas.</li></ul>

- Control del montaje.
- Colocación en orden de las mesas y sillas para stands, talleres y comedor.
- Revisión de equipos de sonido e instalaciones eléctricas.
- Control de instalaciones eléctricas.
- Verificar preparación de stands.

**Tabla 22**

*Comisión de logística durante el festival*

<b>Comisión de logística</b>
<b>Durante el Festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión del transporte del artesano y materiales para el taller.</li> <li>• Limpieza de mesas y sillas.</li> <li>• Pendiente de cualquier contratiempo con equipos técnicos.</li> <li>• Pendiente a cualquier novedad con los stands.</li> <li>• Gestión de sonido.</li> <li>• Recepción de asistentes al festival.</li> <li>• Colaborar con venta de bebidas.</li> <li>• Colaboración en taller de artesanía.</li> <li>• Colaboración con la limpieza.</li> <li>• Recepción de personalidades y artistas.</li> </ul>

**Tabla 23**

*Comisión de logística post festival*

<b>Comisión de logística</b>
<b>Post festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un informe del número de participantes en el taller de artesanía.</li> <li>• Proponer mejoras en deficiencias encontradas en taller de artesanía.</li> <li>• Proponer mejoras en aspectos de logística.</li> </ul>

**Tabla 24**

*Comisión de comunicación pre-festival*

<b>Comisión de comunicación</b>
<b>Pre- festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunión de grupo de comunicación para determinar tareas.</li> <li>• Diseño de logo del festival.</li> <li>• Diseño de material promocional, banners, posters, pancarta, gafetes y espacio para patrocinadores.</li> <li>• Diseño de señaléticas.</li> <li>• Diseño de carteles de identificación y colores de stands, entrada, estaciones y talleres.</li> <li>• Elaboración de QR para entradas.</li> <li>• Elaboración del Playlist del festival.</li> <li>• Acreditaciones de artistas, miembros del staff y expositores.</li> <li>• Gestión de auspiciantes y posibles alianzas.</li> <li>• Creación y gestión de redes sociales como Instagram y TikTok.</li> <li>• Venta de entradas al festival.</li> <li>• Creación de campañas en redes, Reels, Tiktoks, posts, historias.</li> <li>• Gestionar colaboraciones con redes sociales de ESPOL y correo institucional.</li> <li>• Campañas publicitarias en la universidad con stand armable, pancarta, posters, y banners.</li> </ul>

- Promoción de talleres y agenda de cupos.
- Determinar un maestro de ceremonia de la Carrera.
- Colaborar en la decoración de stands y estaciones.

**Tabla 25**

*Comisión de comunicación durante el festival*

<b>Comisión de comunicación</b>	
<b>Durante el Festival</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de entradas al festival.</li> <li>• Pendiente de cualquier contratiempo con entradas al festival.</li> <li>• Crear material para difusión en redes.</li> <li>• Colaboración con los concursos y actividades.</li> <li>• Promocionar fuera y dentro del festival los talleres.</li> <li>• Colaborar con venta de bebidas.</li> <li>• Colaboración con la limpieza.</li> <li>• Guiar a asistentes en temas de ubicación de stands.</li> </ul>	

**Tabla 26**

*Comisión de comunicación post festival*

<b>Comisión de comunicación</b>	
<b>Post festival</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un informe detallado del impacto y alcance en todas las redes sociales.</li> <li>• Llevar a cabo las encuestas de satisfacción y difundirlas con la base de datos de la venta de entradas.</li> <li>• Analizar los resultados de las encuestas de satisfacción.</li> </ul>	



- Proponer mejoras en temas de difusión.
- Proponer mejoras en temas de diseño.

**Tabla 27**

*Comisión de catering pre-festival*

<b>Comisión de catering</b>
<b>Pre- festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar menú del festival con la Escuela de Organización Integral de Eventos.</li> <li>• Establecer el tipo coctelería a ofrecerse en el taller del festival con profesores de A&amp;B.</li> <li>• Definir los requerimientos técnicos para el taller de coctelería y gestión.</li> <li>• Compra de materia prima para taller de coctelería.</li> <li>• Compra de bebidas para venta en el festival.</li> <li>• Compra de hielo para bebidas y taller de coctelería.</li> <li>• Alquiler de contenedor grande para bebidas.</li> <li>• Ordenar estación para entrega de alimentos y taller de coctelería.</li> <li>• Limpieza de estaciones encargadas.</li> </ul>

**Tabla 28**

*Comisión de catering durante el festival*

<b>Comisión de catering</b>
<b>Durante el Festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza y orden de estación de entrega de alimentos y bebidas, taller de coctelería y área de cocina designada.</li> <li>• Traslado y preparación de utensilios y menaje para el taller de coctelería.</li> <li>• Gestión del traslado de producción del menú de la Escuela de Organización Integral</li> </ul>

de Eventos al festival.

- Promocionar fuera y dentro del festival el taller de coctelería.
- Colaboración con la limpieza.
- Lavado y secado de vajilla utilizada.

**Tabla 29**

*Comisión de catering post festival*

<b>Comisión de catering</b>
<b>Post festival</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Lavado y traslado de utensilios utilizados.</li><li>• Elaboración de un informe de los asistentes que participaron en el taller de coctelería.</li><li>• Proponer mejoras para el taller.</li></ul>

**Tabla 30**

*Comisión financiera pre-festival*

<b>Comisión financiera</b>
<b>Pre- festival</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión de base de datos de entradas del festival.</li><li>• Envío de QR de entradas por Correo o WhatsApp.</li><li>• Gestión de comprobantes de pago de entradas.</li><li>• Gestión de pago a proveedores.</li><li>• Gestión de contrato y pago de influencer.</li><li>• Gestión de pago de artesano.</li><li>• Gestión de patrocinadores.</li><li>• Gestionar voluntarios de otras Carreras interesados en participar.</li><li>• Seguimiento a la información que presentarán los voluntarios de otras áreas académicas.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar preparativos para el taller de fotografía con presidente del club de fotografía de ESPOL Billy Morán.</li> <li>• Reunión con grupos de Espol Cultural para definir características de las presentaciones.</li> </ul>
---

**Tabla 31**

*Comisión financiera durante el festival*

<b>Comisión financiera</b>
<b>Durante el Festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar transporte de personalidades, voluntarios e influencer.</li> <li>• Gestión del taller de fotografía junto con el club.</li> <li>• Ubicación de voluntarios en stands.</li> <li>• Apoyo constante a voluntarios en lo que requieran.</li> <li>• Acompañamiento a grupos de Espol Cultural hasta su presentación.</li> </ul>

**Tabla 32**

*Comisión financiera post festival*

<b>Comisión financiera</b>
<b>Post festival</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de los ingresos y gastos finales por el festival.</li> <li>• Proponer posibles mejoras en temas de presupuesto.</li> <li>• Elaboración de un informe de los asistentes que participaron en el taller de fotografía.</li> </ul>

### **Música en vivo**

Presentaciones de música en vivo tradicionales de cada región del país, con el fin de resaltar la riqueza cultural y diversidad, también crean un ambiente bastante agradable y promueve la identidad regional. Para esto se ha contactado directamente con la directora de “Espol Cultural” Blanca Santos para la prestación de los grupos: “La Rondalla” y “Sonidos del Sol”.

### **Exposiciones culturales y de arte local**

También se plantea dar espacio a exposiciones culturales, como por ejemplo al grupo “Ballet Folklórico” también a cargo de la directora de “Espol Cultural” Blanca Santos, para conectar a las asistentes con las diferentes tradiciones y costumbres desde la danza.

### **Talleres**

Otra actividad que se propone son los talleres, de coctelería que pueden ser llevados a cabo por los estudiantes que estén cursando la materia de Alimentos y Bebidas, también se recomienda la presencia de profesores especializados en el área que formen parte de la Carrera de Turismo.

Otro taller que se recomienda es el de artesanías, para el cual se ha contactado con un artesano experto en artesanías de barro contactado en el Mercado Artesanal de Guayaquil para que lleve a cabo el taller, el contacto, por temas de confidencialidad, será facilitado a la Escuela de Eventos.

A estos talleres se le puede añadir el de fotografía, para esto se ha contactado a estudiantes de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual que forman parte del club de fotografía de la Carrera. En conversaciones con el presidente del club Billy Morán, ha solicitado que el taller sea gratis y que se les otorgue una carpa para llevarlo a cabo y ellos directamente se encargaran del diseño del taller. De la misma forma, el contacto, por temas de confidencialidad, será facilitado a la Escuela de Eventos.

### 3.4.2 Patrocinadores

Se plantea crear 3 paquetes para patrocinadores, con una inversión de \$1000, \$1500 y \$3000 según la promoción que requieran las empresas. También se sugiere conseguir el aval de empresas públicas importantes para respaldo del festival.

