

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Diseño de una experiencia turística gastronómica para la
Dirección de Turismo del GAD Municipal de La Libertad

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Rubén Santiago Molina Carrión

Alex Fernando Peña Bravo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto va dedicado a cada docente que pudo compartir conmigo sus conocimientos, en especial al profesor Mathias Pecot, por ser un gran docente y tutor para este proyecto, y a la profesora Lady Soto, por el amor que tiene hacia la docencia y por transmitirme amor hacia la carrera.

- Alex Fernando Peña Bravo

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a toda mi familia, quienes residen en las ciudades de Quito y Samborondón, a mis abuelos, tíos y primos quienes siempre han seguido y apoyado todos mis proyectos de vida con mucha fe y entusiasmo.

A mis compañeros de graduación, esperando que puedan utilizar este proyecto como un recurso adicional para crecer en su vida profesional.

Y a mis maestros, quienes han forjado mi conocimiento y habilidades con el objetivo claro de generar un cambio positivo en el entorno profesional de mi país.

- Rubén Santiago Molina Carrión

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, que durante toda esta etapa me han ayudado y apoyado, ya sea recogéndome por las noches después de clases o levantándome en la madrugada para poder estudiar para mis exámenes o de las uno y mil formas que lo han hecho hasta ahora. Gracias por formarme con tan buenos valores e inculcarme a ser mejor persona.

A su vez, agradezco a cada persona que me ha acompañado hasta ahora y que me acompañó en alguna etapa de mi carrera, en especial a mis amigas/os con los que celebré cada logro y con los que estudié para cada examen. Gracias por aportar en mi crecimiento personal y académico, son los mejores.

A mi enamorada Melany, quien pudo estar al final de este trayecto y que ahora celebra conmigo.

Rubén, mi amigo y compañero, sin ti este proyecto no sería tan espectacular.

Por último y no por ello menos importante, a mí, por haber tomado la decisión de escoger esta carrera. Eres lo máximo.

- Alex Fernando Peña Bravo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a mis padres y hermano, por haberme criado en un núcleo familiar lleno de amor, y por haberme dado desde que nací, las herramientas necesarias para crecer como un ser humano ejemplar, inteligente, responsable, feliz y apasionado por su trabajo.

A mi compañero Alex Peña, quien demostró ser un profesional audaz y perseverante en el desarrollo de este proyecto, y quien me ha demostrado ser un verdadero amigo.

Al profesor Mathías Pecot, quien a través de sus conocimientos supo guiarme a lo largo de todo el desarrollo del proyecto.

Y a mis amigos y amigas, quienes me acompañaron desde mi educación básica en la ciudad de Quevedo, y quienes me recibieron en la ciudad de Guayaquil como uno de los suyos, agradezco que hayan hecho de mi vida universitaria un viaje lleno de experiencias y emociones únicas que preservaré por siempre y con mucho aprecio en mi alma.

- Rubén Santiago Molina Carrión.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Rubén Santiago Molina Carrión* y *Alex Fernando Peña Bravo* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Rubén Molina Carrión



Alex Peña Bravo

EVALUADORES

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Pecot', enclosed within a large, hand-drawn oval shape.

Mathias Pecot

PROFESOR DE LA MATERIA

RESUMEN

Un factor importante para que un destino sea considerado turístico es el conjunto de emociones y sentimientos generados en el turista que lo visita. Aquellas **experiencias turísticas** complementan la creación de la identidad del destino y de sus elementos principales como atractivos y productos. En la ciudad de estudio, La Libertad, ubicada en la provincia de Santa Elena, se logró identificar un conjunto de problemáticas de carácter social, político y económico, que han perjudicado por generaciones al cantón. Sumado a estos problemas, la afección causada por el COVID-19, que aún es perenne a nivel mundial, representa un complemento altamente negativo ante la situación actual identificada.

A raíz de aquel estudio, se evidenciaron las consecuencias originadas por la problemática identificada, concluyendo en un problema principal para el sector turístico siendo este el ¿Cómo la situación negativa del cantón influenciaba en la generación de experiencias turísticas para su territorio? Aquella interpretación dio paso a un cambio de perspectiva del problema, convirtiéndolo en un desafío. En cada etapa asumida del proceso de empatización y exploración de la situación del destino, el entendimiento de sus necesidades y prioridades fue cada vez más claro, permitiendo abordar de forma eficaz la generación de ideas que cumplan con los requerimientos.

Con ello nace el proceso de diseño de tres prototipos de baja resolución de los cuales, luego de un periodo de evaluación y prueba, se planteó seleccionar a aquel que tuviera un mayor porcentaje de efectividad en el cumplimiento del desafío planteado y en la resolución de problemas identificados. Una vez seleccionado, el prototipo fue mejorado a una propuesta de alta resolución, en la que se incluyó una serie de elementos adicionales con el objetivo de ser finalmente presentados ante el usuario final. Como resultado de análisis se concluye en un éxito total de la propuesta, destacando que, al ser tan cuidadosamente diseñados para obtener un porcentaje de éxito asegurado, cada prototipo abre la posibilidad para una ejecución futura.

Palabras clave: *Experiencia Turística – COVID - 19 – La Libertad – Resolución de Problemas.*

ABSTRACT

An important fact for a destination to be considered as “tourist” is the set of emotions and feelings generated in the tourist who visits it. Those **tourist experiences** complement the creation of the identity in the destination and its main elements such as attractions and products.

In the city of study, La Libertad, located in Santa Elena’s province, we had the chance to identify a set of social, political, and economic problems were identified, which have harmed the city for generations. In addition to these problems, the affection caused by COVID-19, which is still perennial worldwide, represents a highly negative complement to the current situation identified. As a result of that study, the consequences originated by the identified problems became evidents, concluding in a main problem for the tourism sector, this being “How did the negative situation of the city influence the generation of tourism experiences for its territory?”

That interpretation gave way to a change of perspective on the problem, turning it into a challenge. At each stage of the process of empathy and exploration of the destination's situation, and together with the active collaboration of the project's stakeholders, the understanding of their needs and priorities became clearer and clearer, allowing to effectively address the generation of ideas that meet the requirements. This led to the design process of three low-resolution prototypes of which, after a period of evaluation and testing, it was decided to select the one with the highest percentage of effectiveness in meeting the challenge posed and in solving the problems identified.

Once selected, the prototype was improved to a high-resolution prototype, in which a series of additional elements were included with the goal of being finally presented to the final user. As a result of the analysis, a total success of the proposal is concluded, highlighting that, as they were so carefully designed to obtain a guaranteed success rate, each prototype opens the possibility for a future execution.

Keywords: *Tourist Experience - COVID - 19 - La Libertad – Problem Solving.*

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO 1.....	12
1. Introducción	12
1.1 Antecedentes	13
1.2 Descripción del problema	14
1.3 Justificación del problema	15
1.4 Objetivos	17
1.4.1 Objetivo General	17
1.4.2 Objetivos Específicos.....	17
1.5 Marco teórico.....	18
1.5.1 Una experiencia turística	19
1.5.2 Recursos, atractivos y productos turísticos.....	20
1.5.3 El turismo y la gastronomía.....	21
1.5.4 El turismo cómo herramienta económica.....	23
1.5.5 La fortaleza de un equipo organizado.....	23
1.5.6 Una metodología contemporánea.....	24
1.5.7 ¿Un proceso de reactivación?	26
CAPITULO 2.....	28
2. Metodología	28
2.1 Herramientas para el cumplimiento del Primer Objetivo Específico	28
2.1.1 Metodología de investigación convencional.....	28
2.1.2 Metodología Desing Thinking.....	34
2.1.3 Metodología MURAL.....	38
2.2 Herramientas para el cumplimiento del Segundo Objetivo Específico	41
2.2.1 Metodología de análisis y discusión convencional.....	41
2.2.2 Metodología Desing Thinking.....	42

2.2.3	Metodología MURAL.....	44
2.3	Herramientas para el cumplimiento del Tercer Objetivo Específico	45
2.3.1	Metodología de evaluación convencional	46
2.3.2	Metodología Desing Thinkin.....	47
2.4	Construcción del criterio de rigor y ética.....	49
CAPITULO 3.....		52
3.	Resultados.....	52
3.1	Resultados obtenidos del Primer Objetivo Específico	52
3.1.1	Resultados de la metodología de investigación convencional	52
3.1.2	Resultados de la Metodología Desing Thinking	65
3.1.3	Resultados de investigación de la metodología MURAL	74
3.2	Resultados obtenidos del Segundo Objetivo Específico	77
3.2.1	Resultados obtenidos de la metodología de análisis y discusión convencional	77
3.2.2	Resultados obtenidos de la metodología del Design Thinking.....	79
3.2.3	Resultados obtenidos de MURAL.....	124
3.3	Resultados obtenidos del Tercer Objetivo Específico	125
3.3.1	Resultados de la metodología de evaluación convencional.....	126
3.3.2	Resultados de la metodología de Design Thinking	135
CAPÍTULO 4.....		156
4.	Conclusiones y recomendaciones	156
4.1	Evaluación del cumplimiento del primer Objetivo Específico.....	157
4.1.1	Un primer acercamiento.....	157
4.1.2	El momento de crear soluciones.....	158
4.1.3	Midiendo el impacto del proyecto.....	159
5.	ANEXO	161
6.	Bibliografía.....	167

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa de Santa Elena.....	13
Ilustración 2. Dinámica del problema principal	15
Ilustración 3. De recurso a producto turístico	21
Ilustración 4. Modelo doble diamante i3lab.....	25
Ilustración 5. Mapa de contagios de COVID-19 a nivel mundial.....	27
Ilustración 6. Árbol de Problemas.....	30
Ilustración 7 Mapa de empatía	36
Ilustración 8. Matriz de Prioridades Forzadas.....	37
Ilustración 9. Template User Research	39
Ilustración 10. Template Problem Prioritization	40
Ilustración 11. Template Focus Finder	41
Ilustración 12. Matriz de generación de Prototipos.....	44
Ilustración 13. Template Mind Map Brainstorming.....	45
Ilustración 14. Diferencias de prototipos de baja y alta fidelidad	48
Ilustración 15. Matriz “FeedBack”	49
Ilustración 16. Árbol de problemas	55
Ilustración 17. Resultados principales de la entrevista	57
Ilustración 18. Extracto de Entrevista vía ZOOM Meetings	57
Ilustración 19 Indique el motivo principal de su visita al cantón.....	58
Ilustración 20 Durante su visita ¿Usted se hospeda en algún establecimiento de la ciudad?.....	59
Ilustración 21 ¿Qué tipo de servicio alimenticio ha elegido durante su visita?	60
Ilustración 22 ¿Qué medio de transporte ha utilizado o planea utilizar durante su estancia en la ciudad?.....	61
Ilustración 23 Indique en cuál de estos atractivos Ud. estaría interesado en conocer el día de hoy o ya conoció.....	62
Ilustración 24. Mapa de empatía del cliente	66
Ilustración 25. Mapa de empatía del beneficiario	67
Ilustración 26. Mapa de empatía del usuario final	68
Ilustración 27. Template User Research completado	75
Ilustración 28. Template Problem Prioritization completado.....	76

Ilustración 29. Template Focus Finder completado	77
Ilustración 30 Reunión en modalidad de Focus Group	78
Ilustración 31. Journey Map escenario 1 – Primer prototipo.....	84
Ilustración 32. Journey Map escenario 2 – Primer prototipo.....	86
Ilustración 33. Componentes gráficos referenciales – Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)	95
Ilustración 34. Journey Map escenario 1 – Segundo prototipo	99
Ilustración 35. Journey Map escenario 1 – Segundo prototipo	100
Ilustración 36. Componentes gráficos referenciales – Segundo prototipo.....	111
Ilustración 37. Journey Map escenario 1 – Tercer prototipo	114
Ilustración 38. Journey Map escenario 2 – Tercer prototipo.....	115
Ilustración 39. Componentes gráficos referenciales – Tercer prototipo.....	124
Ilustración 40. Template Mind Map Brainstorming completado	125
Ilustración 41. Mapa del personal evaluador de las propuestas	127
Ilustración 42. Parte del personal evaluador junto a investigadores.....	127
Ilustración 43. Video interactivo de presentación de prototipo	129
Ilustración 44. Highlight del primer prototipo.....	131
Ilustración 45. Downlight del primer prototipo.....	132
Ilustración 46. Highlight del segundo prototipo.....	133
Ilustración 47. Downlight del segundo prototipo	133
Ilustración 48. Highlight del tercer prototipo.....	134
Ilustración 49. Downlight del tercer prototipo.....	134
Ilustración 50. Componentes del branding del prototipo escogido	136
Ilustración 51. Logotipo e Imagotipo – Propuesta Final.....	137
Ilustración 52. Diseño Publicitario – Propuesta Final.....	138
Ilustración 53. Diseño Publicitario – Propuesta Final.....	138
Ilustración 54. Diseño Publicitario – Propuesta Final.....	139
Ilustración 55. Diseño Publicitario – Propuesta Final.....	139
Ilustración 56. Diseño Publicitario – Propuesta Final.....	140
Ilustración 57. Diseño Publicitario número cinco – Propuesta Final.	140
Ilustración 58. Página Principal de Mock-up WEB – Propuesta Final.....	142
Ilustración 59. Recorridos de Mock-up WEB – Propuesta Final	143
Ilustración 60. Menús de Mock-up WEB – Propuesta Final.....	144
Ilustración 61. Sección Informativa de Mock-up WEB – Propuesta Final	145

Ilustración 62. Diseñadores de Mock-up WEB – Propuesta Final	145
Ilustración 63. Sección Informativa de Mock-up WEB – Propuesta Final	146
Ilustración 64. Cuenta institucional de Google – Propuesta Final	147
Ilustración 65. Página de negocios de Google – Propuesta Final	147
Ilustración 66. Perfil de Facebook de negocios – Propuesta Final	162
Ilustración 67. Página de negocios de Facebook – Propuesta Final	162
Ilustración 68. Cuenta de negocios de Instagram – Propuesta Final.....	163
Ilustración 69. Matriz de FeedBack – Branding	164
Ilustración 70. Matriz de FeedBack – Mock up WEB	165
Ilustración 71. Matriz de FeedBack – Redes Sociales.....	166
Ilustración 72. Matriz de FeedBack – Propuesta final.....	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fases de la Metodología de Design Thinking	26
Tabla 2. Fases uno y dos – Metodología de Design Thinking	34
Tabla 3. Fases tres y cuatro – Metodología de Design Thinking	42
Tabla 4. Formato de tabla de unidades – Metodología de Design Thinking	43
Tabla 5. Fase final de la Metodología de Design Thinking	47
Tabla 6. Tabla de hallazgos en Mapas de Empatía	70
Tabla 7. Tabla de insights o prioridades	71
Tabla 8. Tabla de análisis comparativo	73
Tabla 9. Tabla de unidades de medida completa	80
Tabla 10. Guía de implementación del primer prototipo	83
Tabla 11. Tabla de experiencias – Escenario 1 del primer prototipo	84
Tabla 12. Tabla de experiencias – Escenario 2 del primer prototipo	85
Tabla 13. Guía de implementación con cronograma - Primer prototipo	88
Tabla 14. Costo total de inversión - Primer prototipo.....	88
Tabla 15. Total de activos fijos - Primer prototipo	89
Tabla 16. Muebles y equipos de oficina - Primer prototipo	89
Tabla 17. Equipos de cómputo - Primer prototipo	89
Tabla 18. Equipamiento - Primer prototipo	90
Tabla 19. Infraestructura y señalización - Primer prototipo	90
Tabla 20. Total de activos diferidos - Primer prototipo	91
Tabla 21. Arrendamiento de bienes - Primer prototipo	91
Tabla 22. Gastos de investigación y desarrollo - Primer prototipo.....	91
Tabla 23. Gastos constitucionales por servicios notariales - Primer prototipo.....	91
Tabla 24. Capital de trabajo total - Primer prototipo	92
Tabla 25. Costos de producción - Primer prototipo	92
Tabla 26. Gastos Administrativos - Primer prototipo	93
Tabla 27. Gastos de ventas - Primer prototipo	93
Tabla 28. Capital de trabajo real - Primer prototipo	93
Tabla 29. Costos reales de producción - Primer prototipo	94
Tabla 30. Gastos Administrativos reales - Primer prototipo	94
Tabla 31. De ventas reales - Primer prototipo	94

Tabla 32. Guía de implementación del Primer prototipo.....	97
Tabla 33. Tabla de experiencias – Escenario 1 del segundo prototipo	98
Tabla 34. Tabla de experiencias – Escenario 2 del segundo prototipo	100
Tabla 35. Guía de implementación con cronograma - Segundo prototipo	102
Tabla 36. Costo total de inversión - Segundo prototipo.....	102
Tabla 37. Total de activos fijos - Segundo prototipo	103
Tabla 38. Muebles y equipos de oficina - Segundo prototipo	103
Tabla 39. Equipos de cómputo - Segundo prototipo	103
Tabla 40. Equipamiento - Segundo prototipo	104
Tabla 41. Infraestructura y señalización - Segundo prototipo	105
Tabla 42. Total de activos diferidos - Segundo prototipo.....	105
Tabla 43. Arrendamiento de bienes - Segundo prototipo	105
Tabla 44. Gastos de investigación y desarrollo - Segundo prototipo	106
Tabla 45. Gastos constitucionales - Segundo prototipo	106
Tabla 46. Capital total de trabajo - Segundo prototipo	107
Tabla 47. Costos de producción - Segundo prototipo	107
Tabla 48. Gastos administrativos - Segundo prototipo	107
Tabla 49. Gastos de ventas - Segundo prototipo	108
Tabla 50. Capital total de trabajo real - Segundo prototipo	108
Tabla 51. Costos de producción real - Segundo prototipo.....	109
Tabla 52. Gastos administrativos reales - Segundo prototipo	109
Tabla 53. Gastos de ventas reales - Segundo prototipo	109
Tabla 54. Guía de implementación del tercer prototipo	113
Tabla 55. Tabla de experiencias – Escenario 1 del tercer prototipo	114
Tabla 56. Tabla de experiencias – Escenario 2 tercer prototipo.....	115
Tabla 57. Guía de implementación con cronograma - tercer prototipo.....	117
Tabla 58. Costo total de inversión - tercer prototipo	117
Tabla 59. Total de activos fijos - tercer prototipo	118
Tabla 60. Muebles y equipos de oficina - tercer prototipo.	118
Tabla 61. Equipos de cómputo - tercer prototipo.....	119
Tabla 62. Equipamiento - tercer prototipo	119
Tabla 63. Infraestructura y señalización - tercer prototipo.....	119
Tabla 64. Total de activos diferidos - tercer prototipo.....	120
Tabla 65. Arrendamiento de bienes - tercer prototipo	120

Tabla 66. Gastos de investigación y desarrollo - tercer prototipo	120
Tabla 67. Gastos constitucionales - tercer prototipo	120
Tabla 68. Capital total de trabajo - tercer prototipo.....	121
Tabla 69. Costos de producción - tercer prototipo	121
Tabla 70. Gastos administrativos - tercer prototipo	122
Tabla 71. Gastos de ventas - tercer prototipo.....	122
Tabla 72. Capital total de trabajo real - Tercer prototipo	122
Tabla 73. Costos de producción real - Tercer prototipo.....	123
Tabla 74. Gastos administrativos reales - Tercer prototipo	123
Tabla 75. Gastos de ventas reales- Tercer prototipo	123
Tabla 76. Matriz de evaluación de prototipos	131

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
INEC	Instituto Nacional de Censo
MINTUR	Ministerio de Turismo
OMS	Organización Mundial de la Salud
OMT	Organización Mundial del Turismo
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
RTG	Ruta Turística Gastronómica
LP	Locals Point
PMT	Plaza Móvil Temporal

CAPITULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador, siendo un país inmensamente abundante, reconocido por sus riquezas culturales, históricas, gastronómicas y turísticas a nivel mundial, aún persiste en la búsqueda de poder aprovechar su verdadero potencial. Lamentablemente, aún en la actualidad existen sitios potencialmente atractivos, cuya presencia es ignorada ante los ojos competentes del mercado turístico.

A pesar de la gran complicación que esta situación simboliza, como profesionales, esto representa una gran oportunidad para poner a prueba todos los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso de formación académica. A través de la generación de propuestas para el desarrollo turístico óptimo de un destino, se espera ayudar a surgir a cada una de estas maravillas escondidas a lo largo de todo el territorio ecuatoriano.

Tal es el caso de La Libertad, una ciudad mediana ubicada en el corazón productivo de la provincia de Santa Elena, cuya situación a nivel turístico parece haberse estancado con el tiempo, dejando atrás el título de destino turístico, para ser reconocido únicamente a nivel nacional como un “buen sitio para hacer comercio”. El origen causal de esta hipótesis implica toda una dinámica de conflictos que concluyen en La Libertad perdiendo su identidad como un destino reconocible a nivel nacional.

El presente capítulo expone la identificación, análisis y conclusión de todas aquellas problemáticas que afectan directa o indirectamente a la actividad turística del cantón. Para ello se plantea un proceso de inmersión y reconocimiento de toda la información disponible acerca de La Libertad, con el objetivo de esclarecer su situación actual, y definir plantear una serie objetivos para la resolución eficaz de aquellos problemas.

1.1 Antecedentes

Hasta antes de 1918, La Libertad era denominada de forma oficial y legal como el recinto "Agujereada". Tras un proyecto de Ordenanza Municipal, presentado por concejales ante el consejo cantonal de Santa Elena, se aprobó el cambio de nombre a lo que es actualmente (Reyes & Colcha, 2018). El cantón cuenta con una geografía muy accidentada en su territorio, encontrando cerros, quebradas, esteros y pequeñas represas naturales de agua. De allí proviene el adjetivo de agujereada y la denominación "La Hueca" (Rosado & Villón, 2019).



Ilustración 1. Mapa de Santa Elena (Prefectura de Santa Elena, 2020)

El cantón La Libertad, representa 25,6 km² de superficie en lo que comprende la provincia de Santa Elena, con una población de 95942 personas según datos del último Censo Nacional de Población y Vivienda. (INEC, 2010). La localidad es un cantón urbano, sin parroquias rurales ni recintos, con una densidad poblacional de 3.747 habitantes por km². El cantón se encuentra ubicado en la parte más occidental de la provincia, entre los cantones Santa Elena y Salinas, siendo también una de las puntas más sobresalientes de Sudamérica desde el Canal de Panamá, tan solo superado en longitud geográfica por Punta Peña en Perú. La provincia de Santa Elena pertenece a la zona de Planificación 5 de la República del Ecuador. (INEC, 2010).

La actividad comercial, productiva, pesquera y artesanal posicionan al cantón como sitio de interés intercantonal e interprovincial (Peñañiel, 2021). El comercio es la actividad principal del cantón basado principalmente en la pesca y turismo, este último inicia desde enero hasta abril en donde recibe a turistas de la Costa, y desde julio

a septiembre donde el turismo proviene generalmente de la región Sierra. En su condición de balneario ofrece a sus visitantes actividades de pesca, snorkeling, fútbol playero y demás. La gastronomía es uno de los fuertes del cantón, presentando una variedad de platillos que van desde asados hasta comida del mar entre los que se destacan los mariscos y los peces (Rosales, 2018).