**Tabla 33**

*Posibles patrocinadores*

<b>Empresas</b>	<b>Aval</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coca-Cola</li> <li>• Pepsi</li> <li>• V220</li> <li>• Frutaris</li> <li>• Tango</li> <li>• PeiGo</li> <li>• Gatorade</li> <li>• Smart Fit</li> <li>• All Natural</li> <li>• Xtrim</li> <li>• DirecTV</li> <li>• Yogurt Toni</li> <li>• Girasol</li> <li>• Unilever</li> <li>• Agripac S. A</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prefectura del Guayas</li> <li>• Empresa pública de Turismo</li> <li>• Municipalidad del Guayas</li> </ul>

**Tabla 34**

*Plan 1 de patrocinadores*

<b>Full plan</b>	<b>Inversión: \$3000</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo del patrocinador de: 15x15cm en pancarta (campaña dentro de la universidad (8134 estudiantes). 5x5cm en posters colgados en cada facultad. 15x15cm en stand armable. 1.5x1.5cm en para baja de gafetes.</li> <li>• Área de 3x3 disponible para un stand dentro del festival.</li> <li>• Mención en redes sociales del festival: etiqueta en historias, al final de cada reel o Tiktoks.</li> <li>• Mención y agradecimiento de 15 segundos durante el festival antes y luego de cada presentación artística.</li> <li>• 2 invitaciones al festival para la empresa.</li> </ul>	

**Tabla 35**

*Plan 2 de patrocinadores*

<b>Medium plan</b>	<b>Inversión: \$1500</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Logo del patrocinador de: 15x15cm en pancarta (campaña dentro de la universidad (8134 estudiantes). 5x5cm en posters colgados en cada facultad. 15x15cm en stand armable. 1.5x1.5cm en para baja de gafetes.</li><li>• Mención en redes sociales del festival: etiqueta en historias, al final de cada reel o TikTok.</li><li>• Espacio para banner 60x160cm dentro del festival.</li><li>• Logo de 1.5x1.5cm en la parte inferior de gafetes.</li><li>• 2 invitaciones para delegados de la empresa.</li></ul>	

**Tabla 36**

*Plan 2 de patrocinadores*

<b>Regular plan</b>	<b>Inversión: \$1000</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mención en redes sociales del festival: etiqueta en historias, al final de cada reel o TikTok.</li><li>• 2 menciones de 15 segundos durante el festival.</li><li>• Espacio para banner 60x160cm en el evento.</li><li>• Logo de 1.5x1.5cm en la parte inferior de gafetes.</li><li>• 2 invitaciones para delegados de la empresa.</li></ul>	

### **3.4.3 Proveedores**

A continuación, se enlistarán todos los proveedores que se van a requerir para llevar a cabo el festival.

- ESPOL
- Espol Cultural
- Escuela de Organización Integral de Eventos

- Servicio de eventos: Alquiler de carpas, sillas, mesas, amplificadores, parlantes, micrófonos, mantelería, paredes de carpas, extensiones eléctricas, ventiladores.
- Servicio de publicidad: Gafetes, banners, posters, señaléticas, placa de reconocimiento, pancarta de lona, stand armable.
- Servicio de ventiladores industriales con sistema de Mist de rocío de agua.
- Diseñador Gráfico

### 3.4.4 Asistentes

Los asistentes al festival lo forman los estudiantes de la ESPOL y los padres de familia de los estudiantes de la Carrera de Turismo.

Se determinará el posible número de visitantes al festival mediante el cálculo de capacidad de carga física, que se refiere al “límite máximo de visitas que puede hacerse en un sitio con espacio definido, en un tiempo determinado” (Cifuentes, 1992).

**Tabla 37**

*Fórmula capacidad de carga física*

Capacidad de carga física
$CCF = \frac{v}{a} \times s \times t$
v/a= Visitantes/área ocupada
s= superficie disponible para uso público
t= tiempo necesario para ejecutar la visita

*Nota.* Fórmula tomada de Determinación de Capacidad de Carga Turística en Áreas Protegidas (Cifuentes, 1992)

**Tabla 38**

*Cálculo capacidad de carga física*

<b>Capacidad de carga física</b>
$CCF = \frac{1}{m^2} \times 360m^2 \times \frac{8}{2} = 1440$

*Nota.* A los 360m<sup>2</sup> ya se le ha restado el espacio no aprovechable como área de carpas, mesas, sillas, tarima y gradas.

Partiendo que en general se estima que una persona requiera normalmente **1m<sup>2</sup>** de espacio para moverse libremente tal y como lo señala Cifuentes (1992). El evento tiene una duración de 8 horas y suponiendo un tiempo de visita de 2 horas, la capacidad de carga física de la locación es de **1440**, sin embargo, para la primera edición del festival se estima la visita de alrededor de 720 asistentes.

### **Plaza o locación**

Para el lugar en donde se va a llevar a cabo el festival se tendrán que tomar en cuenta varios aspectos, algunos de ellos presentados en la ficha de inspección de locación que determinaran si el lugar cumple con todos los parámetros de seguridad y comodidad para un evento de este tipo y magnitud, además si es realmente viable para la organización.

Una vez analizado los aspectos mencionados anteriormente, el lugar recomendado para realizar el festival es el Coliseo Nuevo (AD3) que está justo detrás del edificio de Bienestar Estudiantil. El Coliseo cumple con los requisitos para desarrollar el festival.

La gestión para hacer uso del lugar se debe llevar a cabo mediante carta electrónica dirigido a la Gerencia Administrativa de la ESPOL con antelación, al ser un evento académico tiene preferencia de uso, en caso de que se requiera para otro tipo de actividad en la misma fecha.

Otro factor positivo del Coliseo Nuevo es que posee una tarima de 1 metro de altura y de 6x4 aproximadamente, un depósito de 150 sillas, 40 mesas cuadradas y 6 carpas de 3x3 que se pueden hacer uso de ellas mediante la misma gestión de requerimiento.



## Ficha de locación

Se realizó la ficha de locación del espacio sugerido para desarrollar el festival, entre los aspectos más importantes para la elección del lugar están los siguientes:

**Tabla 39**

*Resumen Ficha de Locación*

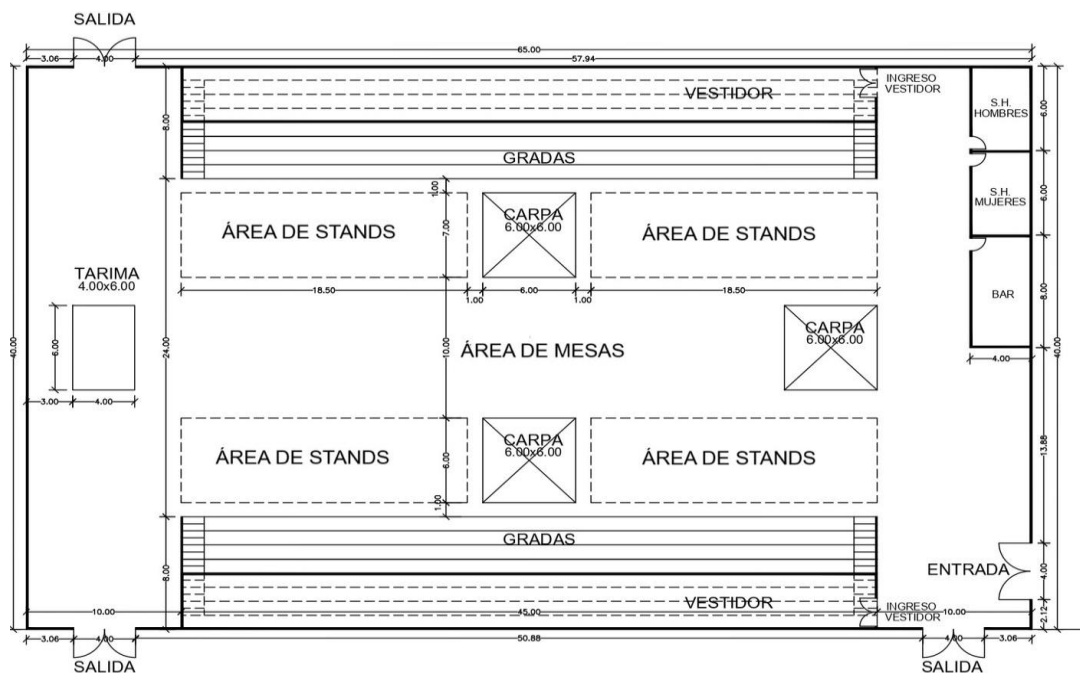
<b>Resumen ficha de locación: Coliseo Nuevo (Edificio AD3)</b>	
Acceso al sitio	Señalización vial, buen estado de la carretera y fácil acceso.
Arribo a la locación	Parqueadero señalizado para 45 coches, seguridad en el lugar.
Observaciones dentro de la locación	Camerinos completos con baños y duchas, aparte dos baños más, uno para mujeres y otro para hombres. Con solicitud dirigida se permite el ingreso de proveedores.
Servicio	El espacio está disponible hasta las 17:00, horario sugerido por Gerencia Administrativa. No tiene costo alguno, se tramita todo por medio de carta a la misma oficina. Estado general de las instalaciones muy bueno.

## Mapa de locación

Se realizó un mapa de la locación del festival, en donde se puede ver como estarían distribuidos los espacios y la medición del lugar.

**Figura 31**

*Mapa de locación*



### 3.5 Análisis Competitivo (pre-festival)

**Tabla 40**

*Competidores*

<b>Festival de la Calle Córdova</b>	<b>Feria Gastronómica Renacer de Sabores Julianos (UG)</b>	<b>Discover Fest</b>
<p>Festival que se llevó a cabo el 24 de julio de 2022 por la celebración de los 447 años de fundación de Guayaquil. Se realiza desde hace 7 años en la calle Córdova de la ciudad de Guayaquil con entrada libre y actividades como danza folclórica, juegos tradicionales,</p>	<p>Feria organizada por estudiantes de la Carrera Gastronomía de la Universidad de Guayaquil, llevada a cabo en Julio del 2022 dentro de la UG, con el fin de mostrar los conocimientos adquiridos por los estudiantes de gastronomía a lo largo de la</p>	<p>Llevada a cabo en Guayaquil en su última edición en diciembre del año de 2022, es uno de los eventos más importantes del país en torno al turismo. Realizada por Discover CIT, con el fin de intercambiar relaciones comerciales, promocionar servicios y</p>

presentaciones musicales, y sobre todo gastronomía típica de la región.	Carrera. Se mostraron stands en los que ofertaron platos típicos de todas las regiones del Ecuador.	destinos del país. Forman parte de esta feria más de 100 expositores de grandes marcas y empresas del país.
---	---	---

### 3.6 DAFO (pre-festival)

**Tabla 41**

*Análisis DAFO*

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio sin recursos propios.</li> <li>• Dependencia de patrocinadores y venta de entradas para presupuesto del festival.</li> <li>• Insuficientes conexiones eléctricas en la locación.</li> <li>• Poca familiaridad con proveedores.</li> <li>• Espacio cerrado y limitado no suficiente para un festival de este tipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible incumplimiento de proveedores.</li> <li>• Cantidad de eventos con enfoque cultural o de turismo en la ciudad.</li> <li>• Cambios de programación de los artistas.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración de futuros profesionales y profesionales del turismo.</li> <li>• Experiencia en área de eventos.</li> <li>• Temática que genera curiosidad en el público objetivo.</li> <li>• Participación de otras áreas de estudio en el festival.</li> <li>• Seguridad del espacio en donde se desarrolla el festival.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de los estudiantes de la Carrera de turismo en un festival.</li> <li>• Mostrar la importancia de la Carrera de Turismo a los visitantes.</li> <li>• Mostrar interdisciplinariedad del turismo.</li> <li>• Fortalecer vínculos con la comunidad ESPOL.</li> <li>• Generar interés en nuevos públicos.</li> </ul>

### 3.7 Propuesta comunicacional (pre-festival)

#### 3.7.1 FOMO

El término FOMO se define como “una aprensión constante de que otros puedan estar teniendo experiencias gratificantes de las cuales uno está ausente, el FOMO se caracteriza por

el deseo de mantenerse constantemente conectado con lo que están haciendo los demás” (Przybylski et al., 2013).