1.2 Descripción del problema

La Libertad siendo un eje valioso, comercial y productivo de la provincia de Santa Elena, presenta en la actualidad un preocupante conjunto de problemáticas de carácter social, político y económico que, tras el paso del COVID – 19 por el cantón, no han hecho más que empeorar el estado de la ciudad, siendo uno de los sectores mayormente perjudicados, el Turístico.

El Ing. Carlos Machuca, en representación del departamento de turismo del GAD Municipal de La Libertad como su director, expresó en el primer acercamiento por parte de los investigadores, su preocupación ante el bajo índice de turistas que actualmente visitan el cantón. Enunció a su vez que, tras varios intentos de conseguir una reactivación de las actividades turísticas en el destino, aún no ha logrado crear ninguna propuesta que resuelva satisfactoriamente aquellos problemas.

Entonces, la dinámica inicial en la que se define el problema general del destino se define con un patrón de secuencia continua en la que los problemas sociales, políticos, económicos y ambientales del cantón, afectan significativamente al desarrollo continuo de sus sectores productivos, enfatizando al sector turístico cuya decadencia genera una reacción en cadena afectando a los sectores productivos anclados a este.

La dinámica concluye en un problema principal, la pérdida de identidad turística del cantón y su olvido ante el mercado comercial. Al ser una hipótesis tan general, abarca un gran número de causas posibles lo que perjudica el desarrollo de propuestas de solución. Para resolverlo, se plantea una traducción eficaz que incluya la esencia del problema, pero cuyo enfoque permita la ejecución de una propuesta ejecutable.

De allí nace otra perspectiva del mismo problema, presentada como la falta de una generación de experiencias turísticas para el cantón de La Libertad.

Es así como se describe inicialmente al problema de La Libertad como un conjunto de problemáticas individuales cuya afectación perjudica el desarrollo óptimo de los sectores productivos del cantón, teniendo como consecuencia principal la pérdida de identidad turística traducida como la falta de generación de experiencias turísticas en el destino.

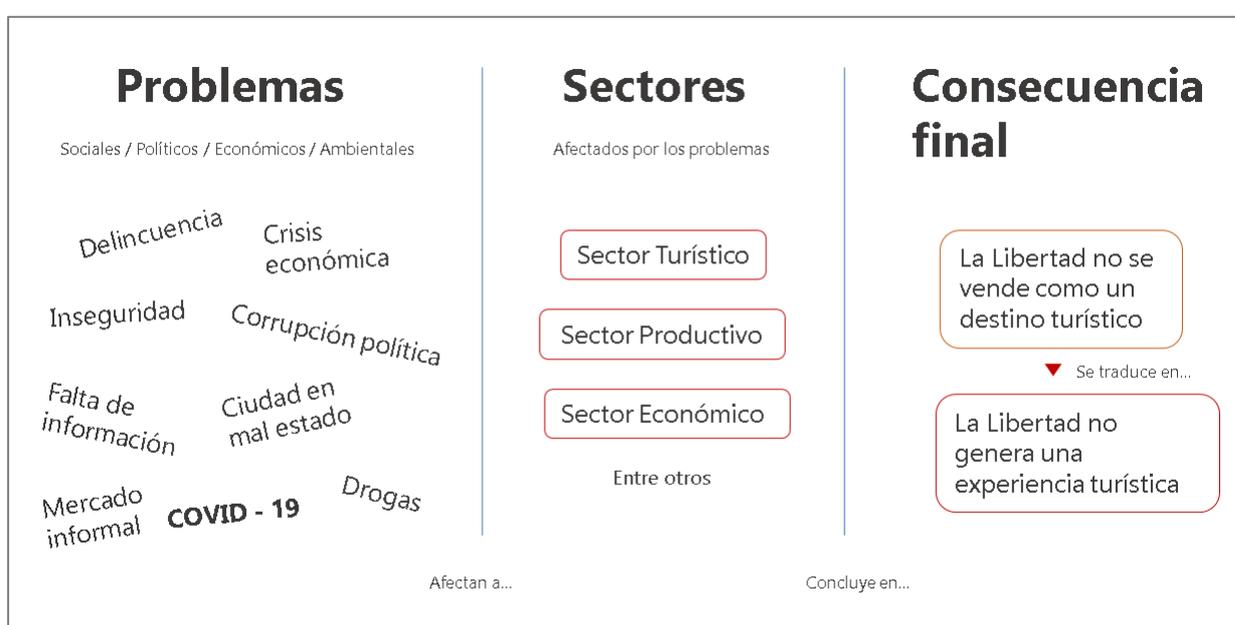


Ilustración 2. Dinámica del problema principal (Elaboración propia, 2021)

1.3 Justificación del problema

Diversas investigaciones demuestran que la satisfacción de un turista es un factor determinante en la construcción de la fidelidad hacia un destino, viéndose reflejado en el flujo de turistas que lo visitan (Franco & Naranjo, 2017). La calidad de una experiencia turística puede verse afectada por un amplio conjunto de factores, muchos de los cuales no están directamente relacionados con la adquisición de productos o servicios específicos, por ello, resulta crucial identificar y resolver aquellos elementos cuya afectación impida la generación adecuada de una experiencia. Este proceso asegura el éxito de cualquier destino turístico (Garduño & Cisneros, 2018).

El cantón de La Libertad se ha erigido en la Península de Santa Elena - Ecuador como uno de los centros más importantes en cuanto a actividades comerciales y de servicios, no obstante, y a pesar de compartir una vocación turística con los cantones aledaños, su situación turística solo ha ido empeorando con los años, esto debido a las constantes problemáticas a nivel social, político, económico y cultural que impiden el avance de este sector. (Apolinario, 2019).

Teniendo en cuenta que no solo las características del territorio e infraestructura son las que inciden en la toma de decisión del turista para visitar un destino, en la actualidad, situaciones como el surgimiento del COVID-19 han perjudicado aún más aquellas motivaciones, tras limitar drásticamente la dinámica turística en la que todos los destinos a nivel mundial se desenvuelven (Álvarez, Prado, & Barros, 2020).

La misma percepción del país como un destino de visita distó mucho de la mirada de los turistas tras el impacto de la pandemia por COVID-19 en el mundo. En la actualidad, tanto proveedores como turistas permanecen en un constante proceso de adaptabilidad para intentar recrear aquellas experiencias turísticas anteriormente vividas, o generar nuevas aún bajo el contexto de la situación actual.

La Libertad, siendo uno de los destinos más golpeados no solo por el contexto de la pandemia, sino por todos aquellos problemas sociales mencionados con anterioridad extiende su preocupación a través de su comunidad, al evidenciar una crisis notoria que ha orillado al cese de sus actividades de forma indefinida o permanentemente.

Tomando en consideración aquello, a través del presente proyecto se espera obtener un impacto que vaya más allá de lo económico, solidificando los cimientos previos sobre el turismo del cantón y generando nuevas y mejores propuestas de experiencias para los turistas.

La colaboración entre actores resulta un factor esencial para el diseño de aquella experiencia turística, por esta razón, los resultados esperados buscan integrar

a los gerentes de los establecimientos pertenecientes a la planta turística, a las autoridades, a los turistas y a los propios habitantes de La Libertad dentro de su plan de trabajo.

Como el problema inicialmente planteado considera un campo demasiado abierto en cuanto a: El involucramiento de los actores principales, el sector turístico/productivo en el que se llevaría a cabo, los conceptos y definiciones de una experiencia turística, y a través de qué áreas de investigación se desarrollaría el proyecto; es con ayuda de Carlos Machuca, representante del GAD Municipal de La Libertad, que, tras considerar los aspectos principales de las necesidades iniciales, se plantea un direccionamiento con enfoque hacia la industria gastronómica del destino, asegurando que ésta representa uno de los únicos potenciales a favor del cantón.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta de experiencia turística gastronómica que contribuya a la reactivación de la dinámica turístico-económica del cantón de La Libertad, a través del uso de las herramientas metodológicas del Design Thinking.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional a nivel turístico del cantón de La Libertad mediante la aplicación de técnicas metodológicas de recolección de datos con el fin de fortalecer los conocimientos de sus recursos, atractivos, productos y capacidades turísticas.
- Generar un prototipo que cumpla con las especificaciones de la propuesta a través del uso de herramientas de diseño, evaluación y selección de un prototipo, para su contribución en la creación de una experiencia turística gastronómica.
- Definir una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado mediante el uso de templates presentes en la metodología de evaluación del

Desing Thinking, con el fin de evaluar la eficacia del prototipo en la generación de una experiencia turística gastronómica.

Las herramientas utilizadas para el cumplimiento del objetivo general se conseguirán a través de los **resultados** obtenidos de cada objetivo específico planificado:

- Del diagnóstico situacional a nivel turístico realizado al cantón se determinará en primera instancia el estado de los recursos, atractivos y productos turísticos disponibles, luego se definirá el perfil de los clientes/usuarios y su relación con el destino a través de la identificación de sus necesidades actuales.
- Como resultado del segundo objetivo se espera obtener, luego de un proceso de diseño, evaluación y selección, un prototipo que cumpla con las especificaciones de la propuesta, es decir, que genere satisfactoriamente una experiencia turística que sirva como herramienta para la reactivación turístico-económica de La Libertad y que involucre activamente a los establecimientos de restauración en un proceso de fortalecimiento de sus capacidades organizacionales.
- A partir del tercer y último objetivo, la definición de una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado se espera obtener una completa retroalimentación del producto que permita analizar y monitorear su funcionalidad, eficacia y pertinencia dentro del cantón. El análisis y monitoreo del progreso de cumplimiento del prototipo lo vuelve un factor cuantificable cuyo éxito, en comparación a proyectos que no tienen una base metodológica de evaluación y seguimiento, es mucho más asegurado.

1.5 Marco teórico

Para la construcción de una experiencia turística en el cantón de La Libertad, se plantea en este proyecto el diseño de un producto que genere satisfactoriamente aquella experiencia turístico-gastronómica, pero también que, gracias a su aplicación, alcance una reactivación de la dinámica turístico-económica del cantón mediante la participación activa del sector de restauración, siendo este el componente principal a favor de la propuesta.

En esta descripción del producto se plantean diversos conceptos relacionados con los resultados que se esperan obtener, por ello, se considera altamente pertinente la contextualización específica de cada uno de los componentes del proyecto.

1.5.1 Una experiencia turística

Para diseñar una experiencia turística primero hay que saber ¿Qué es? (Santos, 2017), toda la actividad de participación e intercambio sea este cultural, social o religioso, realizada por los visitantes en sus viajes, es una experiencia turística, cuyo valor depende del perfil y de las expectativas del turista, resultado de la interacción con las características de la oferta (González & Ramírez, 2017).

Entonces, se podría decir que la construcción de una experiencia turística es un resultado que se obtiene a partir de la participación activa de una persona en un destino. A nivel psicológico, la experiencia se presentaría como un conjunto de emociones y sensaciones que la persona adquiere a través de sus sentidos humanos, lo que en palabras de (Garduño & Cisneros, 2018), esto redirecciona la metodología de la creación de productos que generan experiencias turísticas, llevándolos por un camino de abordaje mucho más íntimo en la dinámica económica de la oferta y demanda.

Según Cantero (2019), los proyectos turísticos más innovadores son los que proyectan una visión de turismo experiencial, no obstante, éste plantea que la generación de una experiencia turística requiere de una perspectiva más compleja que trasciende más allá de un análisis superficial de las emociones del turista. Para este autor, existen cuatro criterios para valorar, no solo a los turistas, sino a los recursos, atractivos y productos turísticos, con el fin de generar en ellos, aquella visión del turismo experiencial.

Los criterios de valoración de Cantero se presentan inicialmente identificando el grado de experiencialidad, que determina si la experiencia está enfocada hacia el aprendizaje y la acción creativa. Completado el primer criterio continua el grado de vivencialidad que, a diferencia del grado de experiencialidad, analiza el tipo de

vivencia emocional, es decir, el rango de inmersión de las experiencias vividas (Torres, Martínez, & Beserril, 2017).

Como tercer criterio se evalúa el grado social de conexión humana, es decir, la calidad de la relación del turista con las personas locales, la fauna y flora del destino, su cultura, gastronomía, historia y naturaleza (Burgos, 2018). Como cuarto y último criterio de evaluación se plantea el grado de transformación, siendo éste un logro obtenido tras haber realizado el recorrido emocional por los criterios antecesores.

En el grado de transformación se evalúa el cambio o transformación intelectual del turista luego de haber visitado el destino. El grado de aprendizaje y superación dependerá del tipo de actividades realizadas en el destino, pudiendo ser éste: espiritual, social, histórico, científico, etc. (Vereda, 2018)

Además, a través del patrimonio cultural del destino, el turismo gastronómico desempeña un papel importante a la hora de satisfacer y ofrecer experiencias memorables a los viajeros. Por lo tanto, ofrecer una experiencia memorable supondrá una ventaja competitiva sostenible (Hernández-Rojas & Alcocer, 2021).

1.5.2 Recursos, atractivos y productos turísticos

Luego de analizar los diferentes criterios de valoración propuestos por Cantero (2019) aún persiste una duda conceptual dentro de su proceso de evaluación. ¿Qué diferencia tiene un recurso de un atractivo y de un producto turístico?

Previo al diseño del prototipo final del proyecto, resulta indispensable reconocer la diferencia entre los tres conceptos, debido a que el producto final deberá reflejar su naturaleza dentro de alguno de estos campos conceptuales.

Citando a la Organización Mundial del Turismo y con base en Zimmerman, se interpreta el concepto del recurso turístico como todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (Sancho, 1998).

Para comprender el concepto, y, sobre todo, la diferencia entre un recurso y un atractivo turístico se identifica principalmente que los recursos turísticos no cuentan con ninguna clase de adecuación necesaria para la recepción y atención de visitantes, principal diferencia con un atractivo, el cual reúne las características de un desarrollo de equipamiento y servicios como hoteles, restaurantes o de entretenimiento (Carvajal & Quintero, 2018).

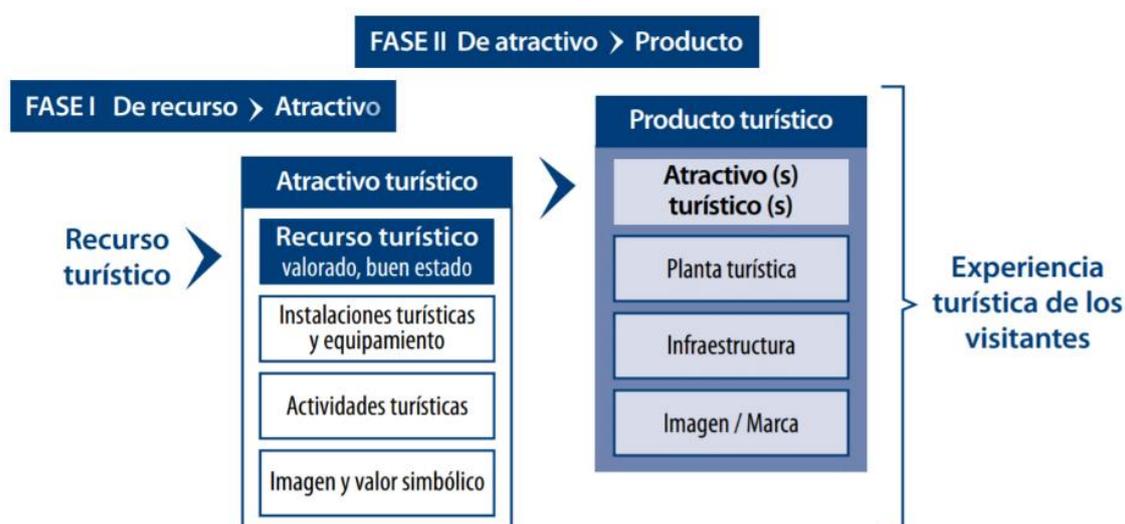


Ilustración 3. De recurso a producto turístico (MINCETUR – DNDT, 2011)

Como consecuencia final de una combinación de elementos tanto materiales como inmateriales, como recursos naturales, culturales y sociales, así como de los atractivos turísticos ya establecidos con su respectiva planta de servicios, se obtiene el Producto Turístico, el mismo que es finalmente usado como herramienta para finalmente generar una experiencia turística en el turista (Ramírez, 2019). El producto turístico es el que se promociona a través de distintas vías de comunicación, y es al que finalmente se le debe hacer promoción.

1.5.3 El turismo y la gastronomía

Un enfoque vital dentro del proceso de elaboración del presente proyecto es la gastronomía, sin embargo, históricamente hablando ¿Qué relación guardan el turismo y la gastronomía?

Según López-Guzmán, T., & Jesús, M. M. (2011), el turismo es un eje conceptual que engloba a un gran número de disciplinas, esto debido a la naturaleza de la dinámica en la que sus actividades se ven envueltas. Al ser un motor social, cultural y de naturaleza, el turismo adopta cierta relevancia en la toma de decisiones de áreas subyacentes como la gastronomía, el entretenimiento, la historia, etc. (Schenkel, 2017)

De allí se identifica un bosquejo que refleja una relación directa y complementaria entre el turismo y las diferentes disciplinas a lo largo del mundo, generando una codependencia entre las mismas.

En palabras de Oliveira (2011), la gastronomía contextualizada en el ámbito turístico no solo aparece como un servicio complementario o una rama creciente de una disciplina cultural, la gastronomía vista desde una perspectiva contemporánea de planificación turística, incluso puede llegar a convertirse en el atractivo turístico primario de un destino, siendo este el caso de Mealhada en Portugal, destino que interiorizó el potencial gastronómico de su pueblo y lo fortaleció a través de las herramientas obtenidas de la planificación turística.

Este concepto que López-Guzmán & Sánchez (2012), luego complementarían en su obra “La gastronomía como motivación para viajar”, evidencia la relación entre esta rama complementaria como lo es la gastronomía, y el turismo, que funciona como un eje central de las disciplinas globales.

La gastronomía de un lugar puede considerarse una experiencia turística clave. La cocina local que se sirve en los restaurantes tradicionales es un símbolo de la identidad cultural de un lugar o de la historia acumulada de una región. Así, la comida local, como parte de la experiencia turística, puede promover la fidelidad a un destino (Prat Forga & Valiente, 2014)

1.5.4 El turismo cómo herramienta económica

Según Miossec (1976) y Butler (1980), definen al turismo como un camino alternativo que conlleva a los países llamados periféricos a alcanzar modelos de desarrollo que permitan la modernización de sus economías.

Con esto, países en desarrollo consideran al turismo una vía hacia la modernización, incidiendo en una descentralización del turismo, generación de empleos y surgimiento de emprendimientos locales (Ortega, Espinoza & Juca, 2018).

El turismo compone uno de los principales generadores de economía alrededor del mundo, considerado como objeto de estudio en varios países del globo. Como actividad económica representa una oportunidad de avance social, económico y cultural de un destino geográfico, figurando el patrimonio como medio de conexión social debido al impacto que genera entre actores y el sitio (Rojo, 2018).

En consecuencia, se procura desarrollar el turismo en base a procesos sostenibles destinados al sitio. La contribución del turismo es propicia para el desarrollo de una mejor calidad de vida siendo necesario garantizar el buen manejo del destino y la involucración de actores para mantener un balance integral de los aspectos positivos y negativos que puedan surgir.

1.5.5 La fortaleza de un equipo organizado

El uso activo del producto obtenido a través del proyecto tiene un impacto a gran escala para el cantón de La Libertad tanto a nivel social como comercial. El diseño de un producto que evidencie el potencial gastronómico del destino resolverá de forma satisfactoria el principal desafío identificado a través del proceso de acercamiento a los diferentes actores del cantón, siendo éste un proceso de reactivación continua de la dinámica turístico-económica de La Libertad luego de la pandemia por COVID-19.

No obstante, uno de los aspectos más destacables del impacto del producto final en el cantón es el fortalecimiento de la capacidad organizacional de los establecimientos de restauración, resultado que establece una base estructural de

cooperación conjunta en el área gastronómica, lo que permite a largo plazo una participación mucho más activa de estos actores en la toma de decisiones de proyectos futuros en el cantón. Pero ¿Por qué es tan importante la organización autónoma de los actores?

Según las investigaciones realizadas en su obra “Relación entre el clima organizacional y la evaluación del desempeño del personal en una empresa de servicios turísticos”, Montoya (2016) plantea que la calidad de la relación entre la estructura organizacional de una empresa y el desempeño individual del personal es directamente proporcional al nivel de progreso y cumplimiento exitoso de sus objetivos planteados.

Montoya, enfatiza en que la relación entre actores de una empresa turística debe ser estable tanto con la propia empresa, como con sus compañeros. Un solo peldaño inestable causaría una reacción en cadena que perjudicaría el ambiente organizacional de la empresa, y, por consiguiente, entorpecería el éxito de sus proyectos.

Así mismo, (Calva, 2020) explica que la clave para un buen ambiente organizacional no solo depende de la exteriorización emocional del personal, sino de la forma en la que se construyen las bases jerárquicas de organización. El entender que para cada actividad hay un actor, es uno de los procesos más fundamentales en la construcción de una estructura empresarial óptima, y entenderlo justifica la necesidad del fortalecimiento de las relaciones entre los distintos actores de un destino.

1.5.6 Una metodología contemporánea

Según Brown y Wyatt (2010):

“El Design Thinking se basa en nuestra capacidad para ser intuitivos, reconocer patrones, construir ideas que tienen significado emocional, además de ser funcionales, y para expresarnos por más medios que las palabras y símbolos. Nadie quiere dirigir una organización basada en el sentimiento, la intuición y la inspiración, pero un exceso de confianza en lo racional y lo analítico puede ser también un riesgo.

El Design Thinking, como enfoque integrado en el núcleo del proceso de diseño, proporciona una tercera vía de entendimiento en el proyecto.”

El uso de esta metodología genera ideas innovadoras, centradas en la eficacia del entendimiento y la solución de las necesidades reales de los usuarios (Fundación Aqueae, 2021). La inclusión del Design Thinking brinda al presente proyecto una serie de perspectivas que hacen posible la construcción de soluciones destacables para la comunidad.

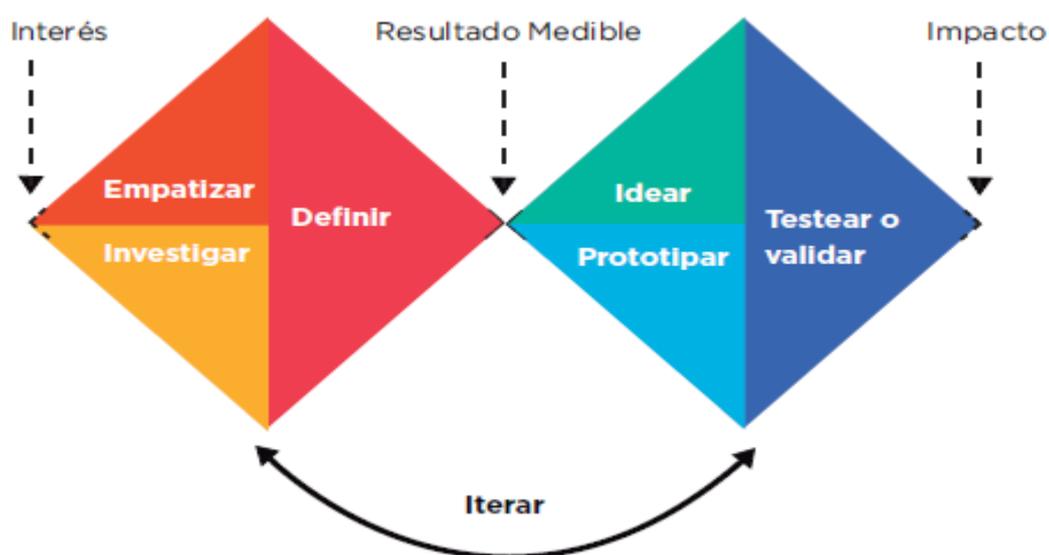


Ilustración 4. Modelo doble diamante i3lab (ESPOL adaptado de Desing Council, 2021)

La metodología del Design Thinking se plantea en cinco macro fases de investigación, diseño y evaluación de propuestas de solución ante problemas identificados. A continuación, se muestra una breve descripción de cada una de las fases y su funcionalidad bajo el contexto de la elaboración del presente proyecto.

Etapa	Descripción
Empatía	Consiste en investigar las necesidades de los usuarios. Se trata de entender empáticamente el problema que se está tratando de resolver. Por lo tanto, esta fase suele comenzar por la investigación del cliente, usuario y beneficiarios involucrados en el proyecto.
Definición	En la etapa de definición, se identifican las necesidades y los problemas

	de los usuarios. “Es hora de poner sobre la mesa la información recopilada durante la primera etapa” (Cross, 2010). En esta etapa se analizan todas las observaciones para luego sintetizarlas con el objetivo de entender a profundidad las diferencia entre los problemas centrales identificados en la etapa inicial.
Ideación	Considerada la fase creativa del proyecto, en ella se generan la mayor cantidad de ideas posibles, las cuales siguen una dinámica de ensayo y error, concluyendo en una propuesta de solución final. El objetivo de esta fase es tratar de “pensar fuera de la caja”, buscando alternativas innovadoras de soluciones para el problema.
Prototipado	Con el objetivo de analizar los resultados obtenidos en las etapas anteriores, la etapa de prototipado consiste en la construcción de aquellas alternativas de soluciones para el problema. Se inicia con un proceso de identificación de soluciones para cada problema encontrado, y se concluye en un proceso de conjunción en donde surge un estimado de tres prototipos denominados de “Baja resolución”
Testeo	La quinta y última fase contempla la evaluación y prueba de los prototipos. Para ello se constituye un grupo de evaluadores encargados de probar rigurosamente los prototipos. A raíz de la retroalimentación obtenida, queda en manos de los autores realizar las iteraciones, alteraciones y refinamientos necesarios para seleccionar un prototipo único el cual será diseñado para ser presentado ante el usuario final como un prototipo de “Alta resolución”.

Tabla 1. Fases de la Metodología de Design Thinking. (Fundación Aquae, 2021)

1.5.7 ¿Un proceso de reactivación?

El 27 de diciembre del 2019 en la provincia China de Wuhan aparece el primer caso de un paciente afectado por el COVID-19 (Rodríguez-Morales et al., 2020), siendo el punto de partida de una enfermedad pandémica afectando totalmente en la economía de todo el mundo.

En el 2019, la OMT presentó cifras de billón y medio de dólares alcanzados en ingresos por turismo internacional, y este mismo organismo previó que para el 2020 estas cifras serían entre 300.000 y 450.000 millones de dólares americanos.

Todas las proyecciones mundiales se volcaron, teniendo que generar nuevas formas de seguir con la actividad turística, adoptando cambios y reorientando todas las estrategias que se tenían al momento y poner en marcha nuevas prácticas de seguridad. Uno de los factores que más preocupa es el problema del desempleo en el sector, ya que con varios meses de ocupación cero en los alojamientos turísticos y sin apenas clientes en todas las ofertas de servicios, solo las grandes cadenas multinacionales y turoperadoras pueden subsistir o recuperarse a corto plazo. (Félix & García, 2020).



Ilustración 5. Mapa de contagios de COVID-19 a nivel mundial (OMT, 2020)

CAPITULO 2

2. METODOLOGÍA

En esta sección se detallan todas aquellas herramientas de diseño e investigación destinadas para el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos planteados. El objetivo de este capítulo es entender la funcionalidad de cada herramienta al explicar cada uno de sus componentes, y manifestar cómo éstas planean utilizarse a lo largo de todo el proyecto. Cabe destacar que este capítulo corresponde a un componente teórico, por lo que la información vertida cumple una función exclusivamente informativa.

2.1 Herramientas para el cumplimiento del Primer Objetivo Específico

“Realizar un diagnóstico situacional a nivel turístico del cantón de La Libertad mediante la aplicación de técnicas metodológicas de recolección de datos con el fin de fortalecer los conocimientos de sus recursos, atractivos, productos y capacidades turísticas.”

2.1.1 Metodología de investigación convencional

Corresponde a todas las herramientas metodológicas de investigación comúnmente conocidas y utilizadas en todo el mundo. Su factor de adaptabilidad ante cualquier contexto que se presente convierte a la metodología de investigación convencional en uno de los elementos más imprescindibles para el desarrollo de un proyecto.

Dentro del primer objetivo específico planteado en el presente proyecto, se plantea el uso de diversas herramientas convencionales de investigación destinadas a la obtención de información pertinente para el desarrollo de esta etapa.

2.1.1.1 Investigación preliminar del destino

Como punto de partida en el proceso de reconocimiento del destino y empatización con su comunidad, se plantea la utilización de una de las herramientas

más básicas dentro de la metodología de investigación convencional, la observación y el acercamiento inicial.

Ambas herramientas forman parte de un proceso de investigación preliminar, cuyo objetivo es generar una primera impresión en los investigadores a través del análisis básico de los elementos identificados en la observación del destino.

En este proceso se llevan a cabo las primeras visitas al destino, creando los primeros lazos comunicacionales entre los investigadores y los actores de La Libertad, dando una noción antropológica preliminar del lugar sobre el cuál se va a trabajar.

A partir de este análisis surgen las primeras percepciones situacionales sobre el lugar de estudio, conociendo la dinámica de trabajo del cliente en calidad de gestor, reconociendo a los posibles usuarios y beneficiarios, e identificando superficialmente los principales problemas notables en el destino.

2.1.1.2 Árbol de problemas

Para establecer un objetivo claro y único en el proyecto, se plantea un proceso de validación externa de los principales problemas identificados en el proceso de investigación preliminar del destino.

Como parte crucial en el cumplimiento del primer objetivo específico del proyecto, se dispone a cada elemento conflictivo dentro de una perspectiva correspondiente a una causa o a una consecuencia. Todo esto con el objetivo de entender el patrón de comportamiento de los problemas y definir uno que finalmente englobe a todos los elementos identificados.

Para ello se utiliza la herramienta de investigación conocida como el árbol de problemas. Según la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, el árbol de problemas es una técnica empleada para la identificación de una situación negativa específica definida como el problema central, de la cual se intenta buscar vías de solución al analizar las relaciones de tipo causa y efecto.

La formulación del problema central debe permitir la generación de diferentes alternativas de solución, en lugar de una solución única. La dinámica de presentación consiste en la exposición tanto de las causas que generan el problema central, como los efectos negativos que este produce. Esto se interrelaciona de forma gráfica utilizando la analogía de un árbol con sus raíces como causas, el tronco como su problema central, y sus frutos como las consecuencias.

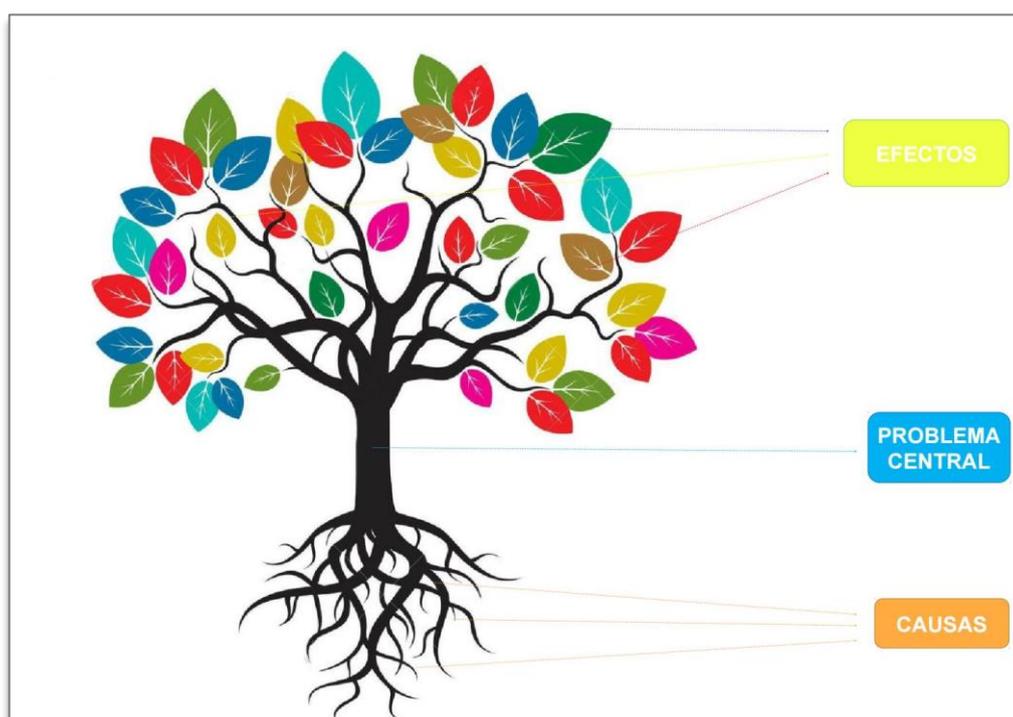


Ilustración 6. Árbol de Problemas. Ministerio de Asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación.

2.1.1.3 La entrevista

Constituyéndose como una de las herramientas más comúnmente utilizadas en el campo de la investigación científica, esta basa su concepto general en el intercambio de ideas u opiniones mediante un dialogo dado entre dos o más personas (Rossell & Rodríguez, 2017).

Uno de los factores más importantes de esta herramienta, es la enfatización de la perspectiva social del componente humano en la dinámica de entrevistador y entrevistado, esto le añade un factor etnográfico y antropológico al análisis de los datos, enriqueciendo el contenido obtenido (Beaud, 2018).

En una entrevista, la información levantada es analizada con base en una perspectiva de naturaleza cualitativa, debido a que esta herramienta basa su dinámica de ejecución en la interpretación personal de los datos recolectados, los cuales no solo identifican los componentes socioculturales del entrevistador/a y entrevistado/a, sino que también toma en cuenta los distintos patrones psicológicos de comportamiento de estos (Jiménez & Martínez, 2018).

Dentro del contexto actual en el que el proyecto se desarrolla, debido a la pandemia por COVID-19 y al distanciamiento social obligatorio, se han adaptado los medios en los que se lleva a cabo la dinámica de la entrevista, siendo el ámbito digital uno de los medios principales para llevar a cabo las reuniones.

En pro de una reactivación de las actividades productivas, varias empresas de tecnología han puesto a disposición global distintas plataformas para llevar a cabo estas dinámicas de investigación, dentro de los cuales se destacan la plataforma de ZOOM Meetings, Microsoft Teams, Skype, entre otros (García et al., 2020).

2.1.1.4 Encuesta del perfil de turista

De acuerdo con García Ferrando (2015), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

La encuesta fue diseñada para la obtención de la información que nos permita identificar los motivos de visita, factores que influyen a que visiten el cantón que poseen futuros usuarios. Se usó preguntas de opción múltiple, cerradas y de escala de Likert para enumerar ciertas respuestas.

En complementación a esta herramienta, se usó la observación directa para que las limitantes y sesgo de información que existiesen sean mínimas en el proceso de interpretación de la encuesta. García Ferrando, M. (2015).

Para el desarrollo de la investigación se escogió a la población del cantón de La Libertad, representada por un total 95.942 personas, dato proporcionado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) según el censo del año 2010, aunque para el año 2019, diario El Comercio de Ecuador, indicaba que el cantón concentraba 115.952 habitantes.

Las encuestas se realizaron a las personas que se encontraban en la zona más concurrida de la ciudad, el malecón, con la finalidad de entender y esclarecer la situación actual para el turismo.

Se llevó a cabo muestreo probabilístico aleatorio simple, en el cual todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra. Al ser riguroso y científico es el más adecuado para llevar a cabo en nuestra investigación. Las encuestas se realizaron in situ con la finalidad de complementar la observación directa que se realizaba al momento.

Para determinar el tamaño de la muestra de la población a estudiar, se realizó un cálculo con la fórmula cualitativa aplicable teniendo el tamaño de la población y siendo finita, usada por Aguilar (2005).

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{d^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde

n= es el tamaño de muestra

Z= Valor Z curva normal: nivel de confianza, en este caso se le asignó el valor de 1.65, que representa el 90% de probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

P= Probabilidad de éxito, por lo general se le asigna el valor de 0.5

Q= Probabilidad de fracaso, por lo general se le asigna el valor de 0.5

N= tamaño de la población o universo. En La Libertad, según El Comercio (2019) hay un total de 115.952 habitantes

d= Error muestral: es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella, en este caso se le asignó el valor de 0.10

Sustituyendo la fórmula: Una vez sustituidos los valores, se obtuvo una muestra de 68 personas con un nivel de confianza del 90% y un error muestral del 10%.

$$n = \frac{115952 \times (1,65)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,10)^2 (115952 - 1) + (1,65)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{78919,83}{1160,19}$$

$$n = 68$$

2.1.1.5 Herramienta de Análisis PEST

Previo al inicio del proceso de diseño y prototipaje, se considera óptimo elaborar un análisis preliminar de la situación actual del cantón, con base en los elementos principales de la Metodología PEST para evaluación de destinos.

Esta herramienta pone en perspectiva el contexto político, económico, social y tecnológico que envuelve al destino bajo el cual se llevará a cabo la ejecución de todas las propuestas de solución.

A diferencia de la herramienta de Investigación Preliminar del Destino, cuyo objetivo principal es generar un entendimiento **interno** del contexto en el que se desarrollaran las actividades propuestas para el proyecto, la metodología PEST

permite conocer todos aquellos factores **externos** que afectan positiva o negativamente al destino.

La dinámica de obtención de los datos consiste en analizar los componentes de la investigación observacional y buscar evidenciarlos a través de fuentes científicas de investigación primaria y secundaria, siguiendo un formato de prioridades según las perspectivas presentes en las siglas anteriormente mencionadas.

2.1.2 Metodología Desing Thinking

Partiendo desde su concepto definido en la sección del Marco Lógico del presente proyecto, se enfatiza la importancia de cada una de las etapas del Desing Thinking y como su implementación integra el desarrollo óptimo del proyecto.

La dinámica en la que se plantean las actividades a realizar para el cumplimiento del primer objetivo se ubica en las dos etapas iniciales del Desing Thinking. La descripción del uso de cada etapa en el objetivo se detalla en la siguiente tabla:

Etapa	Descripción
Empatía	Consiste en investigar las necesidades de los usuarios. Se trata de entender empáticamente el problema que se está tratando de resolver. Por lo tanto, esta fase suele comenzar por la investigación del cliente, usuario y beneficiarios involucrados en el proyecto.
Definición	En la etapa de definición, se identifican las necesidades y los problemas de los usuarios. “Es hora de poner sobre la mesa la información recopilada durante la primera etapa” (Cross, 2010). En esta etapa se analizan todas las observaciones para luego sintetizarlas con el objetivo de entender a profundidad las diferencia entre los problemas centrales identificados en la etapa inicial.

Tabla 2. Fases uno y dos – Metodología de Design Thinking (Fundación Aquae, 2021)

Al igual que cualquier corriente metodológica de estudio e investigación, el Desing Thinking dispone una serie de herramientas prácticas para el levantamiento de

la información requerida. A continuación, se detallan las principales herramientas utilizadas para el cumplimiento del primer objetivo del presente proyecto.

2.1.2.1 Mapa de empatía | Concepto

Con el objetivo de entender a profundidad la problemática identificada en el cantón y conocer a fondo las necesidades de cada actor, se lleva a cabo un proceso de identificación y análisis de datos desde la perspectiva correspondiente al cliente, usuarios y beneficiarios del proyecto.

El Mapa de empatía es una herramienta que permite desglosar todas aquellas emociones y sentimientos tanto internos como externos de un actor. Su análisis se basa en cuatro perspectivas del objeto de estudio, se identifica en la persona:

- ¿Que escucha?: En referencia a toda la información receptada por el actor con respecto al problema o situación estudiado.
- ¿Qué piensa y siente?: En referencia al conjunto de emociones y pensamientos que surgen en el actor con respecto al problema o situación estudiado.
- ¿Qué observa?: En referencia a los elementos físicos que el actor logra percibir con respecto al problema o situación estudiado.
- ¿Qué dice y hace?: En referencia a la información que comparte, como opiniones y acciones que el actor realiza con respecto al problema o situación estudiado.

La dinámica de la herramienta concluye con la identificación de los principales puntos de dolor, y las características benéficas que espera obtener si el problema o situación es resuelto.

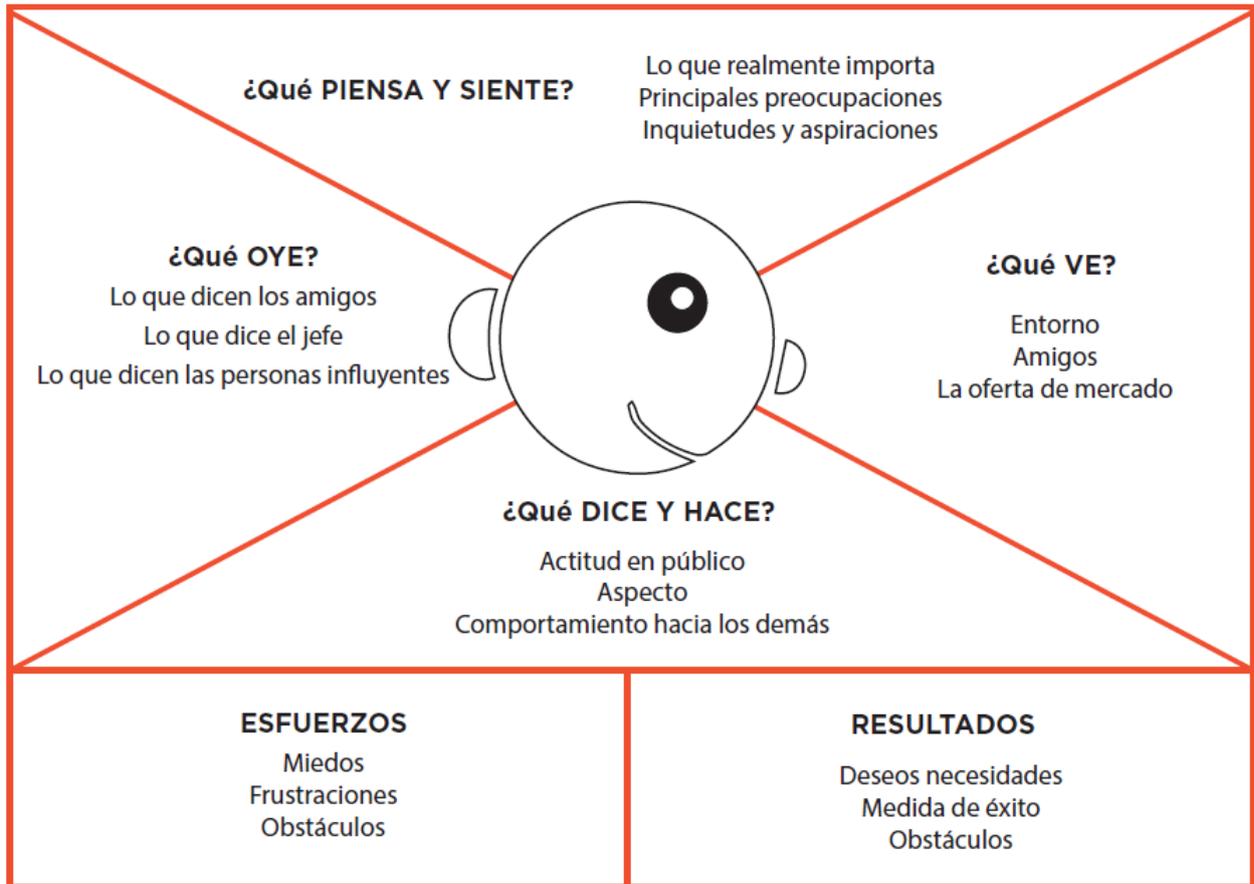


Ilustración 7 Mapa de empatía (Osterwalder a, & Pigneur – adaptado de XPLANE, 2011)

2.1.2.2 Tabla de prioridades forzadas | Concepto

Dentro del proceso de investigación se entiende por “Insight” como toda aquella necesidad implícita, los entendimientos profundos y las percepciones internas identificadas en el proceso de evaluación de los resultados.

Entonces, con la consolidación de los principales hallazgos encontrados en el destino a través de cada una de las perspectivas de los actores principales, se inicia un proceso de jerarquización para definir los aspectos prioritarios del problema/desafío, para ello se utiliza la Matriz de Prioridades Forzadas.

La dinámica de la Matriz consiste en identificar los insights o indicadores principales de las necesidades reconocidas en los Mapas de empatía, para ser

finalmente evaluados de manera individual por cada uno de los actores del proyecto (Cliente, Beneficiarios y Usuarios).

Factor o criterio de interés	Persona 1	Persona 2	Persona 3	Persona 4	Persona 5	Total obtenido

Ilustración 8. Matriz de Prioridades Forzadas (Adaptado del Método de Sauro, 2018)

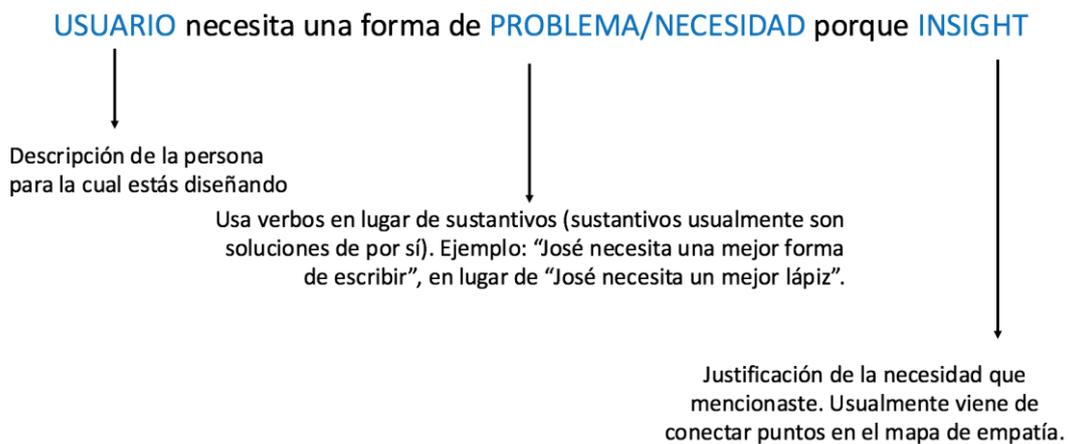
2.1.2.3 POV – Definición y Redefinición del problema | Concepto

Constituida como una de las herramientas más importantes para el entendimiento del problema final que se quiere resolver, el POV redefine el problema abriendo la posibilidad de verlo como un desafío, al incluir las necesidades y los insights identificados en los procesos previos. Así mismo se plantea la reformulación del problema considerando la evolución de la situación conflictiva del destino desde el inicio de la investigación primaria y secundaria, hasta el acercamiento y empatización con los actores.