¿Estás preparado para sumergirte en un Festival Turístico que transformará la manera de ver nuestro país? ¿Estás interesado en la cultura y el turismo? ¿Estás cansado de los mismos destinos de siempre? ¿Sientes que necesitas nuevas aventuras y emociones en tus viajes? ¡No busques más! La Carrera de Licenciatura en Turismo te trae cultura, concursos que pondrán a prueba tus conocimientos, talleres y destinos exclusivos que solo conocerás aquí, en nuestro innovador festival. No querrás perdértelo.

### **3.7.2 Crear una historia que promueva el evento**

Estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Turismo, voluntarios de otras disciplinas académicas y la guía de profesores, se han unido responsablemente y con entusiasmo para la creación de un Festival Turístico lleno de cultura, turismo y experiencias. Este evento no solo reforzará conocimientos en el ámbito cultural a los visitantes, sino que también ayudará a cambiar la percepción de la Carrera de Turismo gracias a la información valiosa que podrán obtener de parte de los estudiantes. Un espacio en donde podrás aprender, presenciar exposiciones artísticas y culturales, participar de talleres, concursar y sobre todo compartir un momento agradable.

### **3.7.3 Diferencia con la competencia**

El Festival te brinda un experiencia enriquecedora, a diferencia de otros festivales o ferias, podrás ver la sinergia entre el turismo y otras áreas de estudio, se destaca el papel e importancia que cumplen los profesionales del turismo dentro de los destinos que se van a exponer.

Se promueven prácticas que velen por el medio ambiente como la diversificación de circuitos turísticos al recomendar sitios para hacer turismo poco convencionales. Además, te

invita a participar de talleres en los que te puedes llevar una muy buena experiencia y recuerdos, a la par de que presencias exposiciones culturales de danza y música.

### 3.7.4 Difusión

#### Campañas en Redes Sociales

Publicar en plataformas como TikTok, Instagram y Facebook videos, información y material promocional que elabore el diseñador gráfico del festival, avances de presentaciones, invitados especiales. Además, se pueden llevar a cabo concursos con creación de “Hashtag” con la comunidad politécnica, antes del festival, en donde se los incentive a crear videos en forma de Reels o Tiktoks referentes al Ecuador y turismo, etiquetar al festival y ganar entradas.

También se sugiere pautar el contenido del festival en Instagram mediante la herramienta “Meta Business Suite”, que ayudará a llegar a una mayor cantidad de público por medio de sus precisas opciones de segmentación como: Lugar, edad, intereses, formación académica y más.

- Antes del festival: Pautar \$14 diarios dos semanas antes, de lunes a viernes, con un total de 10 días.
- Durante el festival: Pautar \$10.
- Después del festival: Pautar \$10, una semana después del festival los resultados.

Colaborar con las redes sociales de la ESPOL, ya que poseen una base sólida de seguidores con público objetivo del festival. También gestionar con ESPOL para difundir el festival mediante el correo institucional a todos los estudiantes y así mantenerlos actualizados e informados.

Realizar campañas tipo **activaciones** en toda la universidad regalando entradas y mostrándolo en redes para crear curiosidad por el festival.

**Stands de promoción** en eventos de la universidad o en sitios de mucha concurrencia, para la difusión del evento y también como puntos de venta de entradas al festival. Así como también dejar colocado banners publicitarios en cada facultad y lugares clave.

### **3.8 Precio de la entrada al festival**

Respecto al costo de la entrada al festival, incluyendo un plato fuerte y una bebida, considerando que en la investigación previa el mayor porcentaje (45%) de estudiantes tiene la intención de pagar por la entrada entre \$4 y \$5, hay un fuerte porcentaje (39%) con respecto al total que seleccionó entre \$3 y \$4, por lo que el precio medio entre estos dos rangos sería de 4\$, por lo tanto, es el valor que se sugiere que se cobre por la entrada al festival. Dentro de este valor se debe considerar los costos de producción del plato fuerte y la bebida que se va a ofrecer con la entrada al festival.

### **3.9 Temática**

Se propone una **estructura** base inspirada en “Los 4 Mundos del Ecuador: Costa, Sierra, Galápagos y Oriente, de esta forma el festival puede atraer visitantes más diversos con diferentes intereses.

En lo que corresponde a la **temática**, se plantea que su enfoque, en su primera edición 2024, sea en dar a conocer los lugares turísticos poco comunes y con mucho potencial de cada región, que despierte el deseo de investigar y contribuir en el crecimiento de los lugares menos explorados. De esta forma se permite a los visitantes y a los propios estudiantes de la Carrera de Turismo conocer a fondo las regiones del país. También se contribuye de manera positiva a la diversificación de los circuitos turísticos y se convierte en una oportunidad para resaltar la importancia del turismo sostenible promoviendo prácticas que velen por el medio ambiente.

Además de promover los destinos poco convencionales de cada región del país y de toda la diversidad cultural y geográfica que los rodea, también se debe hacer especial énfasis en el

papel que llevan a cabo los profesionales de turismo dentro estos destinos, en áreas como Guía Turístico, Marketing Turístico, Gestión de Eventos, entre otros. De esta manera se da a conocer a los visitantes la importancia de la Carrera en el ámbito profesional.

Por último, es posible incorporar voluntarios de otras carreras para que participen activamente en el festival y que puedan aportar con sus conocimientos en diversos temas, como datos estadísticos de la industria turística, fotografía, economía, entre otras. Esta inclusión no solo le da un valor agregado al festival, sino que también resalta la multidisciplinariedad del turismo y evidencia la relevancia de la Carrera de Turismo para otras carreras.

### 3.10 Hoja de ruta (durante el festival)

Una vez analizada la información recopilada, tanto de los grupos focales, entrevistas y encuestas, se ha llegado a la conclusión que el día más adecuado para la realización del festival es el **viernes 31 de mayo del 2024**, que coincide con el mes en el que iniciaron las clases de Licenciatura en Turismo en el Campus de las Peñas en 1995 y también permite la logística de los grupos artísticos en coordinación con Espol Cultural, además da tiempo a los estudiantes y organizadores a preparar el festival.

Respecto a la duración del festival, se sugiere que en su primera edición tenga duración de un día, con una jornada que empiece 09:00 y termine 17:00, horario de finalización que permite la Gerencia Administrativa del lugar.

**Tabla 42**

*Hoja de ruta durante el festival*

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
07:00	Limpieza final de locación	Comisión de logística
07:00	Revisar conexiones eléctricas	Comisión de logística
07:30	Revisión final de stands, estaciones, talleres	Comisión de logística
07:30	Coordinar proveedor de hielo para bebidas y taller de coctelería	Comisión de catering
07:30	Gestión de transporte de artesano	Comisión de logística

08:00	Traslado y preparación de utensilios y menaje para taller de coctelería	Comisión de comunicación
08:00	Preparar la gestión del traslado del menú de la Escuela de Organización Integral de Eventos	Comisión de comunicación
08:00	Gestión de artistas, influencer y personalidades.	Comisión financiera
08:00	Gestión de organización de voluntarios	Comisión financiera
08:30	Colocar el hielo y bebidas en la hielera (500L)	Comisión de logística
08:30	Repartir gafetes para inicio del festival	Comisión de comunicación
09:00	Apertura de puertas y registro de personas	Comisión de logística
09:30	Recorrido por la universidad invitando a estudiantes al festival	Comisión de comunicación
09:30	Discurso de inicio del maestro de ceremonia y explicación del festival	Comisión de comunicación
09:45	Promocionar los talleres dentro del festival	Comisión de comunicación
10:00	Gestionar la comida de la Escuela de Eventos para el servicio	Comisión de comunicación
10:30	Inicio de taller de coctelería	Comisión de comunicación
10:30	Inicio del taller de artesanía	Comisión de logística
10:30	Inicio del taller de fotografía	Comisión financiera
11:15	Presentación del grupo Ballet Folklórico	Comisión financiera
12:00	Intervención de autoridades o personalidades	No aplica
12:15	Primer concurso de preguntas sobre el festival	Comisión de comunicación
12:30	Segunda sesión de talleres	No aplica
13:30	Presentación del grupo La rondalla	No aplica
14:15	Segundo concurso de preguntas sobre el festival a cargo de la influencer invitada	No aplica
14:45	Experiencias, consejos de viajes de influencer invitada	No aplica
15:00	Presentación del grupo Sonidos del Sol	No aplica
15:45	Tercera sesión de talleres	No aplica
16:30	Palabras de agradecimiento por asistir	Comisión de comunicación
16:45	Entrega de placa de reconocimiento a mejor región	Profesor/a
17:00	Fin del festival	No aplica



# CAPÍTULO 4

## 4. Presupuesto (pre-festival)

A continuación, se presenta el presupuesto del proyecto, detallando el costeo de todos los requerimientos necesarios para llevar a cabo el festival.

También se presentan los costos fijos y variables y costos totales del festival. Por último, se presentan tres escenarios de ingresos para poder asumir los costos totales.