Se toma como referencia para la redefinición del problema el conjunto de la suma entre el cliente, beneficiario y usuario más su necesidad, y los insights planteados tal y como lo muestra la gráfica.



Luego se estructura el nuevo problema incluyendo todos los componentes mencionados.



2.1.3 Metodología MURAL

MURAL se presenta como una plataforma interactiva de estudio e investigación, cuya principal función es brindar un espacio digital lleno de recursos y herramientas para el levantamiento de información a través de estrategias y perspectivas contemporáneas de investigación.

Según su autodescripción, MURAL crea un concepto de innovación a escala, proporcionando una plataforma para la planificación de productos, la facilitación de talleres inmersivos utilizando metodologías ágiles y de pensamiento en diseño y el compromiso de ventas y consultorías para la investigación y diseño de proyectos.

“Cuando tienes el espacio para hacer que las ideas sean visuales, los métodos para aportar claridad a la imaginación y la libertad de compartir tu visión en cualquier

momento y desde cualquier lugar, puedes acelerar el proceso de innovación” (MURAL, 2021).

Teniendo en claro el concepto de la plataforma, para el cumplimiento del primer objetivo se hizo uso pleno de distintas herramientas de MURAL.

2.1.3.1 Research (User Interviews)

Con la necesidad de entender más a profundidad las necesidades del usuario, el template denominado *“Research (User Interviews)”* resulta ser la herramienta indicada para el reconocimiento de las perspectivas de aquellos actores involucrados en el proyecto que, complementado a la herramienta del árbol de problemas, permite a los investigadores orientar la definición del problema al contexto real del destino.

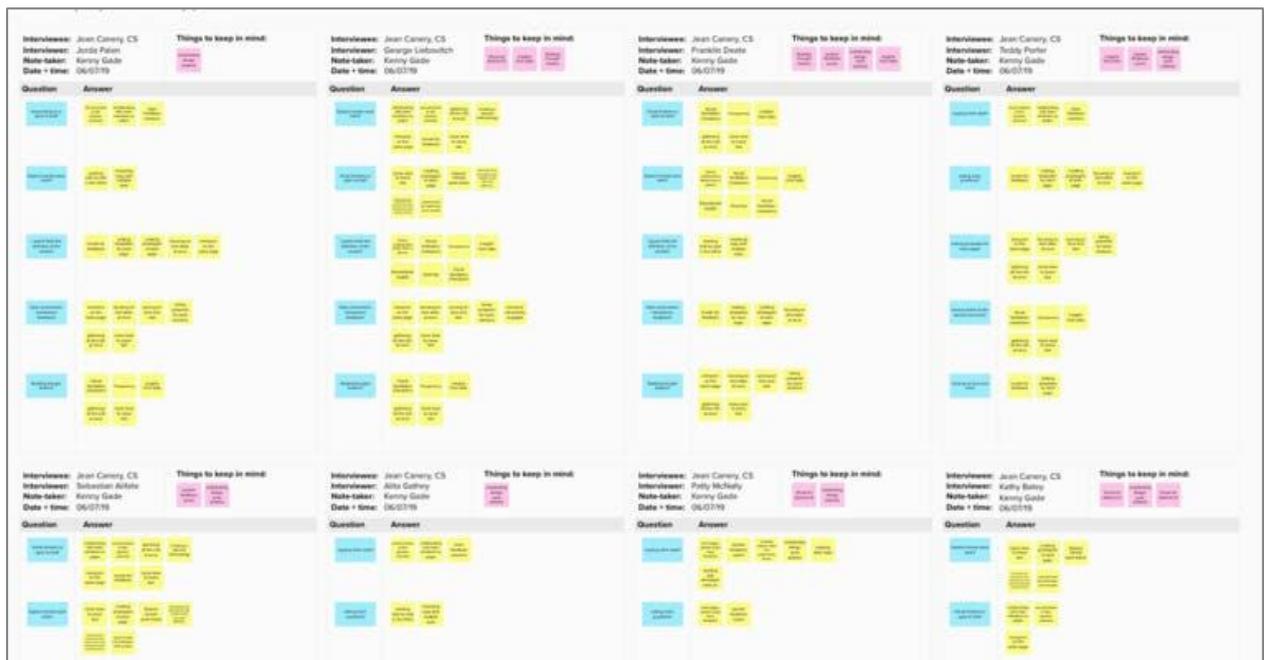


Ilustración 9. Template User Research. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

2.1.3.2 Problem Prioritization

Ubicado cronológicamente en la etapa de Definir o Redefinir el problema, en la dinámica del Desing Thinking anteriormente detallada. Para complementar las acciones investigativas se hace uso pleno de la herramienta *“Problem Prioritization”*.

La cual permite al investigador jerarquizar las ideas y conclusiones surgidas, considerando las perspectivas de impacto del problema en el destino.

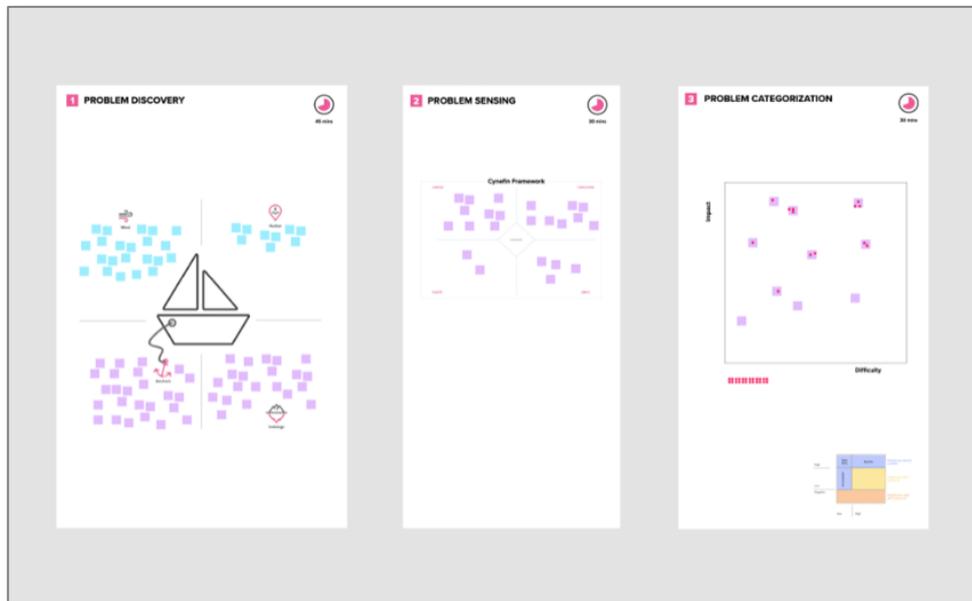


Ilustración 10. Template Problem Prioritization. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

2.1.3.3 Focus Finder

La herramienta denominada “*Focus Finder*” es aplicable bajo la necesidad de encontrar el punto central de un problema u oportunidad. Bajo el contexto del proyecto, esta herramienta complementa al árbol de problemas.

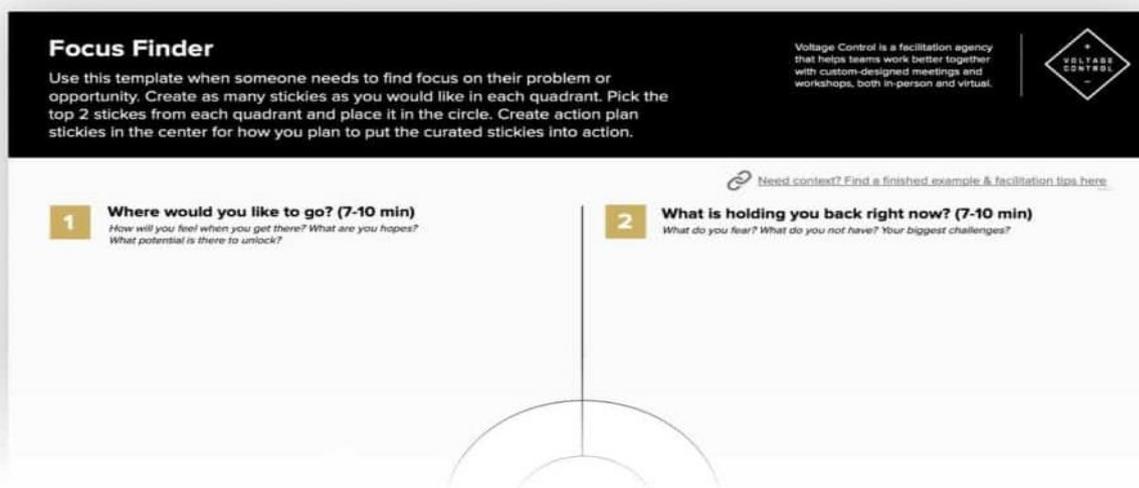


Ilustración 11. Template Focus Finder. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

2.2 Herramientas para el cumplimiento del Segundo Objetivo Específico

“Generar un prototipo que cumpla con las especificaciones de la propuesta a través del uso de herramientas de diseño, evaluación y selección de un prototipo, para su contribución en la creación de una experiencia turística gastronómica.”

2.2.1 Metodología de análisis y discusión convencional

Dentro del segundo objetivo específico planteado en el presente proyecto, se plantea el uso de diversas herramientas convencionales de investigación destinadas a la obtención de información pertinente para el desarrollo de esta etapa.

2.2.1.1 Focus Group

El Focus Group o Grupo Focal según (Morgan, 2018) consta de una metodología de investigación cualitativa cuya dinámica reúne un grupo de participantes de una entrevista para la discusión y exposición de sus opiniones sobre algún producto o servicio en específico.

Su principal función es la de generar una serie de retroalimentaciones frente a los diferentes aspectos que envuelven a un producto o servicio (Morgan, 2018). El

análisis de sus datos comprende indicadores como la calidad, la efectividad, la funcionalidad, entre otros (Cyr, 2019).

La dinámica más comúnmente utilizada suele reunir a un grupo de 5 a 10 personas cuyos intereses sean similares. La herramienta del focus group contempla el uso de un moderador en dichas reuniones, que ayuda no solo en el control de las opiniones vertidas en el medio, sino que gestiona el tiempo de participación y diversifica las temáticas para una obtención más amplia de datos (Caillaud & Flick, 2017).

Bajo el contexto del presente proyecto, el uso de la herramienta de Focus Group cumple su rol específico proporcionando retroalimentación necesaria de los diferentes prototipos elaborados en la etapa de Idear y Prototipar del Desing Thinking.

2.2.2 Metodología Desing Thinking

La dinámica en la que se plantean las actividades a realizar para el cumplimiento del segundo objetivo se ubica en dos etapas del Desing Thinking. La descripción del uso de cada etapa en el objetivo se detalla en la siguiente tabla:

Etapa	Descripción
Ideación	Considerada la fase creativa del proyecto, en ella se generan la mayor cantidad de ideas posibles, las cuales siguen una dinámica de ensayo y error, concluyendo en una propuesta de solución final. El objetivo de esta fase es tratar de “pensar fuera de la caja”, buscando alternativas innovadoras de soluciones para el problema.
Prototipado	Con el objetivo de analizar los resultados obtenidos en las etapas anteriores, la etapa de prototipado consiste en la construcción de aquellas alternativas de soluciones para el problema. Se inicia con un proceso de identificación de soluciones para cada problema encontrado, y se concluye en un proceso de conjunción en donde surge un estimado de tres prototipos denominados de “Baja resolución”

Tabla 3. Fases tres y cuatro – Metodología de Design Thinking (Fundación Aquae, 2021)

A continuación, se detallan las principales herramientas utilizadas para el cumplimiento del primer objetivo del presente proyecto.

2.2.2.1 Unidades de Medida

En la sección de unidades de medida se explican y definen las características con las que se van a evaluar los prototipos, cuantificando el cambio /impacto que la solución produciría en caso de funcionar.

Para definirlo se utiliza la siguiente tabla en la que se considera: El nombre de la medida/indicador, su concepto, la forma de medición y su valor de éxito.

Indicador	Concepto	Cálculo	Valor de éxito

Tabla 4. Formato de tabla de unidades – Metodología de Design Thinking. (Fundación Aquae, 2021).

2.2.2.2 Prototipado de Baja resolución

Considerada la fase más crucial en todo el proceso de la Metodología del Desing Thinking, la herramienta de prototipado de baja resolución consiste en la generación de un mínimo de tres propuestas diferentes de solución para el mismo problema.

El diseño de cada prototipo deberá ser ideado con el objetivo de cumplir todos y cada uno de los indicadores identificados en la herramienta anterior. No obstante, tras reflexionar las necesidades iniciales identificadas en el cliente, resulta primordial que cada prototipo de baja resolución cumpla con un estándar básico en el que se estipula:

“El prototipo debe generar una experiencia turística enfocada al área gastronómica la cual complemente positivamente a la reactivación de las actividades turístico-productivas del cantón, a través de la participación de los principales actores identificados del área, siendo estos los establecimientos de restauración de La Libertad, y todo esto adaptado al concepto de una nueva normalidad resultante de la pandemia por COVID-19.”

Cabe destacar que dentro de la dinámica de construcción de cada prototipo se puede hacer uso pleno de otras herramientas de la metodología del Design Thinking tal como es el caso del Journey Map en el presente proyecto.

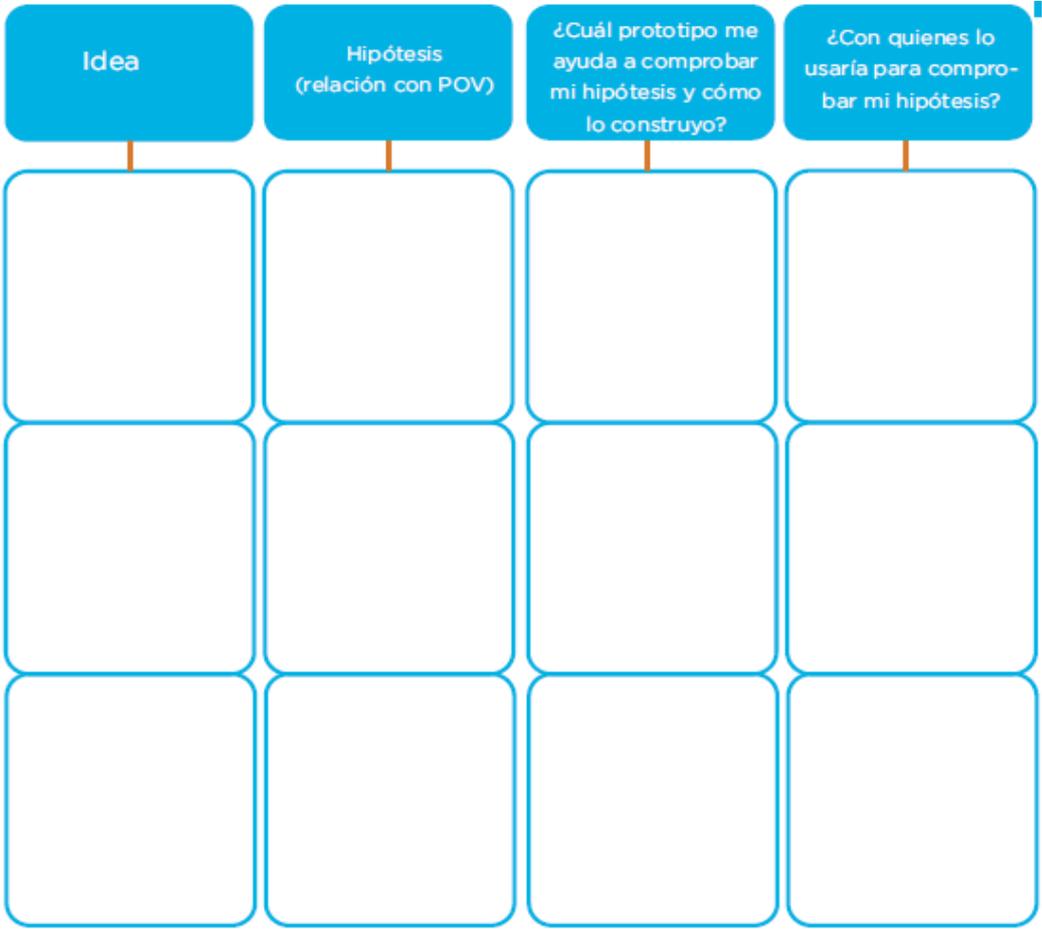


Ilustración 12. Matriz de generación de Prototipos (i3lab – ESPOL, 2017)

2.2.3 Metodología MURAL

Teniendo en claro el concepto de la plataforma, para el cumplimiento del segundo objetivo se hizo uso pleno de las siguientes herramientas de MURAL.

▪ Mind Map Brainstorming

Herramienta mediante la cual se busca generar un gran número de opciones que reúnan aquellas necesidades identificadas a partir de un análisis desde diferentes perspectivas. Por ello la herramienta del “*Mind Map Brainstorming*” es empleada como un complemento a las demás corrientes metodológicas. Esta herramienta permite organizar las ideas de forma sistemática generando posibles soluciones a partir de lo identificado.

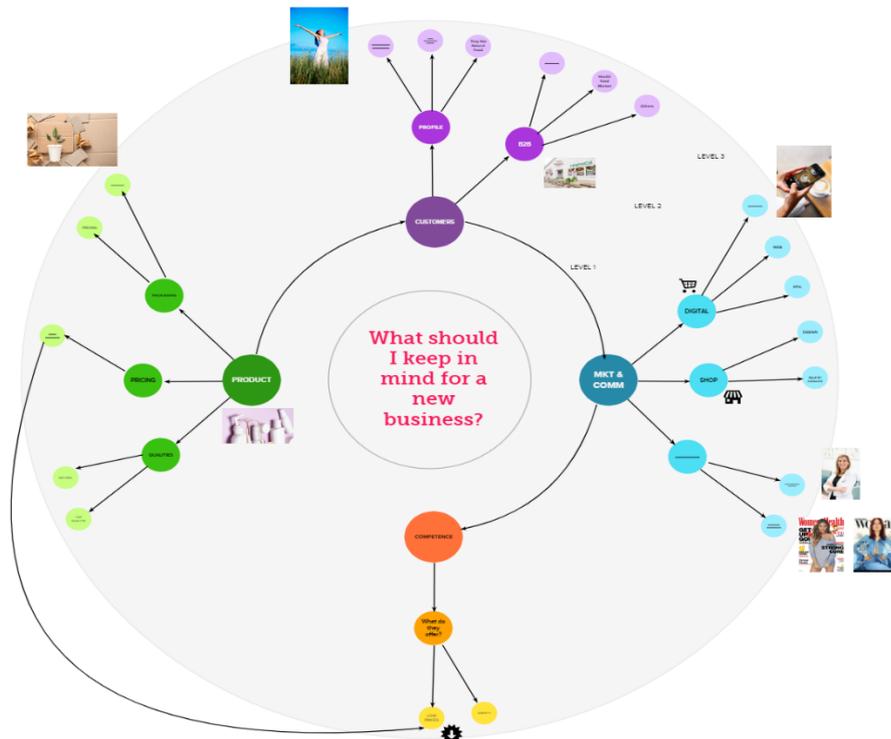


Ilustración 13. Template Mind Map Brainstorming. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

2.3 Herramientas para el cumplimiento del Tercer Objetivo Específico

“Definir una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado mediante el uso de templates presentes en la metodología de evaluación del Design Thinking, con el fin de evaluar la eficacia del prototipo en la generación de una experiencia turística gastronómica.”

2.3.1 Metodología de evaluación convencional

Se identifican todas las herramientas disponibles en el catálogo de estudios científicos mayormente utilizados para el proceso de evaluación de resultados.

2.3.1.1 Definición del personal de evaluación y seguimiento

Se identifica a través de un proceso de evaluación a los actores principales quienes se encargarán de brindar la retroalimentación necesaria para la construcción adecuada de cada prototipo.

El objetivo de la herramienta es reunir a un grupo de profesionales de cada área representativa del cantón La Libertad, respondiendo al concepto del pensamiento científico cuya dinámica congrega la mayor cantidad de perspectivas posibles para la evaluación de un determinado tema.

La selección de cada uno de los actores miembros del personal evaluador dependerá de su pertinencia en el contexto social, político o económico en el cantón. La propuesta requiere única y exclusivamente a aquellos actores que representen cada una de las áreas importantes en La Libertad, debido a que es gracias a su conocimiento individual que la evaluación enriquecerá sus resultados siendo más exactos.

2.3.1.2 Cuestionario de evaluación

Debido a las características situacionales en las que se ven envueltas las actividades de investigación y desarrollo del presente proyecto, se decidió generar una propuesta de evaluación individual a través del uso de herramientas interactivas y digitales.

La dinámica de la herramienta consiste en exponer los detalles de las características principales de cada prototipo ante el personal de evaluación y seguimiento definido, con el objetivo que ellos entiendan a profundidad cada propuesta.

Luego de la explicación de cada prototipo a través del material interactivo, se procede a realizar el cuestionario final de evaluación, cuya metodología también utilizará herramientas digitales de evaluación.

2.3.2 Metodología Desing Thinking

La dinámica en la que se plantean las actividades a realizar para el cumplimiento del tercer objetivo se ubica en dos etapas del Desing Thinking. La descripción del uso de cada etapa en el objetivo se detalla en la siguiente tabla:

Etapa	Descripción
Testeo	La quinta y última fase contempla la evaluación y prueba de los prototipos. Para ello se constituye un grupo de evaluadores encargados de probar rigurosamente los prototipos. A raíz de la retroalimentación obtenida, queda en manos de los autores realizar las iteraciones, alteraciones y refinamientos necesarios para seleccionar un prototipo único el cual será diseñado para ser presentado ante el usuario final como un prototipo de “Alta resolución”.

Tabla 5. Fase final de la Metodología de Design Thinking. (Fundación Aquae, 2021)

2.3.2.1 Prototipado de Alta resolución

Una vez escogido uno de los prototipos de baja resolución luego de un extenso proceso de evaluación y testeo, se procede a trabajar aquel prototipo para ser convertido en un prototipo de Alta resolución.

Sus componentes se basan en los mismos elementos previamente diseñados en la etapa de prototipado de baja resolución, sin embargo, la diferencia recae en la calidad de detalles extras que deberán incluirse en el prototipo de alta resolución.

Una vez finalizado el diseño de los elementos adicionales a incluir en el prototipo, este está listo para ser presentado ante el usuario final. Esta dinámica es la última etapa de la que se obtendrán las retroalimentaciones finales por parte de los usuarios y se determinará el porcentaje de aceptación del prototipo ante los usuarios. Si cumple con las expectativas del usuario, el prototipo podrá ser finalmente ejecutado como un proyecto individual en donde todos sus elementos se llevarán a la realidad

constituyéndose como un producto real en el mercado.