El primer escenario de ingresos supone un estimado de 720 visitantes pagando \$4 por la entrada al festival y una inversión de los patrocinadores de \$5.000, con unos ingresos totales de \$7.880.

El segundo escenario de ingresos supone un estimado de visitantes mayor al anterior, 1050, pagando \$4 por la entrada al festival y una inversión menor de patrocinadores de \$3.500, con un total de ingresos de \$7.700

El tercer escenario supone un estimado igual al anterior en tema de visitantes, 1050, pagando \$5, es decir, \$1 más por la entrada al festival, reduciendo así aún más la inversión de patrocinadores a \$2.500, con un total de ingresos de \$7.750.

La primera tabla de presupuesto detalla el costeo de los materiales necesarios para el montaje del festival, también los proveedores y detalles adicionales necesarios.

**Tabla 43**

*Presupuesto para logística*

Logística					
Materiales	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Detalle	Proveedor
Carpas 3x3	20	\$ 20,00	\$ 400,00		Magic Eventos
Carpas 6x6	3	\$ 60,00	\$ 180,00	Carpas con paredes para talleres	

Mesas rectangulares	30	\$ 2,50	\$ 75,00	Mesas para stands y talleres	
Sillas plásticas	100	\$ 0,35	\$ 35,00	Para stands y mesas	
Mantelería mesas rectangulares	30	\$ 2,50	\$ 75,00		
Mantelería mesas cuadradas	40	\$ 3,00	\$ 120,00	Para mesas cuadradas de ESPOL	
Parlante, amplificador, micrófono	2	\$ 120,00	\$ 120,00		
Extensiones eléctricas	10	\$ 2,50	\$ 25,00	20m	
Transporte y montaje		\$ 80,00	\$ 80,00		
Ventiladores	6	\$ 80,00	\$ 480,00	Sistema Mist	CoolBreeze
Transporte de ventiladores e instalación			\$ 20,00		
Mesas plásticas	40	\$ -	\$ -		ESPOL
Sillas plásticas	150	\$ -	\$ -		
Carpas 3x3	6	\$ -	\$ -		
Tarima 6x4	1	\$ -	\$ -		
Extensiones eléctricas	6	\$ -	\$ -		
<b>Total</b>			<b>\$ 1.610,00</b>		
<b>IVA 12%</b>			<b>\$ 193,20</b>		
<b>Total Final</b>			<b>\$ 1.803,20</b>		

En esta tabla se podrán observar los materiales necesarios para implementar el plan comunicacional, además su costo, detalle y proveedor.

**Tabla 44**

*Presupuesto para comunicación*

Comunicación					
materiales comunicación	cantidad	Valor unitario	valor total	Detalle	Proveedor
Diseñador Gráfico		\$ 400,00	\$ 400,00	Diseño del Logo: colores, uso, tipografía y manual de marca. Diseño de 9 a 11 post para Redes Sociales.	José Daniel Ríos
Banners tipo roll up 80x200	8	\$ 36,00	\$ 288,00	incluido diseño	Role Machine

Posters 29x60 cm	16	\$ 3,26	\$ 52,16	Incluido diseño	
Pancarta 1x3	1	\$ 81,54	\$ 81,54	Incluido diseño	
Gafetes Acreditaciones 10x15 cm	100	\$ 0,75	\$ 75,00	Incluido diseño	
Placa de reconocimiento	1	\$ 18,00	\$ 18,00	Incluido diseño	
Colgante para gafetes	100	\$ 0,72	\$ 72,00	Incluido diseño	
Señaléticas stands	4	\$ 5,15	\$ 20,60	Incluido diseño	
Influencer (Gisbell Asanza)		\$ 250,00	\$ 250,00	2 horas	
Pauta Instagram Pre-Festival	10 días	\$ 14,00	\$ 140,00	Difusión de contenido promocional del festival	Meta Business Suite
Pauta Instagram durante Festival	1 día	\$ 10,00	\$ 10,00	Difusión del festival	Meta Business Suite
Pauta Instagram post Festival	5 días	\$ 10,00	\$ 50,00	Difusión de resultados	Meta Business Suite
<b>Total IVA incluido</b>			<b>\$ 1.057,30</b>		

En la siguiente tabla se puede evidenciar los artistas que son requeridos para las presentaciones durante el festival, el costo de cada uno de los artistas y sus respectivos representantes.

**Tabla 45**

*Presupuesto para artistas*

Artistas					
Material	cantidad	Valor unitario	valor total	Detalle	Proveedor
Artesano			\$ 150,00	Taller de Artesanía	
Materiales artesano			\$ 50,00	2 quintales de arcilla y transporte	Artesano
Grupo "La Rondalla"		\$ -	-		ESPOL Cultural
Grupo "Sonidos Del Sol"		\$ -	-		ESPOL Cultural
Grupo Ballet "Folklórico"		\$ -	-		ESPOL Cultural
Subtotal			\$ 200,00		
IVA 12%			\$ 24,00		
<b>Total</b>			<b>\$ 224,00</b>		

En esta tabla se puede evidenciar algunos requerimientos extras para el festival, elementos que serán necesarios para la venta de bebidas dentro del festival y el taller de coctelería con sus respectivos precios y proveedores.

**Tabla 46**

*Presupuesto para servicios varios*

Servicios varios					
Material	cantidad	Valor unitario	valor total	Detalle	Proveedor
Marqueta de hielo	2	\$ 5,00	\$ 10,00	20x40x120 cm	Ice Corp.
Fundas de hielo	12	\$ 0,50	\$ 6,00	5,5lb	Ice Corp.
Hielera 500L	1	\$ 20,00	\$ 20,00	Transporte incluido	Magic eventos
Packs x12 botellas de agua	8	\$ 6,12	\$ 48,96	1,2L	Coca Cola
Packs x12 botellas de cola	10	\$ 4,39	\$ 43,90	300ml	Coca Cola
Alquiler de Congelador	1	\$ 90,00	\$ 90,00	Transporte incluido	Ice Corp.
Subtotal			\$ 218,86		
<b>IVA 12%</b>			\$ 26,26		
<b>Total</b>			\$ 245,12		

A continuación, se presentan la suma de los costos fijos y costos variables, así como también los imprevistos estipulados para los eventos.

**Tabla 47**

*Costos*

Costos Fijos y variables	
Primera Edición	
Almuerzo Tipo A para visitantes	\$ 2.570,40
Box Luch artistas	\$ 124,95
<b>SUBTOTAL VARIABLES</b>	<b>\$ 2.695,35</b>
Honorarios organizador	\$ 1.200,00
Montaje	\$ 1.803,20
Comunicación	\$ 1.057,30
Catering	\$ 245,12
Logística	\$ 224,00
<b>SUBTOTAL FIJOS</b>	<b>\$ 4.529,62</b>
<b>Imprevistos 10%</b>	<b>\$ 452,96</b>

<b>Total FIJOS</b>	\$ 4.982,59
<b>Total</b>	\$ 7.677,94

Se plantea el primer escenario de ingresos que supone un estimado de 720 visitantes pagando \$4 por la entrada al festival y una inversión de los patrocinadores de \$5.000, con unos ingresos totales de \$7.880.

En cada escenario se detalla el cálculo del punto de equilibrio, este es la cantidad en dólares mínima que se debe alcanzar para que el evento pueda ser considerado sostenible, pues es cuando el proyecto no tiene lucro pero tampoco pérdidas, cualquier valor superior será considerado beneficio para los organizadores.

**Tabla 48**

*Escenario 1*

<b>Escenario 1</b>	
<b>Pronóstico de ingresos</b>	
<b>Ingresos ordinarios (entradas a evento)</b>	\$ 2.880,00
<b>Ingresos extraordinarios (1 full plan, 2 regular plan de patrocinadores)</b>	\$ 5.000,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 7.880,00

	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
1era edición	720	\$4	\$2.880
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		<b>\$ 7.572,89</b>	
<b>Primera Edición</b>			
<b>Ingresos</b>	\$ 7.880,00		
<b>Costos Fijos</b>	\$ 4.982,59		
<b>Costos Variables</b>	\$ 2.695,35		
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 7.677,94		

<b>Beneficio</b>	\$ 202,06
------------------	-----------

El segundo escenario de ingresos supone un estimado de visitantes mayor al anterior, 1050, pagando \$4 por la entrada al festival y una inversión menor de patrocinadores de \$3.500, con un total de ingresos de \$7.700

**Tabla 49**

*Escenario 2*

<b>Escenario 2</b>	
<b>Pronóstico de ingresos</b>	
<b>Ingresos ordinarios (entradas a evento)</b>	\$ 4.200,00
<b>Ingresos extraordinarios (1 full plan de patrocinadores)</b>	\$ 3.500,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 7.700,00</b>

	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
1era edición	1050	\$4	<b>\$4.200</b>

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>\$ 7.666,05</b>	
<b>Primera Edición</b>	
<b>Ingresos</b>	\$ 7.700,00
<b>Costos Fijos</b>	\$ 4.982,59
<b>Costos Variables</b>	\$ 2.695,35
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 7.677,94</b>
<b>Beneficio</b>	\$ 22,06

El tercer escenario anterior en tema de es decir, \$1 más por la

supone un estimado igual al visitantes, 1050, pagando \$5, entrada al festival,

reduciendo así aún más la inversión de patrocinadores a \$2.500, con un total de ingresos de \$7.750.

**Tabla 50**

*Escenario 3*

<b>Escenario 3</b>	
<b>Pronóstico de ingresos</b>	
<b>Ingresos ordinarios (entradas a evento)</b>	\$ 5.250,00
<b>Ingresos extraordinarios (1 Regular plan de patrocinadores)</b>	\$ 2.500,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 7.750,00</b>

	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
1era edición	1050	\$5	<b>\$5.250</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		<b>\$ 7.639,51</b>	
<b>Primera Edición</b>			
<b>Ingresos</b>		\$ 7.750,00	
<b>Costos Fijos</b>		\$ 4.982,59	
<b>Costos Variables</b>		\$ 2.695,35	
<b>TOTAL COSTOS</b>		\$ 7.677,94	
<b>Beneficio</b>		\$ 72,06	

# CAPÍTULO 5

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

El diseño del Festival Turístico para la Carrera de Licenciatura en Turismo permitirá a los estudiantes de la Carrera fortalecer conocimientos en ámbitos de turismo y cultura. La participación en este festival también les ofrece una oportunidad única de práctica y participación, que formará parte de su proceso como estudiantes y preparará para el futuro profesional.