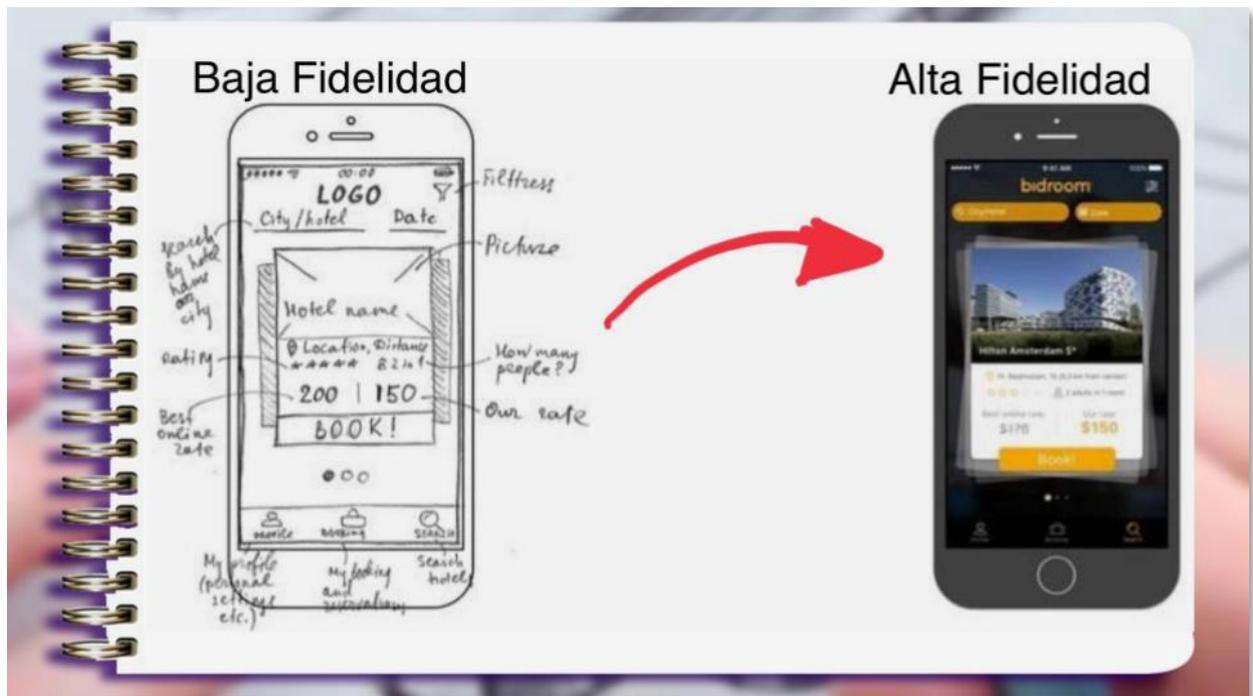


Ilustración 14. Diferencias de prototipos de baja y alta fidelidad (Design Thinking, 2021)

2.3.2.2 Matriz de retroalimentación

Con el objetivo de llevar a cabo el proceso final de evaluación del prototipo de alta resolución, se emplea la herramienta de la matriz de retroalimentación de la metodología del Design Thinking.

A través de la matriz los investigadores tienen la posibilidad de conocer las principales opiniones vertidas por los usuarios finales, desde una perspectiva cuádruple de análisis, en donde los indicadores interpretan la información del prototipo a través de sus gustos, inconformidades, dudas y sugerencias.

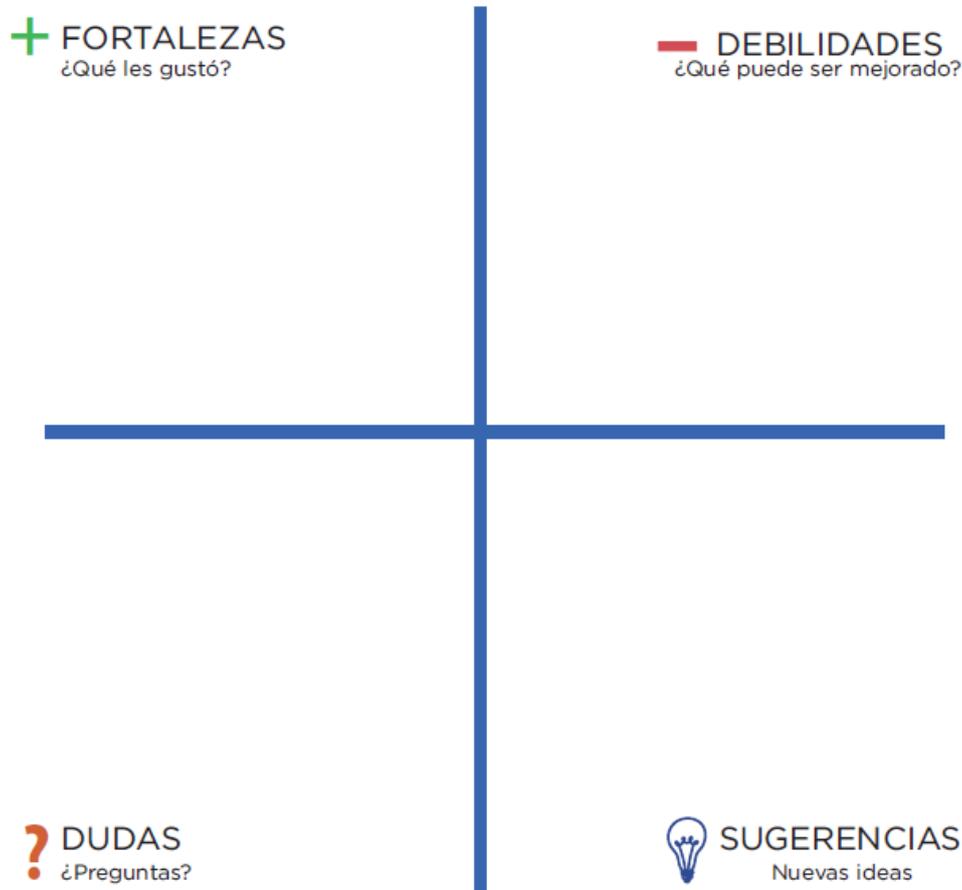


Ilustración 15. Matriz “FeedBack” (Design Thinking, 2021)

2.4 Construcción del criterio de rigor y ética

Para desarrollar un criterio sólido de rigor y ética en el manejo, recolección y uso de los datos, se prioriza en primera instancia la realización de un análisis contextual de nuestra participación activa como investigadores en el proyecto.

Entendiendo que la investigación reúne características tanto cualitativas como cuantitativas, se debe tener muy en cuenta la perspectiva de las personas que se ven involucradas en el proyecto, esto debido a que, sobre todo en la investigación cualitativa, es desde el punto de vista personal de cada actor que se analizan todos los componentes de este (Benavent, 2013).

Bajo ese contexto, nuestra labor como los investigadores se plantea como el entender e interpretar la situación actual de los actores, sin embargo, debido a que existe cierto contraste entre la historia, cultura, creencias, personalidad y otros

aspectos personales de los investigadores (Botella & Ramos, 2019), la investigación adopta un sendero mucho más profundo de análisis.

Como investigadores comprendemos que para desarrollar las bases de un criterio de rigor debe considerarse la complejidad del análisis de los datos cuantitativos y cualitativos y todo lo que significa respetar su naturaleza ontológica y epistemológica. No obstante, es importante adicionar que se debe guardar coherencia con aquellos propósitos, metas y objetivos planteados inicialmente para el desarrollo del proyecto (Azüero, 2019).

En conclusión, para la construcción adecuada del criterio de rigor y ética del presente proyecto primero se toman en cuenta las realidades de las metodologías de investigación utilizadas y la complejidad del fenómeno humano que se busca entender, para luego extrapolarlo junto a los criterios más comúnmente utilizados para evaluar la calidad científica de un estudio (Guerra, 2018), teniendo como resultado tres criterios principales: La credibilidad, la auditabilidad y la transferibilidad.

Para alcanzar el criterio de credibilidad, como investigadores, personalmente proponemos la realización de reuniones y observaciones prolongadas con los principales actores en el destino, así, toda la información que se logre obtener produce una serie de hallazgos que son reconocidos por las informantes como una verdadera aproximación a lo que ellos piensan y sienten. Recordando que la participación activa de los actores principales fomenta el entendimiento en profundidad del problema, y fortalece la calidad y precisión de las propuestas de solución, volviéndolas mucho más reales (Torres & Monroy, 2020).

Para alcanzar el segundo elemento del rigor metodológico como lo es auditabilidad, se plantea la adición de un factor de transversalidad al proyecto, es decir, que la perspectiva del desarrollo del mismo deje de ser unilateral y autónoma para convertirse en un trabajo colaborativo, en donde se establezca una base de investigación cuyo objetivo sea trazar una línea de continuidad, en cuyo origen se contemplarán todos los antecedentes relacionados al proyecto, y en cuyo fin se plantearía una propuesta de seguimiento de los resultados obtenidos, todo esto, con el objetivo final de incrementar el impacto del proyecto, y prolongar los beneficios de su uso tanto para proyectos futuros como para futuras reanudaciones del mismo.

El tercer y último criterio definido como la transferibilidad, hace referencia a la posibilidad de extender los resultados del estudio a otras poblaciones, que a diferencia del criterio de auditabilidad cuyo objetivo es crear un factor transversal a nivel generacional dentro del mismo proyecto, el criterio de transferibilidad expone un concepto de adaptación de los resultados del proyecto a otro contexto (Castillo & Vásquez, 2013). Sin embargo, cabe recalcar que, debido a la naturaleza de los componentes metodológicos cualitativos dentro del proyecto, su grado de aplicabilidad será directamente proporcional al nivel de similitud contextual que tenga con el nuevo destino, para ello se construirá una densa base referencial que optimice la labor de comparabilidad entre destinos y establezca un formato base de adaptación.

Dentro de todo el proceso de diseño del criterio de rigor y ética, se contemplan los acuerdos de confidencialidad y uso responsable de toda la información y data obtenida a lo largo de todo el proceso de ejecución de las herramientas de investigación descritas anteriormente. Para el presente proyecto se estableció un acuerdo mutuo inicial entre los investigadores, en donde se ponía en evidencia el compromiso y determinación para la obtención de datos reales y la involucración responsable con el contexto sociocultural del destino a trabajar.

Posteriormente se establece un acuerdo de confidencialidad con los actores principales del proyecto, indicando que la motivación principal del mismo es la de proporcionar una serie de herramientas académicas que contribuyan en el proceso de reactivación positiva del destino.

Finalmente se establecen los acuerdos de uso de los datos obtenidos a través de cada una de las herramientas de investigación mencionadas, en donde se especifica que la data obtenida tendrá un uso académico exclusivo para el proyecto y será utilizado con la responsabilidad que demande el o los actores involucrados.

CAPITULO 3

3. RESULTADOS

En esta sección se detallan todos los resultados de investigación obtenidos a lo largo de todo el proceso de ejecución de las herramientas disponibles en cada una de las corrientes metodológicas establecidas para el cumplimiento de cada objetivo específico planteado en el presente proyecto.

3.1 Resultados obtenidos del Primer Objetivo Específico

“Realizar un diagnóstico situacional a nivel turístico del cantón de La Libertad mediante la aplicación de técnicas metodológicas de recolección de datos con el fin de fortalecer los conocimientos de sus recursos, atractivos, productos y capacidades turísticas.”

3.1.1 Resultados de la metodología de investigación convencional

3.1.1.1 Resultados de investigación preliminar del destino

Un diagnóstico turístico al cantón

Comenzando con los resultados obtenidos a través del diagnóstico situacional a nivel turístico del cantón de La Libertad cuyo fin fue fortalecer los conocimientos de los recursos, atractivos, productos y capacidades turísticas de la misma, se destaca en este primer punto cuatro aspectos principales considerados cruciales de analizar previo a la formulación de cualquier propuesta.

Partiendo desde la seguridad, que es un componente clave en el desarrollo óptimo de cualquier destino, tras el proceso de investigación se identificó un estado nada óptimo en el cantón, evidenciando durante la visita de campo, diversos problemas sociales como la delincuencia, el consumo de drogas, la insalubridad, la falta de un cuerpo policial disponible para las áreas de recreación civil/turística y sobre todo la informalidad comercial.

Teniendo como base referencial este primer acercamiento al estado actual del cantón, como investigadores se considera que existe una estrecha relación de causalidad entre el primer y segundo descubrimiento, siendo este último la identificación de una preocupante falta de organización a nivel estructural del organismo de gestión del destino, hecho que pudo evidenciarse tras visitar las instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón.

Tras un análisis personal se llegó a la conclusión de que aquella estructura organizacional mal implementada nace de la identificación de un problema más profundo, cuya repercusión ha alcanzado un nivel generacional. El problema en cuestión se trataría de una falta de información tanto física como digital sobre la gestión turística del destino, en donde a lo largo de los años no se ha recopilado ningún dato relevante para el levantamiento formal de una planificación del destino.

Esto podría interpretarse en que la falta de una estructura organizacional sólida ha ido creando sesgos, desde la información disponible del destino, la identificación departamental de los organismos gestores, hasta el propio desarrollo continuo del cantón.

Tal y como lo expresaba el director Carlos Machuca en una entrevista realizada, esta falta de organización a nivel de gestión explicaría el por qué existe una delegación desequilibrada de recursos prioritarios, donde el turismo es altamente infravalorado cuando se realizan las tomas de decisiones en los temas presupuestarios, de atención gubernamental, entre otros.

Tras conocer las posibles causas, las consecuencias identificadas en el tercer descubrimiento son más justificadas. En este tercer descubrimiento se logró percibir un estado inactivo y desatendido de los recursos, atractivos, y productos turísticos, en donde se pudo observar como la desorganización ha afectado gravemente al sector público, evidenciando una planificación urbana de la ciudad en un estado precario, lo que afecta a su vez al sector turístico, deteriorando la imagen de la ciudad, ocupando las zonas de recreación turística y llevando las zonas de convivencia a un nivel de saturación que, bajo el contexto de la pandemia por covid-19, resulta en un destino turístico muy poco atractivo.

Sin embargo, no todos los descubrimientos fueron negativos, puesto que, tras realizar un recorrido por la ciudad con el objetivo de constatar el verdadero potencial gastronómico de la ciudad mencionado en reuniones previas por los actores principales, se visualizó como, a pesar de todos los problemas anteriormente mencionados, una gran cantidad de turistas llegaban a los diferentes establecimientos de restauración de la ciudad.

Tras realizar una consulta a varios de estos turistas acerca de por qué decidían utilizar el servicio de restauración del cantón, el argumento en común destacaba la calidad del servicio y platillos, el sabor y la originalidad de la comida local.

Con relación al objetivo específico, los descubrimientos logran satisfactoriamente dar a conocer el estado actual a nivel turístico en el que se encuentra el destino, y sobre todo abre amplia las oportunidades del cantón tras conocer sus tanto sus potenciales aprovechables, como sus falencias corregibles.

Para justificar toda la esta información recolectada, se realizó un aproximado de 15 reuniones tanto digitales como presenciales, a los distintos actores identificados en el proceso de diseño del Mapa de Actores correspondiente a la fase inicial del Design Thinking. El contenido de las entrevistas es utilizado en varios análisis en apartados posteriores del presente documento.

3.1.1.2 Resultados de investigación con Árbol de Problemas

Tras una profunda reflexión de todos los problemas identificados en el cantón se llegó a la conclusión de que cada situación representa un impacto significativo en el proceso resolutivo o complementario al desarrollo de propuestas de solución para el cantón.

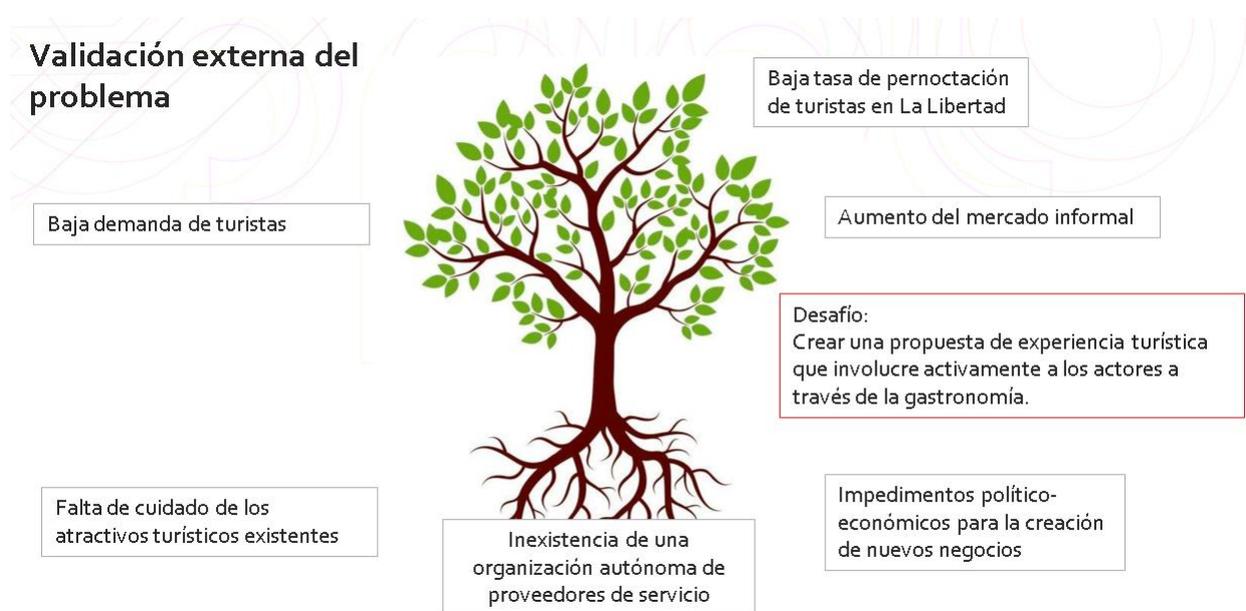


Ilustración 16. Árbol de problemas (Elaboración propia, 2021)

Es decir que, si bien dentro del proceso de identificación del problema, el principal objetivo es concluir todos los componentes en un conflicto general, en el caso del presente proyecto la naturaleza del problema permite convertirlo en un desafío, cambiando así la perspectiva del proyecto y las herramientas que se necesitan para el planteamiento de los objetivos, general y específicos.

Partiendo de aquella premisa, la nueva meta trazada para los investigadores es la de generar una propuesta que dentro de sus funciones produzca una experiencia turística al involucrar activamente a los principales actores del cantón de La Libertad.

3.1.1.3 Resultados de investigación de la Entrevista

Como resultado de investigación tras realizar un total de dos reuniones por medio de la plataforma de Zoom Meetings con el principal actor identificado, el Ing. Carlos Machuca, quien encabeza la dirección de turismo de La Libertad en el periodo 2021, se esclareció su perspectiva de la situación actual que vive La Libertad como cantón.

Constituyéndose como un levantamiento de datos iniciales, bajo la premisa que estos datos serían utilizados como forma de contextualización en el entendimiento de la situación del destino, el director nos comentó desde su perspectiva inicialmente cuál ha sido el impacto a nivel económico, social y cultural del turismo en el cantón a lo largo

de la historia. Éste supo comentar que La Libertad tuvo un periodo muy corto de fama turística, probablemente porque tras su separación con el destino Salinas, el cantón no generó mayores proyectos para el desarrollo turístico, por lo que retrasó el crecimiento del sector durante generaciones enteras.

Al realizarle la pregunta contrastante del impacto del turismo en el cantón posterior a los eventos del COVID-19 el director supo responder que “El virus no pudo llegar en peor momento para La Libertad”, y no se equivocaba, tras una continua gestión precaria del sector turístico, la adición de un factor extremadamente limitante fue la razón por los muchos establecimientos no lograron sobrevivir, teniendo que cerrar sus locales y buscar otras formas de generar ingresos.

Dejando muy en claro la problemática generacional que ha vivido durante décadas el cantón, se le realizó una pregunta de abordaje del proyecto, consultándole la factibilidad de implementar el diseño de una propuesta que genere una experiencia turística en el cantón. Aquella pregunta fue clave en el fortalecimiento de los vínculos entre el cliente y los investigadores. El Ing. Carlos por fin escuchaba una propuesta legítima cuya elaboración promete elementos académicos de la más alta calidad.

Este momento significó para el cliente y los investigadores, el punto de inicio al estar ambas partes de acuerdo en el diseño de la propuesta.

La expectativa por parte del cliente comenzó a surgir, dejando muy en claro que sus intenciones para con La Libertad son exclusivamente de apoyo comunitario. A través de este proceso se dio a conocer lo que serían las **principales necesidades del cliente**, entre las cuales destacaban la necesidad de demostrar una buena gestión ante el consejo directivo del GAD Municipal de La Libertad, y la necesidad de aportar con algo a la ciudadanía Libertense, con el objetivo de mejorar sus calidades de vida y ser reconocido a nivel cantonal como aquel actor que trajo muchos beneficios.