Otro aspecto positivo, tanto para la Carrera de Turismo, como para los estudiantes, es mostrar la importancia de su labor en el ámbito profesional, que los visitantes puedan conocer lo relevante que puede llegar a ser el turismo en la industria.

En la fase de descubrimiento, se pudo conocer las necesidades y preferencias de los posibles asistentes del festival, gracias a esto se pudieron identificar hallazgos para el diseño y posterior propuesta. Entre los más importantes, el requerimiento de los estudiantes de la Carrera de Turismo de que su área de estudios sea destacada y dada a conocer a los visitantes del festival. Intereses por los destinos poco convencionales del Ecuador, conocer esos lugares con mucho potencial turístico pero que no han sido explotados del todo.

Otro hallazgo importante dentro de esta fase fue el interés por los estudiantes de otras áreas de estudio por participar en el evento, aportando con conocimientos adquiridos a lo largo de sus carreras, interés que se ha logrado tomar en cuenta para el diseño del festival, involucrándolos tanto en stands, como en talleres.

Por su parte, el otro público objetivo del festival, los padres de familia de los estudiantes de Turismo no tenían mucho conocimiento de la Carrera y mostraban un claro interés en conocer un poco más por medio del festival. Para esto se ha logrado un evento en el que sus



representados sean protagonistas en todo aspecto, organización, implementación y evaluación, de esta manera los motive a visitar el festival en donde conocerán todo lo relacionado a la Carrera de Licenciatura en Turismo.

Con respecto a la siguiente fase, la propuesta, se ha seguido una estructura de realización de eventos internacionalmente aplicada, que consta de tres fases: pre, durante y post festival. Cada fase posee una serie puntos y actividades que se han encomendado a los estudiantes de Turismo, que tienen todo el conocimiento para llevarlos a cabo de la mejor manera con la guía de los profesores.

Por último, el presupuesto, la fase final se basa prácticamente en el costeo de todos los requerimientos del festival como: logística, comunicación, catering, entre otros. Presupuesto que se ha detallado con ingresos y gastos y lo necesario para llegar a un punto de equilibrio para no tener pérdidas, en donde la participación de patrocinadores es indispensable para lograr este objetivo.

## **5.2 Recomendaciones**

Desde el aspecto económico, se puede mejorar y tener mayor beneficios o ingresos a medida que vayan pasando las ediciones, de esta manera se podría evitar depender tanto de la inversión de los patrocinadores.

A medida que el festival vaya creciendo en público y espacio, se puede lograr el incremento de talleres y mejor estructuración, así como también lograr la participación de más voluntarios para crear una experiencia más diversa y satisfactoria. Con la misma vía de talleres, lograr que dejen un beneficio significativo en temas de ingresos para futuras ediciones del festival.

También, se recomienda lograr incorporar al festival más tecnología, para ediciones próximas investigar cuáles pueden ser los medios y formas más adecuados para involucrar a la tecnología y que facilite y mejore la experiencia de los visitantes, siempre y cuando mantenga su

enfoque y objetivo en base al turismo. Un buen ejemplo de uso de tecnología podría ser la incorporación de Realidad Virtual, explorar lugares con esta herramienta podría ser un gran aporte para el festival.

Además, se debería promover la sostenibilidad e involucrarla desde el desarrollo hasta la implementación de las futuras ediciones del festival. Dado que la sostenibilidad desempeña un papel esencial en el turismo y sobre todo va de la mano con lo aprendido a lo largo de la Carrera.

# BIBLIOGRAFÍA

Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, Valerie Gladwell (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 1841-1848.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

Balduino, B., Balduino, J., & Leão, P. (2011). La contribución del sector de eventos a la hotelería de João Pessoa. *Estudios y perspectivas en turismo*. vol.20 no.6 Paraíba.

1851-1732. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000600015](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600015)

Barlés, M., Abella, S., & Mur, M. (2012). Perfil del turista de festivales: El caso del Festival Internacional. *Cuadernos de turismo*, 63-90.

Cifuentes, M. (1992). Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas. *CATIE*, Turrialba. <https://www.ucm.es/>

Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. C. (septiembre de 2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales. *EURE págs. 95-115*.

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612012000300005](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612012000300005)

Dias, R., & Pimenta, M. A. (2005). *Gestao De Hotelaria E Turismo*. São Paulo: *Pearson*

*Prentice Hall*, 23(4), 730-748. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732145005>

Escobar, J., & Bonilla-Jimenez, F. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica.

*CUADERNOS HISPANOAMERICANOS DE PSICOLOGÍA*, Vol. 9, 51-67.

[http://sacopsi.com/articulos/Grupo%20focal%20\(2\).pdf](http://sacopsi.com/articulos/Grupo%20focal%20(2).pdf)

- Falassi, A. (1987). *Time out of time: essays on the festival*. Albuquerque: University of New Mexico press.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation.  
[10.1016/j.tourman.2006.04.011](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.011)
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Marujo, N. (2015). Eventos culturales y motivaciones de los turistas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol.24, n.1, pp.40-55.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1851-17322015000100003](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322015000100003)
- MINTUR. (27 de diciembre de 2002). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Turismo.gob.ec:  
<https://www.turismo.gob.ec/>
- MPI. (1972). *MPI*. Obtenido de <https://www.mpi.org/>
- OMT. (1994). *Introducción al Turismo*. <https://www.unwto.org/es>
- Shone, A., & Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical Handbook (3era edición)*. En B. P. Anton Shone, *Successful Event Management: A Practical Handbook* (pág. 4). Londres: Cengage Learning.
- World Tourism Organization (UNWTO). (1985). *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development and the Proper Use and Exploitation of the National Cultural Heritage of Sites and Monument for Tourism*. <https://www.unwto.org/es>

# APÉNDICES

## APÉNDICE A

### Preguntas de Encuestas

La propuesta del festival turístico nace con la responsabilidad social de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de ayudar a mejorar el conocimiento en el ámbito cultural a la comunidad Politécnica, además dar a conocer a los visitantes lo que es la Carrera de Licenciatura en Turismo y lo que son capaces de lograr los estudiantes con los conocimientos adquiridos.

#### 1. ¿Cuál es su rango de edad?

- a) Menor de 18 años
- b) 18-23 años
- c) 24-29 años
- d) 30-35 años
- e) 36-41 años
- f) Más de 41

#### ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino
- Otro

#### 2. ¿A qué facultad de la ESPOL pertenece?

- FCNM
- FCSH
- FICT
- FIMCM
- FIMCP
- FIEC

FADCOM

FCV

- 3. ¿Te gustaría asistir a un festival turístico organizado por estudiantes de Licenciatura en Turismo de la facultad de Ciencias Sociales Humanísticas ESPOL?**

**Si**

**¿No, por qué?**

**No, se acabó**

- 4. Considerando que la entrada al festival incluirá un plato fuerte y una bebida, ¿cuál sería el rango de precio que estaría dispuesto/a a pagar por dicha entrada?**

**rango**

- 5. ¿Qué información esperaba encontrar en el festival turístico?**

Destinos turísticos por provincias

Destinos turísticos fuera de lo común

Tipos de turismo (sol y playa, gastronómico, etc.)

Otras

- 6. Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes actividades que podrían estar presentes en un festival turístico, en términos de su preferencia y prioridad. Utilice la escala del 1 al 5, donde 1 representa la opción más baja en preferencia y 5 representa la opción más alta en preferencia. Si no está interesado/a en una actividad en particular, puede seleccionar “No Aplica”.**

**Música en vivo**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

**Conferencias**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

### **Exposiciones culturales**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

### **Exposiciones de arte local**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

### **Taller de gastronomía**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

### **Taller de coctelería**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

**Taller de artesanías**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica

**Fotografía**

1 (Baja preferencia)

2

3

4

5 (Alta preferencia)

No Aplica



**7. ¿Qué precio estimado estaría dispuesto a pagar por persona por los talleres mencionados en la pregunta anterior?**

\$1 a \$2

\$2 a \$3

\$3 a \$4

\$4 a \$5

**8. ¿Qué día de la semana le gustaría que se llevara a cabo el festival?**

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

**9. ¿Qué duración preferirías para el festival turístico?**

Medio día

Un día completo

Más de un día

**10. ¿Con quién le gustaría asistir al festival?**

Amigos

Familiares

Pareja

**11. ¿Qué artistas o personalidades reconocidas locales influenciarían en su decisión de asistir al festival?**

Gabriela Gómez

Jorge Soriano

Scarlett Córdova

Catherine Brett

Gisbell Asanza

Otros (especifique)

**12. ¿Qué medios de comunicación o canales preferiría para obtener información sobre el festival turístico?**

Redes sociales de la ESPOL

Banners

Correo electrónico

WhatsApp

**Muchas gracias.**

## **APÉNDICE B**

### **GRUPO FOCAL 1 ESTUDIANTES DE TURISMO**

**Eddy:** ¿Qué les motiva a visitar un festival turístico? En general.

**Ginger:** Conocer lo que tiene el festival. No sé, algo de los paisajes de los lugares que se ofrezcan ahí en el festival y que tenga este sector, ese territorio, comida, La forma de vivir de las personas.

**Dennisse:** Si te refieres a un festival turístico, o sea que sea completamente la temática sobre el turismo y lo que conlleva la carrera, yo creería que, o sea, si no fuera una persona que está cursando la carrera de turismo, pues creo que me llamaría mucho la atención que tipo de formación tiene una persona que estudia turismo, en que ámbitos profesionales se puede desarrollar y aparte obviamente el atractivo, los atractivos naturales, culturales y entre otras cosas así. Creo que eso me llamaría mucho la atención de un festival turístico, ya de otro tipo de festivales, pues ya dependería mucho de la temática, ¿no?

**EDDY:** ¿Qué atractivos o actividades ustedes creen que deba tener un festival turístico realizado por La ESPOL o por politécnicos?

**Alejandra:** Te digo que ahora los stands de básicamente proyectos que se hayan realizado o alguna, por ejemplo, sería interesante que, aunque no solamente hagamos un estudio, un proyecto, sino que también veamos y demos seguimiento si nuestro proyecto fue productivo, ya entonces como que ahí si valdría la pena para poder exponerlo y demostrar que hicimos un cambio con nuestros conocimientos.

**María de los Ángeles:** en mi caso, creería que algo que tiene la ESPOL, que es bastante único, es la parte natural que tiene. Entonces habría que buscar la forma de que eso también se conozca. Que se incluya de alguna manera esa parte natural que no sé si mostrar. ¿Cuánta naturaleza tiene? ¿Qué tiene de único en la parte natural? que no tienen otros lugares. Eso creería que es importante también.

**Ginger:** Yo concuerdo, aparte me gustaría ver lugares que no se conoce mucho, que se los puede investigar y que estén adecuados para visitarlos o que se puedan explotar, porque tampoco pueden ser lugares que no hayan tenido alguna revisión y si no se los puede visitar o no tengan las adecuaciones, señalética, cuidado, seguridad que necesita un lugar, un atractivo y eso pienso que serían lugares que estén adecuados para poder visitarlo, que tengan todas las medidas o la accesibilidad, ya sea conocidos o no tan conocidos, pero que se puedan visitar.

**EDDY:** ¿Qué actividades sugieren ustedes que debería tener un festival turístico?

**Dennisse:** Tal vez resaltando un poco la cultura o gastronomía o cosas así de la provincia, tal vez. Creo que algunos hemos visto la materia de itinerario de guianza. Guianza es un muy buen ejemplo de lo que se podría realizar en un en un festival. Así es que vamos a resaltar, por ejemplo, la cultura gastronomía de aquí de la provincia, se puede hacer un festival con la parte gastronómica por un lado y por otro lado de la parte cultural un poco histórica, con tradiciones, vestimenta artística también, que cosas tradicionales como juegos, música, todo eso creo que también. Podríamos resaltar de música. Julio Jaramillo, que es un ícono en lo que es

música más tradicional, me gustaría ver también talleres de gastronomía, que me enseñen a hacer algún plato, creo que eso aportaría mucho en un festival.

**EDDY: ¿Qué temas ustedes creen que deberían abordar los estudiantes de la carrera de Turismo?**

**Alejandra:** Diría que a medida que vayan ocurriendo las ediciones, vayan jugando con las temáticas. Puede ser una parte tipo de turismo. Digamos que la primera edición lo puedas ver en turismo de naturaleza, ya sea sobre la temática naturaleza y se expongan ciertos destinos a nivel nacional, o puedes tomarlo de cierta manera más regional, una temática regional. La primera edición, puede ser de la costa y ahí sí vas a abordar gastronomía, atractivos y servicios más importantes que hay. Pero como primera edición lo importante sería, creo que activarse con lo que es nuestra propia provincia, conociendo primero lo nuestro. Y también es necesario resaltar ciertos centros de emprendimientos que puede ser que. Que le dan más potencial a la oferta de que se desarrolle aquí en la provincia del Guayas.

**GRACE:** Yo siento que algo que destaca mucho es que mostrar como uno como persona se siente identificado con el lugar donde se encuentra. Y lo digo por varios proyectos que hemos tenido en la universidad, como visitamos ciertos lugares donde las personas están totalmente arraigadas a su cultura y entonces todos los coches y edificios, o sea “wow”, que interesante, entonces es algo como que no sé, a mí me llama mucho la atención y es algo que destaca bastante cuando hay este tipo de ferias de eventos.

**EDDY: ¿Ustedes creen que algunos de los conocimientos que hemos adquirido a lo largo de la carrera que se deberían reforzar y de esta manera usar el festival turístico para reforzar estos conocimientos que tal vez quedaron un poco vacíos?**

**Alejandra:** Yo digo, no por la profesora, sino porque no tuvimos la oportunidad de hacer nada práctico ahí, conservación en turismo y desarrollo sostenible en turismo están justamente

las dos, porque la final solo fue teórico y teórico. Y no, no podemos aplicar eso realmente en un destino. Eso hubiera sido bonito.

**Dennisse:** Yo creería que sí. Sería bueno lo que tú dices, esto de que de alguna forma llenar esos vacíos que de alguna forma todos llegamos a tener en algún momento por diferentes circunstancias. Por ejemplo, al menos yo en alimentos y bebidas me tocó el tiempo virtual, entonces no pude llegar a hacer nada práctico. Obviamente mandaron hacer actividades y todo, pero sería chévere, al menos en el festival, hacer como una mini clase o un mini taller de gastronomía o coctelería, o así como una mini actividad donde estoy en un hotel, básicamente como un tallercito pequeño que ayuden a complementar esa falta de práctica que muchos no pudimos tener por lo de la virtualidad.

**Ginger:** Yo pienso que podría ser guianza. Yo vi virtualmente y no hicimos una práctica, no fuimos a un lugar y a guiar a un grupo de personas en operación turística. Así se hace, pero guianza específicamente. Eso no podría ser. Es un taller sobre cómo hay que guiar a un grupo de personas en cierto lugar, ya sea el lugar cultural, natural o el museo. Puede ser.

**EDDY:** **¿Qué elementos culturales o tradicionales les gustaría presenciar en durante este festival?**

**Alejandra:** [00:19:31] Bueno, a mí me gustaría muchísimo la parte artística. Digamos que interpretar cierta música folclórica, no solamente hablar de un pasillo y ya, si no, no música andina, algo que te haga sentir como que estás en ese destino. Me pareció interesante conceptos de lo que hace un rato, de que hay varias entidades como guianza, como el taller. Entonces el festival sería bueno que recoja todo eso. Tal vez como por ejemplo, tal grupo decidió que la actividad que quiere hacer es irse en un tour por la ESPOL, mientras que otro grupito pagó el ticket para poder irse a dar un taller de una receta por parte de los estudiantes de alimentos y bebida. Entonces es como que haya un stand, stand up o actividades simultáneas que la persona misma elija qué hacer.

**EDDY: ¿Ustedes pagarían por estos tipo de talleres o actividades extra del festival que están proponiendo?**

**Alejandra:** Pues yo pienso que la gente pagaría, pues si hubiera algo de por medio de si va a ser un tour, va a ser una experiencia que le sacan una foto y a verla. Cierta cooperación, tal vez con las facultades de artes.

**Dennisse:** Yo secundo la idea de Alejandra. O sea, lo que dice, o al menos yo consideraría que si pagaría por entrar a recibir lo que yo misma voy a hacer, lo que yo voy a elaborar. Ya te decía de hacer una manualidad con plastilina o con una masa, algo que sea que cómo hacerlo, algo así. Entonces considero que sí es una buena forma de como que la gente no va a decir ah, eso es que yo estoy regalando mi dinero, sino que básicamente lo estás invirtiendo en ti mismo, porque muchas personas tienen esa idea de que ah, no, no voy a pagar esto porque es como que lo estoy regalando, no, sino que van a sentir que ese dinero va a regresar y va a servir para su formación y la experiencia.

**EDDY: Bueno, hablando un poco de las presentaciones artísticas que se pueden llevar al festival. Ustedes prefieren que estas presentaciones se lleven a cabo por los estudiantes o que sea por gente profesional, como lo ven.**

**Alejandra:** Lo ideal sería por los propios alumnos, obviamente para que todo se redistribuya. Pero si contratamos gente afuera, al menos para un inicio, no estaría como un óptimo ya después, por ejemplo, si yo dependiendo las actividades requieran un mayor conocimiento, hasta los profesores no se puede sumar a hacer la actividad porque son los que saben más que los otros.

**Dennisse:** Sí, yo también considero que sería muy bueno hacerlo por parte de los estudiantes, si nosotros como profesionales, futuros profesionales de turismo, no tenemos esa práctica, así sean pequeños festivales, en un futuro, ya cuando estemos ejerciendo, básicamente vamos a hacer como que es una experiencia o esa vergüenza, por así decirlo, de llegar a hacerlo

profesionalmente. Entonces, ya teniendo esta base desde la universidad, es muy bueno para todo, para nuestra formación principalmente y para nuestro desarrollo profesional, un futuro que nos va a hacer sobresaltar de cierta manera. Preferible que los clientes. Aparte que equivale más gastos, más cosas que a la final no se puede, no se puede realizar bien, si no hay esas fuentes de ingresos.

**EDDY: ¿Creen que es positivo para el festival ofrecer comidas y bebidas, que tipos prefieren?**

**Ginger:** Sí. ¿Comida local? ¿Alguna chicha? No sé. Como bebida o avena. Y comida así. Guayaco. Puede ser. No sé. Así. Snack. Aperitivos y. Y la comida que se va a ofrecer también en el festival que va a ser preparada por los estudiantes. Y así que sea de la ciudad. Y después que cuando ya se haga en otro lugar fuera de la es porque ya pueden hacer comida nacional.

**EDDY: Cree que es positivo que los estudiantes de la carrera, venda este tipo de comida o que se contraten expositores o restaurantes externos para que vendan dentro. ¿Cuál es su idea?**

**Alejandra:** Pueden ser de ambas, porque como ya existe el Festival Ama la jama y digamos que también son una parte para conocer de buena manera la oferta que tiene tal destino y también para conocer los emprendedores. Así como una vez hubo un Lindo festival de productos veganos en la ESPOL, solo hubo una edición Mala suerte y fueron varios emprendedores que daban sus productos y obviamente la Espol les dejaba su espacio, ni siquiera necesitaba pagarles a estas personas emprendedoras, sino que ellos mismos tenían las pasiones.