Los principales hallazgos a raíz de estas reuniones se muestran a continuación:

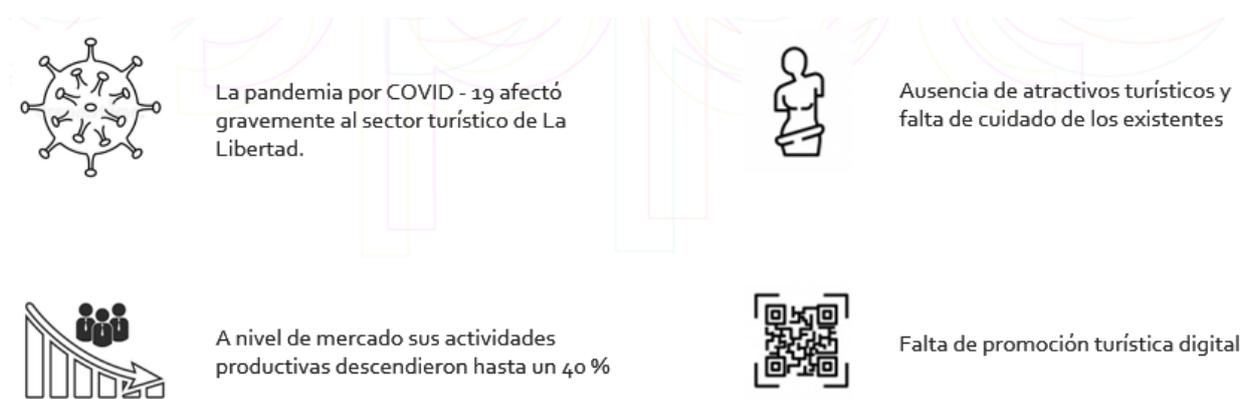


Ilustración 17. Resultados principales de la entrevista (Elaboración propia, 2021)

La evidencia gráfica de la realización de las entrevistas se muestra a continuación:

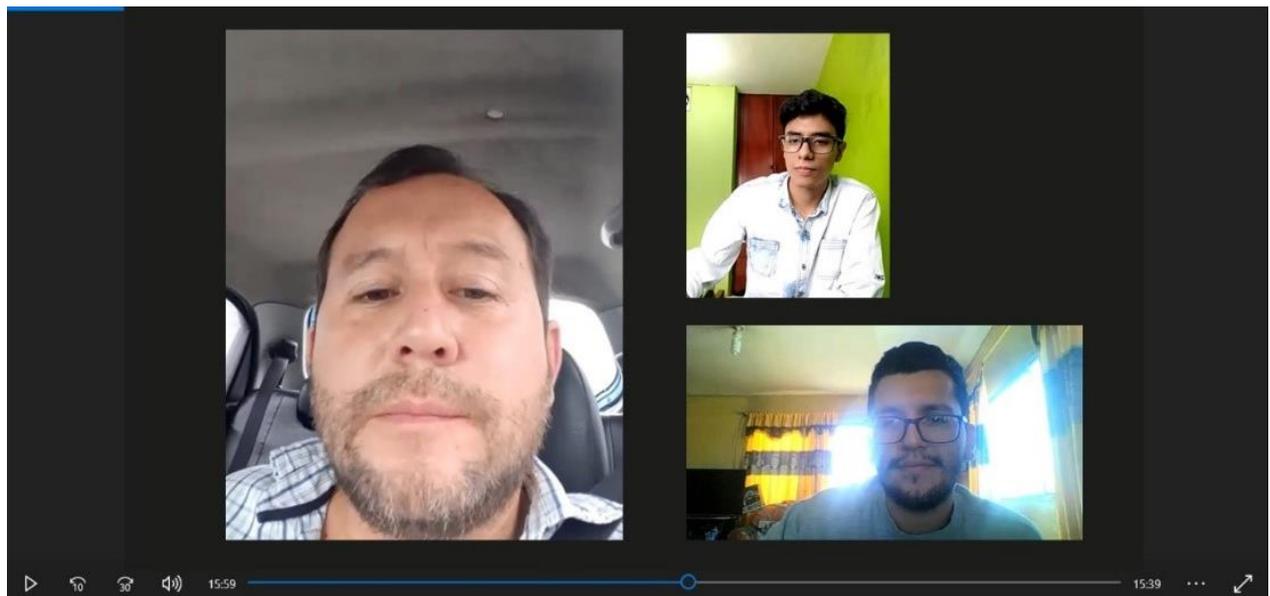


Ilustración 18. Extracto de Entrevista vía ZOOM Meetings (Elaboración propia, 2021)

3.1.1.4 Resultados de la Encuesta del perfil de turista

¿Qué opinan los turistas?

Las encuestas se realizaron entre el 13 y 14 de junio durante la visita de campo que se realizó al cantón, con la finalidad de conocer la percepción que se tiene del turismo; las necesidades que presentan los establecimientos gastronómicos

considerando la nueva normalidad y el comportamiento desarrollado a partir de la adaptabilidad al contexto pandémico.

El comportamiento de los turistas

Del total de encuestados hubo una gran mayoría que respondieron a otro, debido a que residían en el propio cantón. Dentro de los motivos de visita con mayor porcentaje se obtuvo lo siguiente: negocios (19%), diversión (13%), visita a familiares (10%) y descanso o placer (8%).

Ilustración 19 Indique el motivo principal de su visita al cantón (Elaboración propia, 2021)



Un dato relevante y a la vez preocupante es el hecho que todos los encuestados respondieron con un no rotundo a la pregunta de pernoctar en la ciudad, aquellos que no vivían en La Libertad acotaban que regresaban el mismo día a sus hogares.

Cabe recalcar que con aquellos encuestados que respondían que no pasarían lo noche, argumentaban que “no había mucho que hacer”.

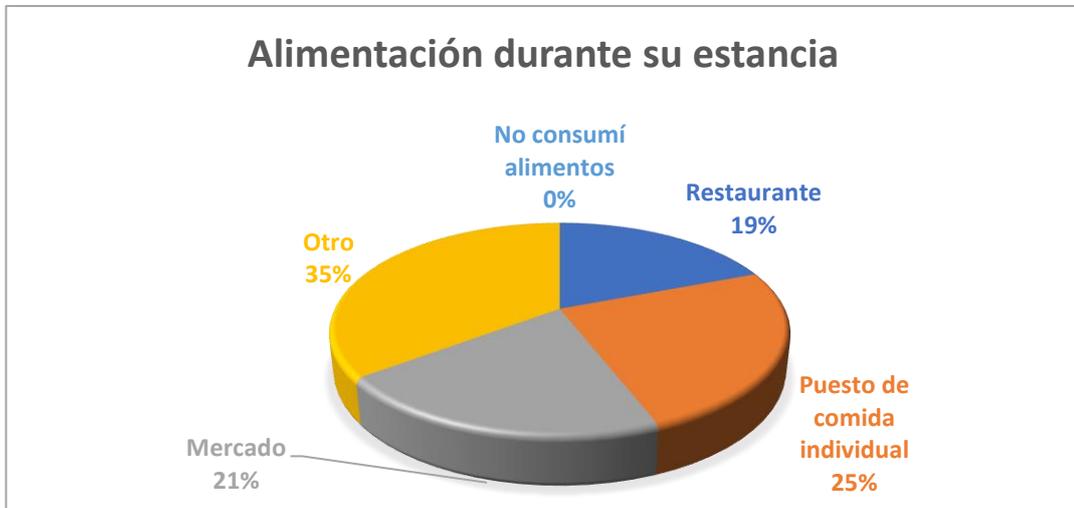
Ilustración 20 Durante su visita ¿Usted se hospeda en algún establecimiento de la ciudad? (Elaboración propia, 2021)



A nivel de consumo en alimentos, la opción de otro fue la de mayor porcentaje con un 35%, justificando su respuesta a que comerían en casa, recordemos que un gran número de encuestados son pertenecientes a La Libertad.

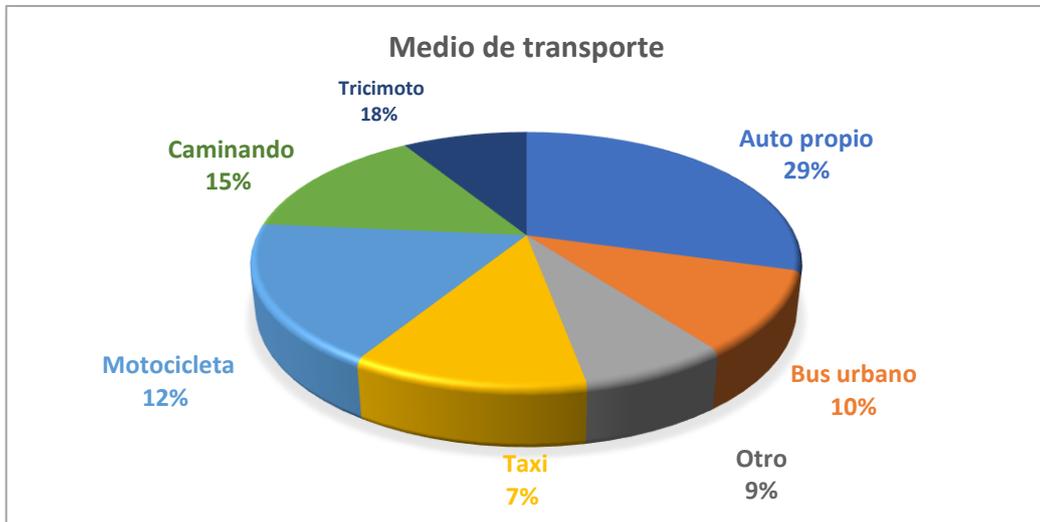
Elegir un puesto de comida individual fue el segundo porcentaje más alto con un 25%, mientras que comer en el mercado se adjudicó un 21% y, por último, la opción a comer en restaurantes recibió un 19%. Aunque se identificó visualmente un interés en consumir fuera de casa, las medidas de bioseguridad y demás protocolos parecen no convencer del todo a los encuestados ya que además de tener una buena experiencia el cuidar su salud es igual de importante.

**Ilustración 21 ¿Qué tipo de servicio alimenticio ha elegido durante su visita?
(Elaboración propia, 2021)**



Respecto a la movilización de los encuestados durante su estancia, un 29% respondió que tenían auto propio mientras que un 15% aseguró que su movilización sería a pie. El transporte público como bus urbano, tricimoto y taxi también estuvieron presentes con un bajo porcentaje dentro de las respuestas obtenidas

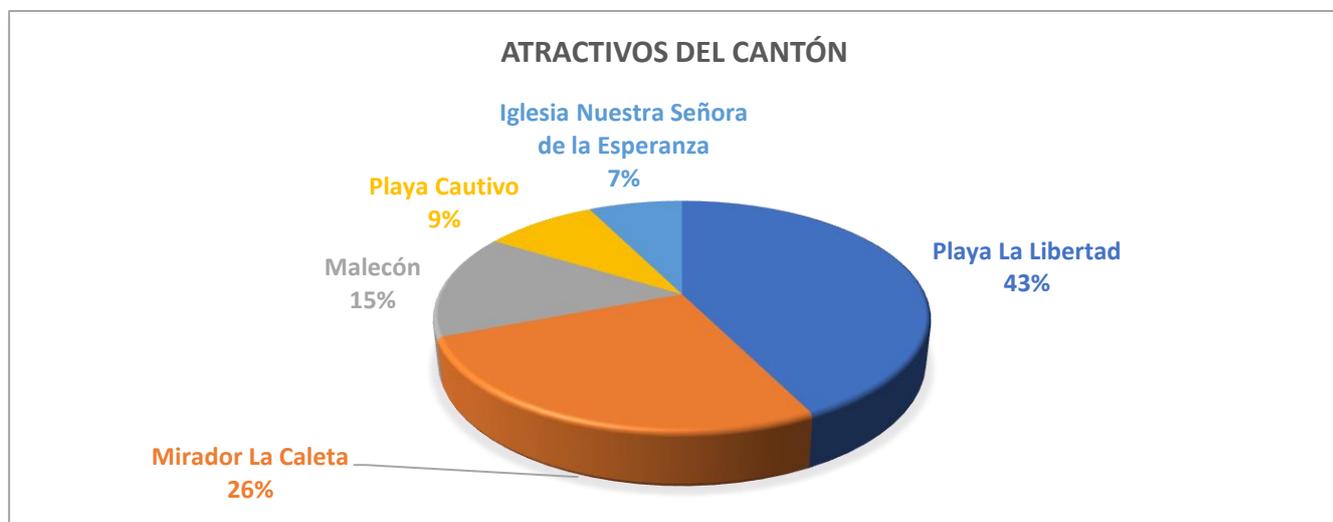
Ilustración 22 ¿Qué medio de transporte ha utilizado o planea utilizar durante su estancia en la ciudad? (Elaboración propia, 2021)



A través de la visita y asistencia a los distintivos atractivos de La Libertad, los encuestado han desarrollado una percepción sobre el turismo y lo que ofrece la ciudad en relación con los servicios turísticos.

Siendo que los encuestado ya habían visitado los atractivos o estaban por visitarlos, fuera de la encuesta dialogaron con nosotros e indicaron que entendían el contexto de la pandemia, pero esperaban que la situación mejore para el turismo como en otras playas, ya sea mejorando los atractivos que se tiene o creando algo nuevo que llamen la atención.

Ilustración 23 Indique en cuál de estos atractivos Ud. estaría interesado en conocer el día de hoy o ya conoció (Elaboración propia, 2021)



Los resultados de las encuestas permitieron conocer, no solo las necesidades y motivaciones del turista, si no su percepción actual de La Libertad y aquellas posibilidades u oportunidades que se pueden tomar para iniciar una reactivación. También, permitió generar las bases o las prioridades bajo las cuales se van a trabajar los prototipos de nuestra investigación.

3.1.1.5 Resultados de Análisis PEST

Una vez analizado los datos obtenidos a través de las investigaciones preliminares realizadas acerca de las diferentes aristas consideradas en el proyecto; y previo al inicio del proceso de diseño y prototipaje; se considera óptimo elaborar un análisis PEST, cuya funcionalidad pone en perspectiva el contexto político, económico, social y tecnológico que envuelve al destino de La Libertad, y bajo el cual se llevará a cabo la ejecución de todas las propuestas.

El análisis preliminar de los datos genera un entendimiento interno del proyecto, por otro lado, la metodología PEST permite conocer todos aquellos factores externos que afectan positiva o negativamente al destino. Para lograrlo se realizaron una serie de entrevistas a profundidad, llevadas a cabo a través de medios virtuales y presenciales.

Factores políticos

Todos aquellos procesos cuya dinámica considera aspectos políticos y legislativos, directa o indirectamente poseen una influencia sobre el destino, en donde no solo los actores principales se ven involucrados, sino que la comunidad entera se ve regida ante las distintas regulaciones gubernamentales.

A lo largo del proceso investigativo se ha observado una disconformidad, sobre todo de los establecimientos de restauración, ante la idea de una regularización gubernamental de sus negocios. Distintas opiniones concuerdan en que este proceso, más allá de beneficiarlos, les impide llevar un crecimiento adecuado de sus negocios, lo que concluye en una disminución de los establecimientos regulados, y contribuye en el aumento del mercado informal.

Bajo el contexto actual de la pandemia la situación no mejora, los establecimientos de restauración se ven obligados a cumplir nuevas disposiciones, muchas de las cuales requieren una inversión económica y uso de recursos, lo cual, sumado al descontento por la regularización obligatoria, pone en una situación muy difícil a este sector productivo y de servicio.

Entre las ordenanzas que generan más conflicto y preocupación son las Ordenanzas Municipales del Cantón Salinas: Que reforma a la Ordenanza que establece las medidas de prevención y normas de bioseguridad para evitar la propagación del virus COVID-19 en los establecimientos comerciales, financieros, lugares de trabajo, buses de transporte urbano y playas.

Factores económicos

En un año el turismo en Ecuador generó \$ 5.586,5 millones, \$ 263,4 millones (+4,99%) más que el año inmediato anterior, cuando el sector aportó a la economía nacional \$ 5.323,1 millones, según cifras de la Dirección de Información Turística y Análisis Económico del Ministerio de Turismo.

La gestión de los establecimientos de restauración reconoce el incremento del gasto frente a la disminución del ingreso bajo el contexto actual. A nivel del entorno económico, el sector productivo y de servicios entiende la gravedad de su situación, y es un saber compartido que la escasez de demanda turística impacta negativamente la dinámica económica del cantón.

En diversas encuestas realizadas a los establecimientos de restauración, se identificó una baja de hasta el 40% en la productividad, hecho que ha dejado a muchos de los establecimientos sin la posibilidad de mantenerse activo en el mercado.

En el catastro ministerial del sector turístico de La Libertad para el año 2019 se registraban un total de 102 establecimientos en el área turística, situación que drásticamente disminuyó para el 2021 reconociendo un aproximado de solo 70 establecimientos activos. Este dato corresponde a una baja del 68% de disponibilidad de toda la planta turística.

Grupos afectados económicamente

A pesar de la reapertura de algunos negocios y de sus intentos por volver a una estabilidad económica, el impacto de la pandemia aún afecta a un grupo muy considerable de negocios.

Los grupos más afectados por este problema en La Libertad corresponden al sector productivo, de pesca, comercio/ exportación y finalmente al turismo, industria que ha percibido la mayor cantidad de daños en el último año.

El impacto de la crisis se evidencia en la falta de clientes en los distintos establecimientos de prestación de servicios turísticos, enfatizando al grupo de restaurantes de La Libertad, cuya situación no era mejor antes de la pandemia, y tampoco lo es ahora.

Otros aspectos que han contribuido al conflicto económico del área de restauración del cantón ya han sido expuestos por los propios representantes entrevistados en el presente proyecto, alegando su falta de productividad es tan solo un efecto más de una mala administración de los recursos por parte de los organismos gestores, la pandemia es tan solo otro problema adicional.

Factor social

Retomando la premisa expuesta por los actores principales del proyecto, los factores más preocupantes que envuelven al cantón son los problemas sociales, los cuales se han evidenciado desde hace muchos años sin una solución aparente.

El consumo de drogas, la delincuencia, la inseguridad, y ahora la irresponsabilidad de temas de bioseguridad, son algunos de los problemas que caracterizan al contexto social del cantón.

Los residentes se quejan por la falta de atención por parte de las autoridades en la resolución de estos conflictos, no obstante, aun preservan aquella desconfianza que los obliga a autogestionar medidas de seguridad para sus negocios y familias.

El turismo es uno de los sectores que más se ven afectados por este contexto, puesto que sus actividades se ven envueltas en la recreación pública, algo que resulta muy difícil de disfrutar bajo un contexto tan negativo.

Factor Tecnológico

Analizar la variable tecnológica llega a ser compleja debido a los constantes cambios en el que se encuentra el sector del turismo ecuatoriano. El uso de la tecnología se presenta como uno de los principales factores para el desarrollo empresarial y el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

Ante ello, se ha diversificado la forma en que los turistas y clientes se relaciona con los servicios y con los servicios en línea, observándose un crecimiento en el uso y creación de apps móviles como herramientas que ayudan a alcanzar un grado de satisfacción y suplir con las necesidades del momento.

3.1.2 Resultados de la Metodología Desing Thinking

3.1.2.1 Mapa de empatía | Resultados

Con el objetivo de entender a profundidad la problemática identificada en el cantón y conocer a fondo las necesidades de cada actor, se lleva a cabo un proceso de

identificación y análisis de datos desde la perspectiva correspondiente al cliente, usuarios y beneficiarios del proyecto.

| Cliente

Tras identificar al cliente principal en los procesos iniciales del Design Thinking, se procede a definir sus necesidades con relación al problema y a los resultados obtenidos en la investigación preliminar. Después de varios encuentros con el cliente, el director Carlos Machuca expresó su gran interés por la reactivación turística del cantón, dejando en claro su preocupación por la gestión del turismo en el destino.

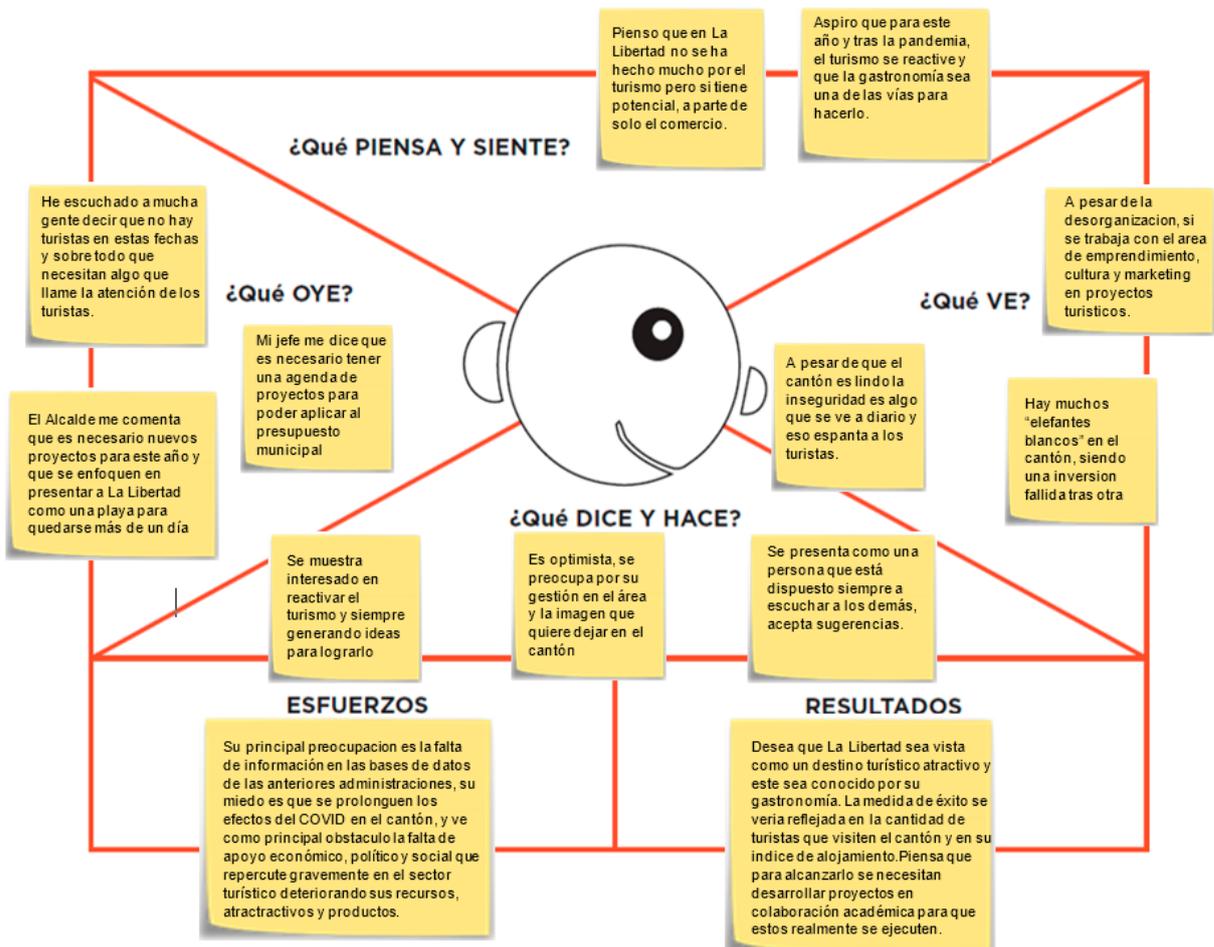


Ilustración 24. Mapa de empatía del cliente (Osterwalder A. & Pigneur – adaptado de XPLANE. 2011)

| Beneficiario

Para la definición de los representantes del grupo de beneficiarios se investigó acerca de los personajes mayormente reconocidos en el sector gastronómico. En las

reuniones establecidas con el grupo de beneficiarios se expresaron muchos argumentos en común.