**EDDY: ¿Qué piensas que un puesto vegano es importante? O sea, para saber de qué otra forma puedes comer dentro de tu provincia.**

**Alejandra:** Sería interesante que así de todas maneras consideren dietas especiales y aunque haya una opción vegetariana, por lo menos no vegana, pero sí vegetariana.

**EDDY:** ¿Creen que es importante dar a conocer a los visitantes del festival lo que es la carrera de turismo como tal y si tienen alguna idea de cómo hacerlo, se le ocurre algo?

**Ginger:** Por ejemplo, familiares cuando nos preguntan ¿De qué vas a trabajar cuando egreses, Vas a ir a un o a un hotel o aeropuerto? Es lo primero que piensa. Piensa que están en sobrecargo, pero no conocen a operación turística. Agencia de viajes. Ahora se conoce un poco más Guianza. Bueno, sí, también. O sea, como que lo más común es hacer una exposición o mostrar videos de lo que no se conoce mucho de la carrera.

**María de los ángeles:** Agregarle algo que creo que también es importante la postproducción, lo que pase después del evento, porque puede que ahí se les diga a las personas que estamos organizando estudiantes de turismo o gente de turismo, pero después de eso ya no, no se hace mucha difusión en medios o bueno, en Instagram y las redes sociales básicamente. Entonces como que no se sabe que pasó eso, sino que solo se queda con los que asistieron. Entonces para que se conozca y se tenga noción de que podría haber una segunda edición siempre. Bueno, como que lo que pasa después del evento, la posproducción.

**Ginger:** Al festival podría llegar también algo del Ministerio del Turismo y dar un poco una explicación exposición de lo que es la planificación, de cómo ellos manejan el turismo desde ese punto y algo mostrar de transparencia, porque ellos cada año también muestran lo que hacen o lo que hicieron. Entonces pueden como que resumir lo que hicieron en ese año o lo que van a hacer. Y así las personas cuando hace un poco de planificación turística desde alguien que ya lo está haciendo. Sí, de parte del Ministerio.

**EDDY:** ¿Por dónde les gustaría enterarse el festival?



**Dennisse:** Creería yo que Instagram es un muy buen medio por el cual uno se puede enterar de este tipo de actividades. Instagram es un muy buen canal, de ahí Facebook. Bueno, en lo personal no uso, entonces creería que no. Compartir por los grupos de WhatsApp, que regularmente también es donde uno se va compartiendo información que le parece importante a un grupo en específico o para que ayuden. Por ejemplo, cuando están estos festivales en festival gastronómico en grupo se comparte mucho esto de los flyers. Entonces así la gente y amigos y de todos lados de la universidad se enteran de los eventos.

**EDDY: Alguna, alguna sugerencia o comentario final**

**Ginger:** A mí sí me gusta la idea del festival. Que sea variado, que tenga invitados, que tenga talleres y que sea para todos los Estudiantes de la ESPOL, que conozcan más la carrera, conozca un poco más de Guayaquil, un lugar que no se conoce y si es para mí está bien. Me gusta.

**Alejandra:** Sí, a mí también me gustaría que también tenga la participación de todos los profesores, o sea, que todas las personas se involucren para que, como voy a decir, también sea un aporte para los propios alumnos de turismo.

**María de los Ángeles:** Yo, en cambio, era algo que quería decir a hace un rato, pero se me fue y no lo dije. Era que creo que es importante también que se materialice. O sea, si yo voy, por ejemplo, yo quisiera que la experiencia si fue la guianza, si fue el taller o si fue el concierto, o si fue lo que sea que sea que yo al final tenga algo que me lo recuerde, entonces no solo que quede en mi memoria, sino que haya como un tipo de recuerdo, tal vez que no sea tan caro, pero que se materialice la experiencia. Eso creo que para mí siempre es importante.

**Dennisse:** Estoy de acuerdo. Es una muy buena idea, la verdad. Eso de retomar este tipo de ferias. Simplemente están orientadas como que a nuestra carrera. Y bueno, también que te da una visión diferente de lo que estamos estudiando, de hacia dónde vamos al resto de las

personas, no solo para nosotros, sino por el resto de las profesiones y carreras que hay, me parece una muy buena idea.

## APÉNDICE C

### GRUPO FOCAL EXTERNOS

#### **Eddy Leandro Delgado Leon**

Perfecto, bueno, ahora que nos conocemos todos, me gustaría empezar un poco por conocer acerca de ¿qué los motiva a ustedes a visitar un festival turístico en general?

#### **Marianna Mercedes Ponce Acuna**

Creo que el conocer nuevas culturas, el conocer nuevas culturas, nuevas personas, experiencias distintas que vayan a aportar los festivales.

#### **Eddy Leandro Delgado Leon**

¿OK?

¿Alguna otra idea?

#### **Luis Andrade**

A mí me llama la atención a las comidas, se me viene a la mente la gastronomía.

#### **Eddy Leandro Delgado Leon**

¿Que se ofrezca astronomía?

#### **Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

A mí el tema de destinos turísticos como tal, de conocer lugares, paisajes.

#### **Eddy Leandro Delgado Leon**

¿Qué aspectos del turismo ustedes consideran que podrían ser interesantes destacar en un festival turístico?

#### **Luis Andrade**

Cómo dice el compañero Sebastián, o sea, destino turístico, que hagan énfasis de lugares emblemáticos, cosas importantes a destacar de la ciudad o todo el país, culturas, gastronomía.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

¿Hablando un poco de la gastronomía, por ejemplo, de qué lugar te gustaría conocer?

¿O no has probado?

**Luis Andrade**

O sea, si hablamos de Ecuador como tal, de la Amazonía, la verdad nunca he visitado la Amazonía, he visto fotos y videos de que hay lugares hermosos y obviamente he visto fotos y videos de alimentos que la gente consume allá como chontacuro y cosas, así que nunca he probado, pero sería interesante conocer.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

OK, Sebastián ¿Qué tipo de información te gustaría conocer? ¿O esperarías Adquirir en un festival turístico?

**Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

A mí en lo personal me interesan como estadísticas tal vez el tema de que cuáles son los sitios más visitados, que culturas son más visitadas que de qué nacionalidades visitan más ese lugar en lo personal.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Muy interesante...

Se podría llevar a cabo también dentro del festival el tema estadísticas.

Dentro de lo que son tipo manifestaciones culturales o tradicionales que se dan dentro de un evento.

¿Que qué les gustaría presenciar en un festival turístico de la ESPOL?

**Jocelyne Nikole Miranda Leon**

Bueno, me gustaría ver presentaciones tradicionales con su propia vestimenta y que representen su cultura en el escenario.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

otra idea de otro tipo de actividades que les gustaría les gustaría presenciar en el festival turístico

José Daniel, alguna idea?

**José Daniel**

Sí, a mí me gustaría algo tipo artístico, pintura, arte. Ahora está bastante de moda el tema, no sé hacer como jarrones o cosas de cerámica a mano, algo así me parece como para hacer algo distinto, adaptar las costumbres que ya existen y que creo que siempre las ponen en estas ferias a algo un poco más nuevo y así atraes como gente no nicho.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

¿Qué opinan ustedes de las de las presentaciones artísticas que se pueden dar en el festival? ¿Ustedes preferirían que sean llevadas a cabo por estudiantes de la de la carrera mismo o prefieren que sean llevadas a cabo por profesionales?

**Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

Ahora estudiantes.

Yo prefiero.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

¿OK?

¿Están todos de acuerdo?

**Marianna Mercedes Ponce Acuna**

Sí comparto la idea.

**José Daniel**

Sí, de acuerdo.

**Luis Andrade**

En mi caso preferiría que sea como personas autóctonas de la zona.

Para que sea más natural y muestren mejor su cultura, por ejemplo: Si son personas esmeraldas, esmeraldeños que toquen o bailen la marimba o cosas así.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Jocelyne?

**Jocelyne Nikole Miranda Leon**

Comparto con José Daniel.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Estarían dispuestos a pagar por talleres que sean llevado a cabo por estudiantes de la Carrera, un ejemplo;

¿Un taller de cómo preparar una guatita que dure 30 minutos?

**Marianna Mercedes Ponce Acuna**

Creo que involucraría mucho la temática, o sea, creo que sí estaría dispuesta, pero si estoy interesada, entonces, dependiendo mucho del tema o de lo que se vaya a impartir, entonces podría interesarme y a la final si pagar.

**Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

Sí, también, o sea, si es realmente interesante, pero si hubiese que evaluar si estoy dispuesto a pagar también tendría que pensar, pero sí, de hecho, me interesaría mucho como que aprenderé estas cuestiones.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

OK

José Daniel algo que acotar?

**José Daniel**

Yo lo pagaría siempre y cuando la persona que vaya al taller tenga alguna relación con el plato o lo que va a preparar que sea autóctono por ahí. Si es algo de la Amazonía y viene alguien que yo sé que es de aquí. Por ahí no me interesa tanto. ¿Cuál es la diferencia realmente? Pero si viene alguien de allá.

Que tiene varias varios años de experiencia haciéndolo, si me puedo estar animando.

**Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

Si se puede traerlos, enhorabuena, si no, yo confío en que los estudiantes han estudiado bastante la cultura y demás.

**Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

Con el tema de los talleres, me gustaría que, de llevarse a cabo el taller, sea bastante dinámico el tema de que los participantes puedan hacer algo en sus manos por ejemplo, participar y que se hagan concursos.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Al no tener ustedes, o sea, al tener poco conocimiento de lo que es la carrera de turismo.

¿Qué más le gustaría presenciar, que se les venga a la mente?

**Luis Andrade**

Cosas que, por ejemplo, esa idea de los talleres está súper Chévere porque, por ejemplo. Se pueden hacer o mostrar pinturas de diferentes culturas, artesanías, que se muestren y te enseñen a usar herramientas de caza de diferentes culturas y cosas así.

**Marianna Mercedes Ponce Acuna**

También creo que la animación durante el festival es importante, o sea no solo asistir y como que sea algo que yo pueda ir a visitar, sino como que el ambiente sea agradable para que yo disfrute el momento en que voy a estar ahí.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Bueno, un poco para ir terminando. ¿Cómo le gustaría que se promoció festival dentro de la universidad?