A continuación, se muestra el resultado de las principales opiniones, sentimientos y preocupaciones reconocidas en los establecimientos de restauración del cantón:

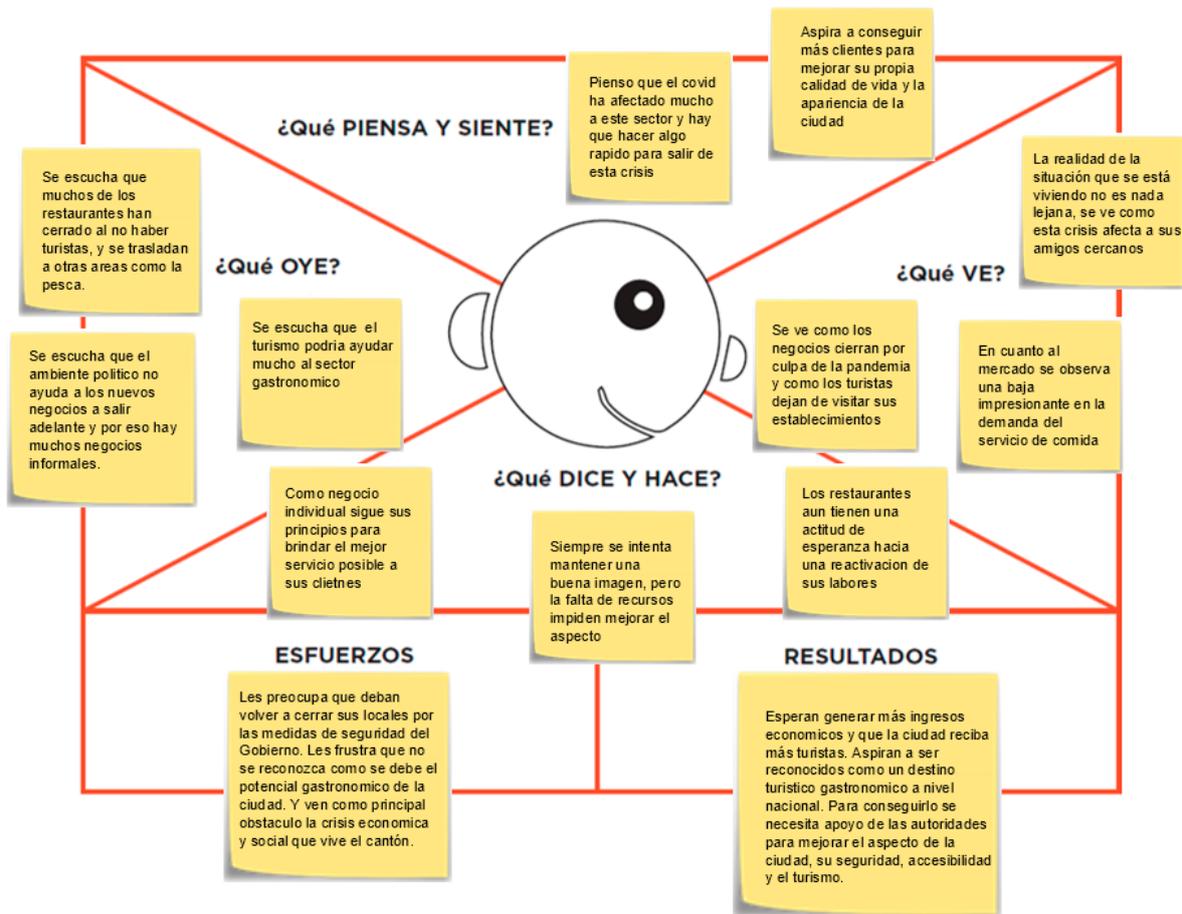


Ilustración 25. Mapa de empatía del beneficiario (Osterwalder A. & Pigneur – adaptado de XPLANE. 2011)

| Usuario final

Reconociendo al usuario final como aquella persona que ha visitado o desea visitar el destino de La Libertad, se expone a continuación, desde su perspectiva, todas

aquellas observaciones, sentimientos y emociones que construyen su experiencia en el cantón.

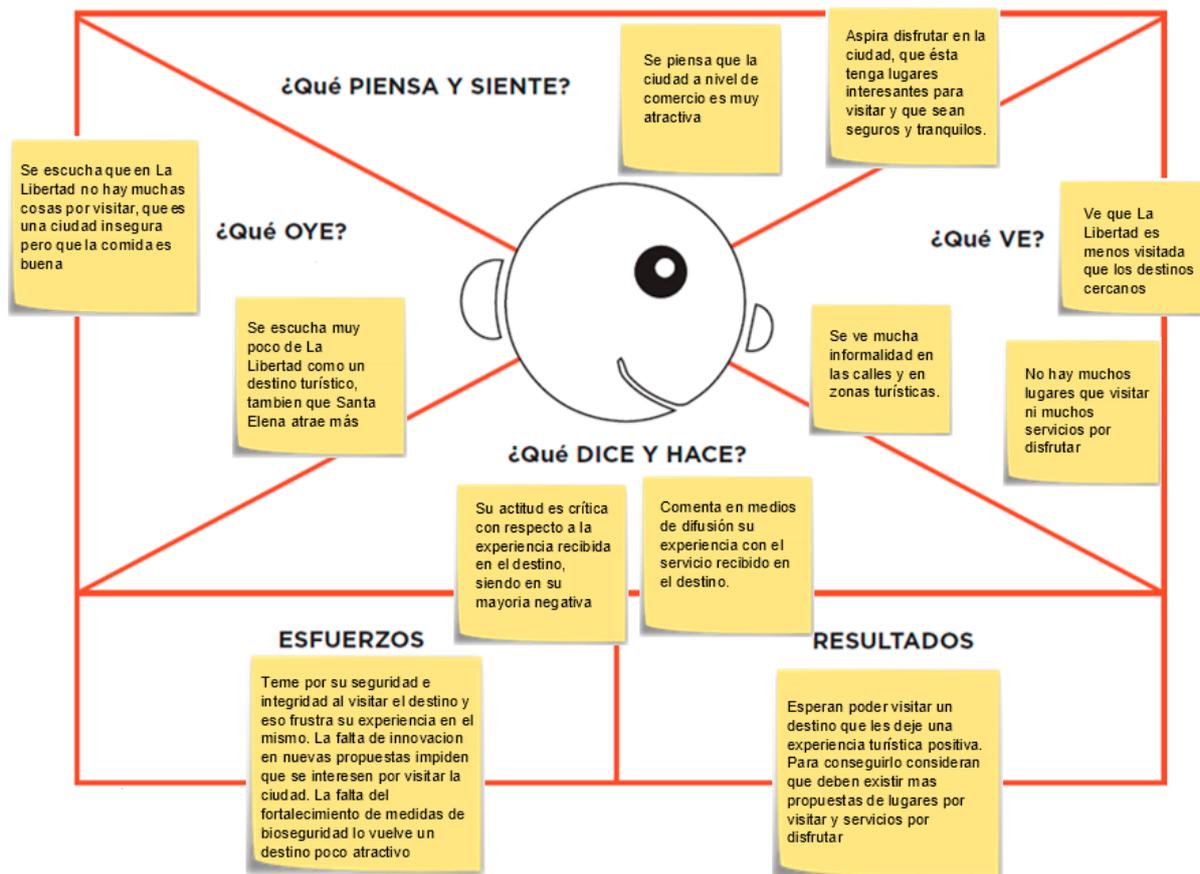


Ilustración 26. Mapa de empatía del usuario final (Osterwalder A. & Pigneur – adaptado de XPLANE. 2011)

Hallazgos principales en la identificación de las necesidades del cliente, usuario y beneficiarios.

Una vez recolectadas todas las opiniones, sentimientos y emociones de los principales actores se continua con la síntesis de la información obtenida. Para ello se presentan los resultados obtenidos en una tabla de hallazgos que contemplan los

principales temas en común discutidos en cada reunión, y condensa la información en un apartado de hallazgos finales.

Tema	Hallazgos	Citas
Demanda de turistas	<p>Existe una baja afluencia de turistas en los principales sitios de recreación en la ciudad.</p> <p>Los establecimientos perciben pocas ganancias.</p>	<p>“Aquí en La Libertad se ven muy pocos turistas, si vez el malecón lleno es de la misma gente de la ciudad”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ing. Carlos Machuca</i> (Director de turismo del GAD)
Tasa de pernoctación de turistas en el cantón	<p>Los establecimientos de alojamiento se presentan vacíos con una única afluencia de clientes en temporadas de vacaciones nacionales</p>	<p>“Los turistas nomás llegan a comer aquí, luego se van a Salinas para hospedarse allá”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lic. Emma Franco</i> (Consultora del Ministerio de Turismo)
Mercado informal	<p>Existe una sobrepoblación de negocios informales en las calles. El número es tan alto que invade las zonas destinadas para el turismo.</p> <p>Muchos de los negociantes informales eran formales, pero dejaron de serlo debido a los pocos beneficios percibidos.</p>	<p>“Ponerse un negocio aquí gasta mucha plata, y más cuando no se ve ningún beneficio”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sra. Lady Solís</i> (Gerente de “Punto Cangrejo”)
Atractivos turísticos	<p>Los atractivos se encuentran en mal estado, sin señales de mantenimiento adecuado durante el periodo de la pandemia por Covid-19.</p> <p>La accesibilidad a los atractivos no es óptima y su posicionamiento refleja</p>	<p>“Los atractivos no son muy usados aquí, a lo mucho el malecón es el que más gente tiene, pero no son turistas”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Iván Cruz Méndez</i> Director del área de Cultura y Arqueología.

	inseguridad.	
La experiencia turística en el destino.	<p>No existe una experiencia turística planificada para el turista.</p> <p>La experiencia del turista se construye en base a una exploración independiente lo que frecuentemente resulta en una experiencia negativa.</p>	<p>“Cuando llegué no sabía a donde ir, y cuando pregunté la gente no parecía conocer los atractivos turísticos y solo me recomendaban el malecón, cuando fui allá tampoco me gustó mucho”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Andrés Guzñay</i> (Turista)
Organización autónoma de proveedores de servicio	<p>Existen pocas organizaciones autogestionadas como el Grupo de Mujeres Eternas o la Asociación de pescadores de La Libertad, sin embargo, ninguna guarda relación con la actividad turística</p>	<p>“Aquí no hay organizaciones para los restaurantes, cada uno vive como puede, la único que nos ayuda es la escuela gastronómica, pero es un trabajo individual”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sra. Romina Franco</i> (Gerente de “Caracol Rojo”)
Factores políticos, económicos y sociales	<p>Se evidencia una clara falta de seguridad a nivel cantonal, identificando zonas rojas de consumo, o de peligro por robo.</p> <p>Se percibe una falta de apoyo gubernamental en el crecimiento del cantón</p> <p>Se identifica un déficit de ingresos en La Libertad a causa tanto de la pandemia como de la mala gestión política del cantón.</p>	<p>“Yo no andaría por esta calle a las 9 de la noche solito, y mira que yo he vivido aquí 24 años”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Carlos Machuca</i> (Director de turismo del GAD) <p>“Yo recomendaría no avanzar hasta el malecón por que se ha vuelto peligroso”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>MSc. Carla Ricaurte</i> (Residente de La Libertad)

Tabla 6. Tabla de hallazgos en Mapas de Empatía (Elaboración propia, 2021)

3.1.2.2 Tabla de prioridades forzadas | Resultados

Tabla de prioridades

	VALOR
MUY ALTO	5
ALTO	4
MEDIO	3
BAJO	2
MUY BAJO	1

Insights	Cliente GAD	Beneficiarios Restaurantes	Usuarios Turistas	Valoración
Baja demanda de turistas	4	4	3	11
Baja tasa de pernoctación de turistas en el cantón	3	3	3	9
Aumento del mercado informal	2	4	5	11
Falta de los atractivos turísticos	4	4	4	12
La experiencia turística en el destino	5	5	5	15
Inexistencia de una organización autónoma de proveedores de servicio	4	5	3	12
Impedimentos políticos, económicos y sociales	4	4	3	11
Reactivación turística	5	5	4	14

Tabla 7. Tabla de insights o prioridades (Elaboración propia, 2021)

Análisis de resultados

En la tabla se observan los principales temas discutidos con cada uno de los actores principales, junto con su valoración correspondiente a las opiniones vertidas por los mismos. Como principales resultados:

- Se identifica un interés prioritario por crear una experiencia turística para los turistas que visitan el destino.
- Se identifica una alta necesidad por reanudar y reactivar la dinámica turística del cantón.
- Se considera de atención prioritaria el generar una organización autónoma que les permita a los prestadores de servicio, participar en la toma de decisiones del cantón.
- Otro de los aspectos más importantes destacados es el rescate de los atractivos turísticos del destino.
- El aumento del mercado informal y los impedimentos sociopolíticos resulta en una preocupación común que requiere de una atención inmediata por parte de los responsables
- A pesar de que el nivel de atención prioritaria para el área de alojamiento es bajo, se considera como un aspecto que también debe atenderse.

Análisis comparativo de resultados

A partir de la jerarquización de los componentes del problema/desafío se realiza un análisis introspectivo de los resultados obtenidos, identificando las brechas de conocimiento cubiertas a través del trabajo de campo e investigación y contrastándolas con los datos analizados.

Mediante la tabla mostrada a continuación se evidencia el avance de investigación cubierto a través de las distintas herramientas de análisis y evaluación utilizadas.

Antes de la investigación/trabajo de campo	Después de la investigación/ trabajo de campo	Herramienta de análisis y evaluación
Se plantea una falta de comunicación entre actores principales	Se identifica una buena relación entre los servidores y autoridades de turismo	Metodología de observación directa in situ
Se plantea una falta de identidad/empoderamiento	Existe un gran empoderamiento sobre el	- Entrevistas - Focus Group

turístico en la comunidad	potencial gastronómico del cantón.	- Users Research Interview
Se plantea un estancamiento en el desarrollo de La Libertad como destino turístico	Se validó la premisa tras evidenciar un desarrollo deficiente en el área turística.	- Observación directa in situ - Users Research Interview
Se plantea una emisión impertinente de ordenanzas para el desarrollo turístico	No existió una transigencia frente a la regularización de los locales emergentes durante la pandemia	- Entrevistas - Mind map Brainstorming
Se plantea el hecho de que no se ha logrado ejecutar una propuesta sólida de turismo para La Libertad	Se ratifico la premisa al observar una falta de información de las propuestas realizadas en administraciones pasadas.	Metodología de observación directa in situ
Se plantea la creación de una experiencia turística como un problema	Se adapta el problema identificado a las necesidades analizadas de los actores generando un desafío.	- Problem Prioritization - Focus Finder

Tabla 8. Tabla de análisis comparativo (Elaboración propia, 2021)

3.1.2.3 POV – Definición y Redefinición del problema | Resultados

Se redefine el problema/desafío incluyendo las necesidades y los insights, así mismo se plantea su reformulación considerando la evolución de la problemática desde el inicio de la investigación primaria y secundaria, hasta el acercamiento y empatización con los actores.

Se toma como referencia para la redefinición del problema el conjunto de la suma entre el cliente, beneficiario y usuario más su necesidad, y los insights planteados tal y como lo muestra la gráfica. Luego se estructura el nuevo problema incluyendo todos los componentes mencionados.

Como resultado se obtiene una justificación del problema/desafío a través del uso de las herramientas correspondientes, concluyendo en que:

- **El cliente** necesita una forma de **experiencia turística** porque **es necesaria una reactivación turística en el cantón**
- **Los beneficiarios** necesitan una forma de **experiencia turística** porque **hay la inexistencia de una organización autónoma de proveedores de servicio**
- **La Libertad** necesita una forma de **experiencia turística** porque **existe una baja demanda de turistas**

3.1.3 Resultados de investigación de la metodología MURAL

3.1.3.1 Resultados del Research (User Interviews)

Con la necesidad de entender más a profundidad las necesidades del usuario, el template denominado *“Research (User Interviews)”* resulta ser la herramienta indicada para el reconocimiento de las perspectivas de aquellos actores involucrados en el proyecto que, complementado a la herramienta del árbol de problemas, permite a los investigadores orientar la definición del problema al contexto real del destino.

Los resultados de la implementación de la propuesta se adjuntan a continuación:

USER RESEARCH: UNDERSTAND THE PROBLEM

Use this when you're in the beginning stages of a project and you want to make sure you're solving the right problem.

1 Interviews

User interviews can tell you a lot about the situation you're working with and the problem you're trying to solve. Interviewees can be stakeholders, potential users, or people who live or work in the environment you're investigating. Even a small sample of interviews can generate a wealth of data.

One person should do the interviewing, and one person should take notes. **Remember to keep questions open-ended** so you don't unintentionally lead your interviewee to any specific answer.

Interviewee:	Lady Solís	Things to keep in mind:	Local familiar de años	Semana Santa fue bajo
Interviewer:	Alex			
Note-taker:	Alex			
Date + time:	16:30 (GMT-5), 4/6/2021			
Question	Answer	Question	Answer	
¿Cuál ha sido el impacto del COVID en su negocio?	Aumento de locales que considero como competencia.	¿Cuál ha sido el impacto del COVID en su negocio?	Muy fuerte, yo que recién en SEPT. volví a abrir.	
En sus palabras, ¿cómo evaluaría el turismo actualmente en La Libertad?	Está muy bajo.	En sus palabras, ¿cómo evaluaría el turismo actualmente en La Libertad?	Superbajo.	
¿Es el turismo su principal fuente de ingresos?	Si, vivo de esto y la pesca.	¿Es el turismo su principal fuente de ingresos?	Si y en La Libertad, se mueve bastante el comercio.	
¿Cuáles han sido los impedimentos para cumplir con sus proyectos?	El COVID y las restricciones que tuvieron, y que no serían tantas como antes.	¿Cuáles han sido los impedimentos para cumplir con sus proyectos?	El tema del COVID, y el desconfianza que genera con los clientes.	
¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos principales con los que cuenta el lugar?	El Malecón, solo que ahora está destruido y no hay más.	¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos principales con los que cuenta el lugar?	Pues solo veo el Malecón, de ahí ningún otro más.	

Ilustración 27. Template User Research completado. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

3.1.3.2 Resultados del Problem Prioritization

Ubicado cronológicamente en la etapa de Definir o Redefinir el problema, en la dinámica del Desing Thinking anteriormente detallada. Para complementar las acciones investigativas se hace uso pleno de la herramienta “*Problem Prioritization*”. La cual permite al investigador jerarquizar las ideas y conclusiones surgidas, considerando las perspectivas de impacto del problema en el destino.

Los resultados de la implementación de la propuesta se adjuntan a continuación:

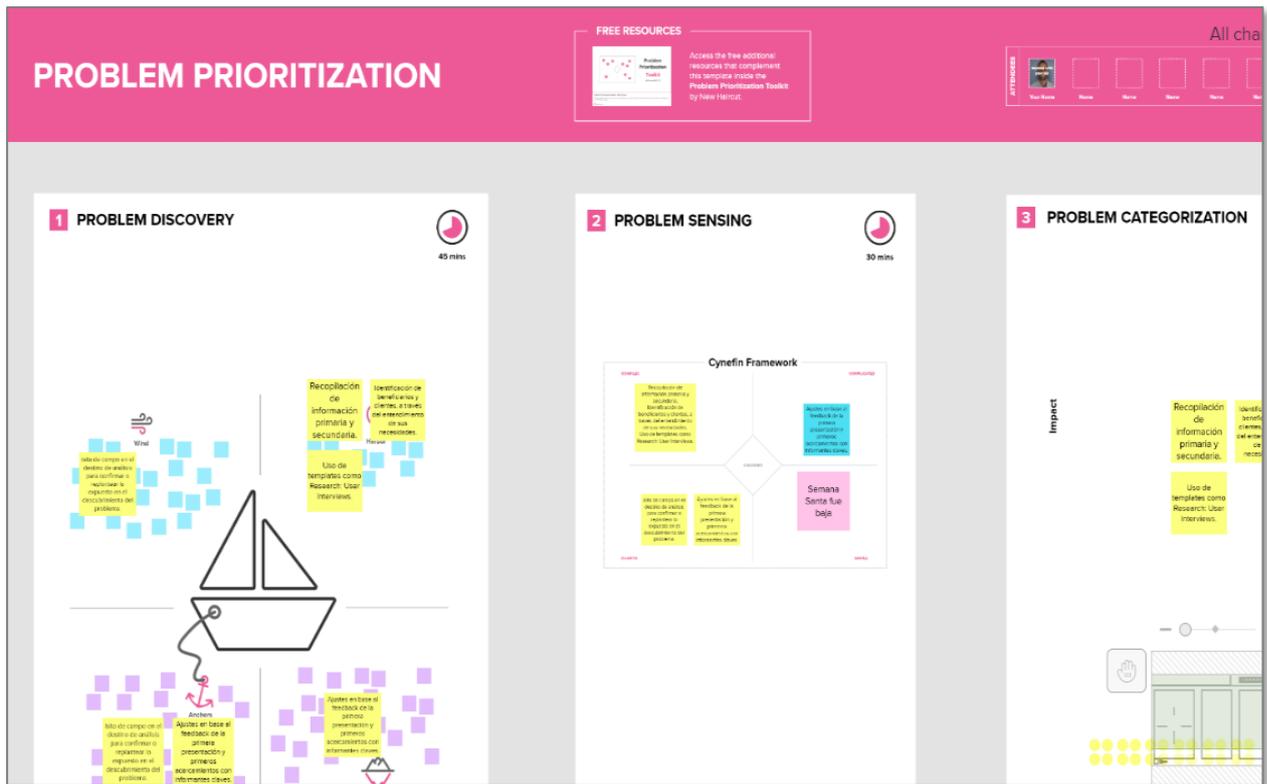


Ilustración 28. Template Problem Prioritization completado. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

3.1.3.3 Resultados del Focus Finder

La herramienta denominada “*Focus Finder*” es aplicable bajo la necesidad de encontrar el punto central de un problema u oportunidad. Bajo el contexto del proyecto, esta herramienta complementa al árbol de problemas. Los resultados de la implementación de la propuesta se adjuntan a continuación:

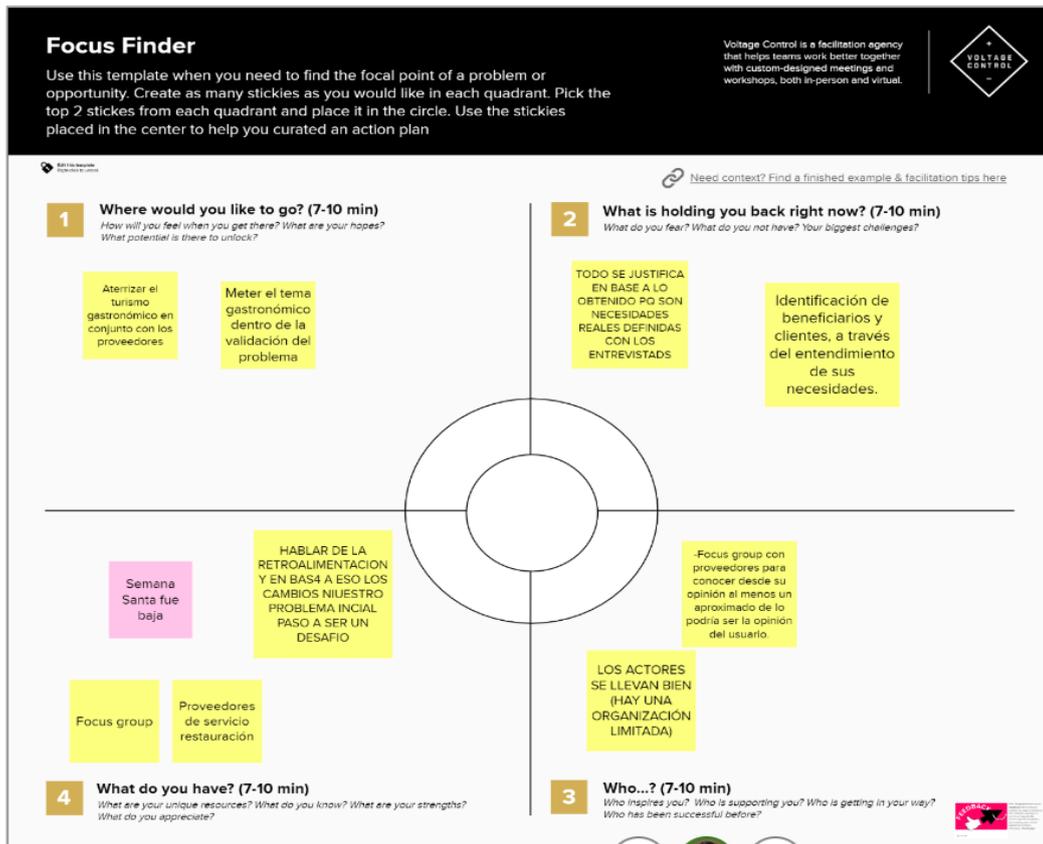


Ilustración 29. Template Focus Finder completado. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

3.2 Resultados obtenidos del Segundo Objetivo Específico

“Generar un prototipo que cumpla con las especificaciones de la propuesta a través del uso de herramientas de diseño, evaluación y selección de un prototipo, para su contribución en la creación de una experiencia turística gastronómica.”