¿Por dónde les gustaría enterarse del del festival?

**Marianna Mercedes Ponce Acuna**

Creo que actualmente, por medio de redes sociales, o sea por medio de video, no es por medio de imágenes, historias.

### **Sebastián Armando Cobos Zúñiga**

Cuentas de la ESPOL, colaboraciones con facultades.

### **Luis Andrade**

Es correcto. Es comparto lo que dice el compañero Sebastián. En realidad, las redes sociales de los de las federaciones estudiantiles de la universidad, veo que se mueven bastante.

Entonces. Colaboraciones de esas redes sociales que pueden servir mucho para publicitar el festival, es más, creo que el correo es de la universidad, no sería tan estratégico porque creo que muchos dejamos almacenar correos en nuestro correo de la universidad, así que tal vez se puede pasar por alto.

### **Jocelyne Nikole Miranda Leon**

Otra herramienta puede ser en algún afiche, por ejemplo, en espacios comunes como FEPOL, en donde se concentran bastantes alumnos, nos puede llamar la atención y enterarnos un poco más el festival.

### **Luis Andrade**

Quería sugerir que buscar gente de otras carreras o de otras facultades a que sean voluntarios para el festival, por ejemplo, como decir compañero Sebastián, en estadísticas al final se puede armar en un stand de gente de otras facultades. A mí me gustaría que me inviten y aportar con algo.

### **Eddy Leandro Delgado Leon**

Alguna otra recomendación o pregunta para para finalizar cualquier idea loca o que se les ocurra ahora o en el futuro, estamos abiertos a escuchar porque al fin y al cabo el festival es de la carrera de turismo, pero es para todos.

Y bueno, eso sería todo, chicos.

Muchísimas gracias por su tiempo y participación.

# APÉNDICE D

## ENTREVISTA A PADRES

### YOMAHIRA LARA

Bueno, buenas tardes, mi nombre es Yomaira Lara.

Tengo 43 años y soy mamá de un alumno de la ESPOL, de la carrera de Turismo

### Eddy Leandro Delgado Leon

Para empezar, me gustaría saber qué le gustaría encontrarse en un festival de la carrera que su hijo, está cursando.

¿Cualquier idea?

### YOMAHIRA LARA

O sea, es como una feria donde el turismo pueda abrir sus puertas para exponer, lo que representan como ciudad, que se presenten lugares representativos o lugares que tal vez no son muy conocidos que me interesen.

### Eddy Leandro Delgado Leon

¿Qué tipo de información le gustaría obtener de los estudiantes?

### YOMAHIRA LARA

Sería interesante conocer un poco la historia y platos típicos, la gastronomía es importante.

### Eddy Leandro Delgado Leon

¿OK? Entiendo y hablando un poco de las manifestaciones culturales o tradicionales tipo; música, danza, artesanías. ¿Qué le gustaría encontrarse?

### YOMAHIRA LARA

Yo de todo porque soy una mujer curiosa y me gustaría conocer a profundidad más a lo que es el turismo en el país por medio de las fiestas típicas de cada lugar, a profundizar más de las ciudades, de las provincias, sus culturas, etnia.

Todo relacionado con lo que es el turismo.

### Eddy Leandro Delgado Leon

¿Y en base a qué más le gustaría que fuera la exposición, temática?

### YOMAHIRA LARA



La temática para mí sería bueno que fuera por provincias, que se vaya conociendo cada provincia sería interesante.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Tiene alguna idea de cómo puede aplicar su hijo los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en un festival turístico de este tipo?

**YOMAHIRA LARA**

Verdaderamente no tengo idea como pueda estar relacionado el festival con lo que estudia mi hijo.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Le gustaría ver una simulación de lo que pueden hacer los estudiantes, de lo que puede hacer su hijo, en este caso en el ámbito profesional, ¿durante el festival?

**YOMAHIRA RAQUEL LEON LARA**

Sí.

Obviamente, para conocer su capacidad y lo que ha aprendido que le va a servir para su futuro.

**Eddy Leandro Delgado Leon**

Hay alguna inquietud o alguna pregunta que le gustaría plantear a los organizadores del festival turístico?

**YOMAHIRA RAQUEL LEON LARA**

Ah, no, no tengo preguntas, solamente que profundicen más al tema del turismo por cada provincia, culturas, comidas típicas y todo lo todo lo que concierne al turismo, porque estamos un poquito a falta de conocimientos de turismo.

# APÉNDICE E

## FICHA DE LOCACIÓN

**PAÍS** Ecuador

**CIUDAD** Guayaquil

**FECHA** 04/08/2023

**TIPO DE LOCACION:** Coliseo

**DIRECCION:** Perímetro de Campus ESPOL

**PERSONAL DE CONTACTO:** Ricardo Moncayo

**CLIENTE:** Romero Montoya María Elena

**FECHA DEL EVENTO/ NUM INVITADOS:** Año 2024

**WEB PAGE:** <https://www.espol.edu.ec/es>

**E-mail:** [gerenadm@espol.edu.ec](mailto:gerenadm@espol.edu.ec)

**Teléfonos:** 042-269-188

OBSERVACIONES ACCESO AL SITIO		
TRAFICO		
Fluido		
ESTADO DE CARRETARA	SEÑALIZACION VIAL	
Bueno	Vía bien señalizadas	
ACCESO NOCTURNO		
No aplica		
ACCESO DIURNO		
Si aplica		
	Persona responsable:	Fecha límite:

ARRIBO A LA LOCACION	Nombre de Personal:	Impresiones	Muy bueno
<b>ESTADO GENERAL DE LA LOCACION IMPRESIONES:</b>			
Es de fácil acceso, las vías están señalizadas y el edificio también, hay parqueos y guardias, además camerinos y zona que se puede hacer uso de cocina.			
SEGURIDAD PERIMETRAL:	ESTACIONAMIENTO /PARQUEADERO:		
Si aplica	NUMERO DE COCHES <b>45</b>		
<b>FRENTE Y CONTRAFRENTE</b>			
Frente disponible al parqueo y contrafrente salida al exterior (vegetación)			
<b>Conclusiones:</b>			
Nivel de Peligro Locativo <b>Bajo</b>			

# OBSERVACIONES INGRESO LOCACION

Elementos Inamovibles exterior	Piscina - Lago artificial	Playa
PERMISOS AL DIA BOMBEROS <b>SI</b> NO	BROMATOLOGIA <b>SI</b> <b>NO</b>	EXTINTORES <b>SI</b> NO

## ACCESOS PRINCIPALES

Entrar por la avenida principal de ESPOL, se debe dirigir hasta el edificio de bienestar estudiantil, justo detrás de ese edificio se encuentra el Coliseo Nuevo AD3.

ESTADO DE GABINETES HIGIENICOS <b>Bueno</b>	CANTIDAD DE GABINETES HIGIENICOS <b>4</b>
<b>SISTEMA ELECTRICO EXTERNO</b> / GRUPO ELECTROGENO	INCLUIDO EN PRESUPUESTO <b>SI</b> NO

## ACCESO A COCINA Y METRAJE

No aplica

## DISPOSICION DE SECTOR VESTUARIO PARA PERSONAL DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Cuenta con un vestidos para mujeres y otro para hombres.

DISPOSICION DE OFICINA PARA W&EP	SALON PRINCIPAL MEDIDAS	OTROS ESPACIOS
INGRESO DE PROVEEDORES DOCUMENTOS <b>SI</b> NO	65x40 m aprox	

## HORARIOS DE SERVICIO

ENTREGA DE SALON PARA MONTAJE:

Se coordina con gerencia administrativa.

ESTADO GENERAL DE LA LOCACION IMPRESIONES: **BUENO** REGULAR  
MALO MUY MALO

HORARIO DE FINALIZACION DE FIESTA POR LEY 17:00

## HORARIO DE CIERRE 17:00

## COMENTARIOS

EXIGENCIAS: Enviar carta para permisos.

Coordinar electricidad con personal.

## COSTO DEL SALON

Sin costo

INGRESO Y CONTRATACION LIBRE DE PROVEEDORES EXTERNOS **SI** **NO**

COMENTARIOS Se debe enviar carta con nombre de proveedores para que permitan el ingreso.

EXIGENCIA FIRMA DE CONTRATO CLIENTE <b>SI</b> NO	DEPOSITO POR ROTURAS	<b>SI</b> <b>NO</b>
EXIGENCIA DE SEÑA ANTICIPO DE RESERVA % No aplica	SALDO A PAGAR	0

## APÉNDICE F

### Preguntas de encuestas de satisfacción

**1. ¿Cómo calificaría su experiencia en el festival turístico?**

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

**2. ¿Qué actividades del festival disfrutó más?**

Presentaciones artísticas

Talleres prácticos

Exposiciones de stands

Concursos

Otro (especificar)

**3. ¿Cómo calificaría la información expuesta en los stands?**

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

**4. ¿Cómo calificaría las presentaciones artísticas del festival?**

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

**5. ¿Qué tan satisfecho está usted con la temática del festival?**

Muy insatisfecho

Insatisfecho

Neutral

Satisfecho

Muy satisfecho

**6. ¿En qué medida siente que el festival le ayudó a conocer un poco más de la oferta turística del Ecuador?**

Mucho

Más o menos

Normal

Casi nada

Nada

**7. ¿Después de asistir al festival tiene claro los ámbitos en los que puede desempeñarse profesionalmente un graduado de turismo?**

**SI**

**NO**

**8. ¿Qué tan satisfecho está usted con el valor de la entrada al festival?**

Muy insatisfecho

Insatisfecho

Neutral

Satisfecho

Muy satisfecho

**9. ¿Recomendaría este festival a otras personas en sus futuras ediciones?**

Si

No

Tal vez

**10. ¿Alguna sugerencia o aspecto que podría mejorarse para futuras ediciones del festival?**

## **APÉNDICE G**

**FOTOS LOCACIÓN**