3.2.1 Resultados obtenidos de la metodología de análisis y discusión convencional

3.2.1.1 Resultados del Focus Group

Continuando con la segunda etapa del proyecto, se identifica la necesidad de información tanto de los actores principales como de la capacidad del destino.

El primer aspecto es obtenido a través de la coordinación personal con los principales actores de La Libertad, en donde se discute la pertinencia del proyecto en el

cantón y se define el compromiso y participación de cada uno de ellos en el proceso de diseño, evaluación y selección de las diferentes propuestas de solución que se planteen.

Por otro lado, para la determinación de la capacidad del destino se propone un acercamiento presencial a todas las zonas de la ciudad consideradas para la recreación turística, en donde se analizarán los aspectos de capacidad de carga del lugar, el contexto social y cultural en el que se encuentra y su nivel de factibilidad para el desarrollo de una propuesta.

Como resultado de investigación inicial, tras realizar un acumulado de 18 horas de recorrido por los distintos lugares potenciales de la ciudad y un total de 10 sesiones de Focus Groups a través de plataformas digitales se enfatiza el descubrimiento de que el cantón se encuentra al límite de su capacidad a nivel de espacio físico, lo que pone en consideración para la siguiente etapa que toda propuesta generada debe utilizar un aprovechar un espacio previamente ocupado.

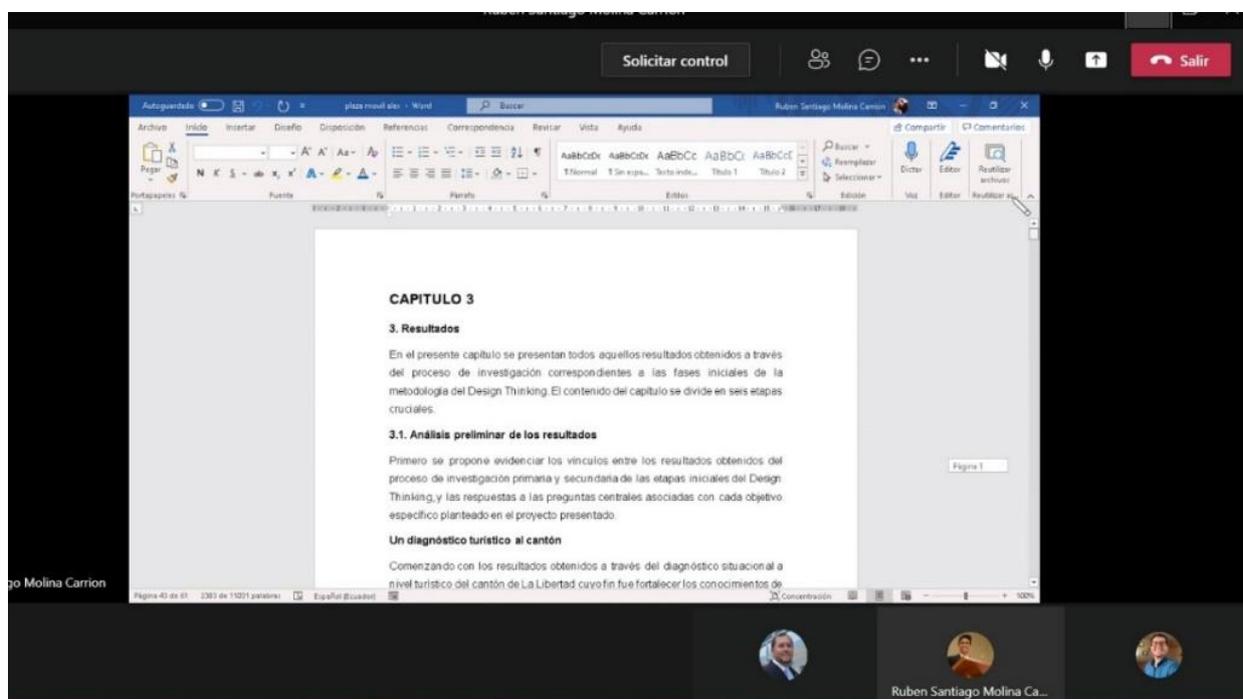


Ilustración 30 Reunión en modalidad de Focus Group (Elaboración propia, 2021)

3.2.2 Resultados obtenidos de la metodología del Design Thinking

3.2.2.1 Resultado de Unidades de Medida

En la sección de unidades de medida se explican y definen las características con las que se van a evaluar los prototipos, cuantificando el cambio /impacto que la solución produciría en caso de funcionar.

Para definirlo se utiliza la siguiente tabla en la que se considera: El nombre de la medida/indicador, su concepto, la forma de medición y su valor de éxito.

Indicador	Concepto	Cálculo	Valor de éxito
Crear una experiencia turística	El prototipo debe generar un conjunto de emociones y sensaciones positivas en el turista	A través de las opiniones, comentarios y reseñas vertidas por el turista en medios de comunicación	
Colabora en la reactivación turística y económica del cantón	El prototipo debe aportar en la reanudación de las actividades turístico-económicas del cantón	A través de un análisis comparativo de los ingresos por actividad turística en el cantón.	
Involucra activamente a los establecimientos de restauración	El prototipo debe incluir la participación de los restaurantes en la ciudad	Teniendo una base de datos de los establecimientos participantes	
Fortalece las capacidades organizacionales de los actores	A través del prototipo se deben fortalecer las capacidades de organización autónoma de los actores	Seguimiento a las actividades productivas de las organizaciones creadas	
Debe generar un entorno de	El prototipo debe crear un ambiente en el que	En el nivel de satisfacción y	

seguridad	los turistas y residentes se sientan seguros	comodidad de los turistas, residentes y establecimientos	
Debe aprovechar los recursos y atractivos turísticos existentes	La creación del prototipo debe hacer un uso pleno de los espacios físicos y recursos del cantón	A través de un seguimiento a los recursos y atractivos turísticos. (Inventario de atractivos)	
No debe representar un gasto elevado para el turista	El prototipo debe ser económicamente accesible para el público objetivo de La Libertad	En la perspectiva de relación calidad-precio por parte del turista. A través de encuestas.	
Debe ser de fácil accesibilidad	El prototipo debe considerar el uso de señaléticas, vías de acceso en buen estado y un espacio adecuado para el ingreso de los usuarios	Con un reporte del estado de los elementos de accesibilidad al prototipo	

Tabla 9. Tabla de unidades de medida completa (De elaboración propia, 2021)

3.2.2.2 Resultados del prototipado de baja resolución

Tras contemplar los distintos factores tanto positivos como negativos presentes en el contexto actual del cantón de La Libertad, se lleva a cabo el proceso de diseño de las diferentes propuestas de solución para cada uno de los problemas manifiestos a lo largo de todo el proyecto.

A continuación, se detallan los tres prototipos de baja resolución propuestos para este proyecto.

Primer Prototipo | Ruta Turística Gastronómica

Descripción

¿Qué es?

Partiendo desde el concepto básico de la propuesta, tomando como referencia su definición realizada por (Briedenhann & Wickens, 2004), se entiende por ruta turística como un **producto turístico** que agrupa una serie de atractivos en un territorio bien definido, bajo una temática precisa, que fomenta la colaboración entre agentes públicos/privados con las diversas zonas geográficas, y que tiene por objetivo destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados.

Tras valorizar el potencial gastronómico del cantón y tomar en consideración las necesidades identificadas en los actores del proyecto, se adapta el concepto de la propuesta a un diseño que incluye el factor gastronómico como un reemplazo de los atractivos, conservando su dinámica de conjunción de caracteres, manteniendo la participación activa de los sectores públicos y privados, y justificando el objetivo de destacar un carácter en común del territorio mediante la estructuración adecuada de un sistema económico eficiente.

¿Cómo funciona?

Para entender el funcionamiento de la propuesta se lleva a cabo un proceso adaptación de esta al contexto antropológico de la ciudad, para ello se plantean dos etapas. En la primera etapa se establece una guía de diseño e implementación del prototipo en la ciudad. La segunda etapa prevé una representación gráfica de la perspectiva de uso del prototipo por parte de los usuarios finales en el momento de su ejecución.

Primera etapa | Guía de Diseño e implementación del prototipo

Guía de implementación - Ruta Turística Gastronómica	
1	Se discute la idea de la propuesta con cada establecimiento de restauración disponible en el cantón, con el objetivo de definir su

	participación en el proyecto.
2	Se lleva a cabo un proceso de estudio para la identificación de similitudes y diferencias entre los platillos de todos los establecimientos de restauración participantes, definiendo así una identidad gastronómica a nivel cantonal.
3	Se conforman los grupos estratégicos de todos aquellos restaurantes cuyo menú corresponda a una misma línea gastronómica. Su agrupación definirá las bases para la organización autónoma de cada grupo de restaurantes.
4	Se generan los procesos de diseño y construcción de los “Recorridos” por cada grupo de restaurantes. Esto implica la participación de cada restaurante en la definición conjunta de: <ul style="list-style-type: none"> • Las vías acceso a utilizar entre cada punto o restaurante. Se define una ruta geográfica por recorrido. • La duración de cada recorrido. Se definen las dinámicas de visita entre cada uno de los establecimientos considerando el tiempo que le tomaría a un turista llegar a cada punto y el tiempo que tardaría en consumir cada alimento. • El estilo de cada recorrido. Se define un estilo único para la representación de cada recorrido en donde se contempla la creación de un nombre para el mismo, se define un estilo decorativo para el establecimiento y se crean o sustituyen los nombres para los platillos y el tipo de menú disponible.
5	Se diseñan los componentes publicitarios y recompensas adicionales dentro de cada grupo o recorrido. Se considerará la creatividad colaborativa y el trabajo en equipo de los restaurantes en la generación de propuestas para la difusión y comunicación tanto de su recorrido como de la Ruta Turística Gastronómica. Adicionalmente se diseñará un catálogo de recompensas para los usuarios que participen de su recorrido.
6	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus actividades operativas, administrativas y de ventas. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados,

	concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.
7	Constituyéndose como un producto adicional si la situación lo amerita y los recursos lo permiten. Se diseña una plataforma virtual a nivel de “Aplicación Interactiva” que optimice la labor de búsqueda y exploración de cada recorrido disponible en la Ruta.

Tabla 10. Guía de implementación del primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Segunda etapa | Experiencia del usuario

El recorrido del usuario final antes, durante y después de hacer uso del prototipo dependerá del tipo de usuario y el tipo de visita que realice, a continuación, se presentan dos escenarios distintos del recorrido del usuario:

Escenario: 1

Tipo de usuario: Turista nacional

Tipo de visita: Con pernoctación en La Libertad.

Ruta Turística Gastronómica	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista escoge uno o varios recorridos del catálogo de recorridos disponibles en la “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” y planifica una visita hacia el destino.
3	El turista viaja hasta el cantón La Libertad y se instala en un sitio de alojamiento de la ciudad.
4	El turista se dispone a realizar su primer recorrido del día visitando a todos los restaurantes que lo incluyen.
5	El turista culmina su primer recorrido recibiendo la recompensa por haber completado uno de los recorridos de la Ruta.

6	El turista realiza su segundo recorrido al siguiente día visitando nuevos establecimientos de restauración
7	El turista culmina su segundo recorrido recibiendo las recompensas por haber culminado satisfactoriamente dos recorridos de la Ruta.
8	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el prototipo.
9	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 11. Tabla de experiencias – Escenario 1 del primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

| Journey Map del turista nacional con pernoctación en La Libertad:

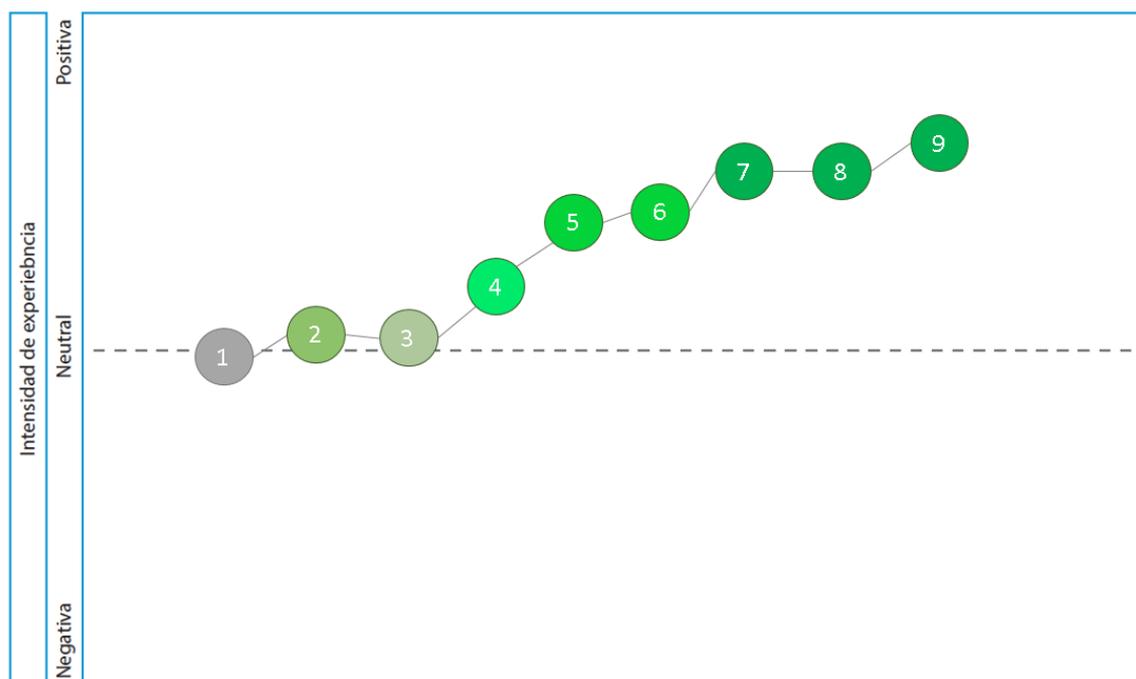


Ilustración 31. Journey Map escenario 1 – Primer prototipo (d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford, 2011)

Escenario: 2

Tipo de usuario: Turista extranjero

Tipo de visita: De paso, con pernoctación en destinos cercanos a La Libertad.

Ruta Turística Gastronómica	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista escoge un recorrido del catálogo de recorridos disponibles en la “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” e incluye la actividad en su itinerario de visita a la provincia de Santa Elena.
3	El turista llega a la provincia de Santa Elena y se encuentra con el prototipo en su camino.
4	El turista se dispone a realizar su primer y único recorrido del día en su paso por la Ruta Gastronómica de La Libertad
5	El turista culmina su primer recorrido recibiendo la recompensa por haber completado uno de los recorridos de la Ruta.
6	El turista viaja hasta su destino de pernoctación real y se instala en un sitio de alojamiento del cantón.
7	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el prototipo.
8	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 12. Tabla de experiencias – Escenario 2 del primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

| **Journey Map** del turista extranjero con pernoctación en un destino cercano:

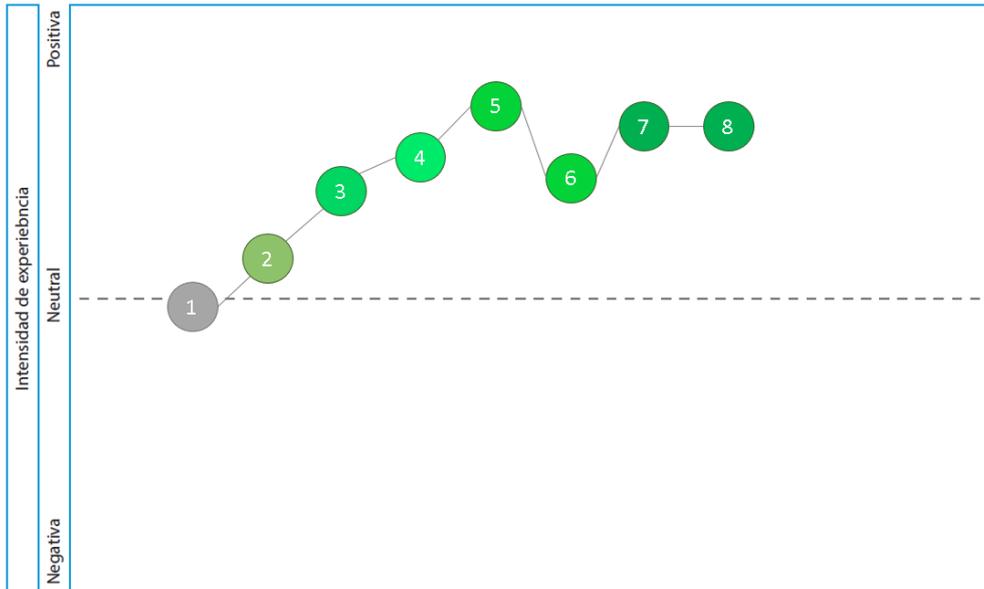


Ilustración 32. Journey Map escenario 2 – Primer prototipo (d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford, 2015)

Tiempo estimado de ejecución

El cálculo estimado del tiempo en el que la propuesta permanecería en el cantón toma en consideración dos aspectos principales: su tiempo de implementación y su estimación de vida útil considerando la depreciación de bienes para los entes públicos bajo la normativa de Contabilidad Gubernamental de la República del Ecuador.

Implementación

Para calcular el tiempo que tomaría la adaptación de la “Ruta Turística Gastronómica” en el cantón de La Libertad se analizan los componentes de la guía de diseño e implementación de la propuesta con ayuda de la profesional en el área Ing. Adriana Carrera y, con base en la reglamentación gubernamental para la ejecución de proyectos en el sector público, se estima un periodo de tiempo para cada una de sus actividades.

Ruta Turística Gastronómica	
Tiempo en días	Actividad

30 días	Se discute la idea de la propuesta con cada establecimiento de restauración disponible en el cantón, con el objetivo de definir su participación en el proyecto.
7 días	Se lleva a cabo un proceso de estudio para la identificación de similitudes y diferencias entre los platillos de todos los establecimientos de restauración participantes, definiendo así una identidad gastronómica a nivel cantonal.
15 días	Se conforman los grupos estratégicos de todos aquellos restaurantes cuyo menú corresponda a una misma línea gastronómica. Su agrupación definirá las bases para la organización autónoma de cada grupo de restaurantes.
15 días	Se generan los procesos de diseño y construcción de los “Recorridos” por cada grupo de restaurantes. Esto implica la participación de cada restaurante en la definición conjunta de: <ol style="list-style-type: none"> 3. Las vías acceso a utilizar entre cada punto o restaurante. Se define una ruta geográfica por recorrido. 4. La duración de cada recorrido. Se definen las dinámicas de visita entre cada uno de los establecimientos considerando el tiempo que le tomaría a un turista llegar a cada punto y el tiempo que tardaría en consumir cada alimento. 5. El estilo de cada recorrido. Se define un estilo único para la representación de cada recorrido en donde se contempla la creación de un nombre para el mismo, se define un estilo decorativo para el establecimiento y se crean o sustituyen los nombres para los platillos y el tipo de menú disponible.
7 días	Se diseñan los componentes publicitarios y recompensas adicionales dentro de cada grupo o recorrido. Se considerará la creatividad colaborativa y el trabajo en equipo de los restaurantes en la generación de propuestas para la difusión y comunicación tanto de su recorrido como de la Ruta Turística Gastronómica. Adicionalmente se diseñará un catálogo de recompensas para los usuarios que participen de su recorrido.
48 días	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus

	actividades operativas, administrativas y de ventas. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados, concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.
De 90 a 150 días	Producto adicional si la situación lo amerita y los recursos lo permiten. Se diseña una plataforma virtual a nivel de “Aplicación Interactiva” que optimice la labor de búsqueda y exploración de cada recorrido disponible en la Ruta.
122 días	Tiempo total de implementación

Tabla 13. Guía de implementación con cronograma - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Análisis presupuestario

Para la determinación del costo de inversión requerido en la propuesta “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” se contemplan los datos previstos de los todos los activos fijos y diferidos, así como el capital de trabajo neto presente en la propuesta. El **costo total de inversión** resulta en **\$36.793,76** y su detalle se muestra a continuación.

Concepto	Valor
ACTIVO FIJO	\$ 4.150,82
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.011,94
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 26.631,00
TOTAL	\$ 36.793,76

Tabla 14. Costo total de inversión - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Activos fijos

La definición de los activos fijos corresponde a todos los bienes que se plantean utilizar en el prototipo durante su desarrollo normal de operaciones.

La naturaleza de los activos fijos requiere una renovación y/o ampliación según el comportamiento de la demanda con respecto al prototipo. Para la “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” se plantea una valoración total de sus activos fijos de **\$4.150,82 dólares**. El detalle de los activos fijos se representa a continuación:

Detalle	Valor Total
Muebles y equipos de oficina	\$604,98
Equipos de computo	\$1280,00
Equipamiento	\$300,00
Infraestructura y señalización	\$1965,84
Total	\$4150,82

Tabla 15. Total de activos fijos - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Muebles y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	\$160,00	\$160,00
Mesa de reunión	1	\$150,00	\$150,00
Sillas apilables	12	\$23,00	\$276,00
Archivador	5	\$2,15	\$10,75
Papelera	1	\$8,23	\$8,23
Total			\$604,98

Tabla 16. Muebles y equipos de oficina - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Equipos de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	\$520,00	\$ 1040,00
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
Proyector	1	\$90,00	\$90,00
Total			\$1280,00

Tabla 17. Equipos de cómputo - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Equipamiento

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Flyers ¼ de carta	1000	\$0,10	\$100,00
Equipo de limpieza			\$100,00
Pintura			\$100,00
Total			\$300,00

Tabla 18. Equipamiento - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Infraestructura y señalización

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Señales tipo I2-2A	2	\$160,60	\$321,20
Señales tipo I2-9	8	\$155,58	\$1244,64
Materiales para instalación de señalética	-	-	\$400,00
Total			\$1965,84

Tabla 19. Infraestructura y señalización - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Activos diferidos

Se integran por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso de tiempo se convertirán en gastos. A diferencia de los activos fijos, el presupuesto estimado para los activos diferidos está previsto para su uso durante el desarrollo del proyecto según lo requiera. Para el prototipo de “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad”, se considera un valor total de activos diferidos de **\$6.011,94**.

Detalle	Valor Total
Arrendamiento de bienes	\$4400,00
Gastos de investigación y desarrollo	\$1100,00
Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales	\$361,94
Otros	\$150,00
Total	\$6011,94

Tabla 20. Total de activos diferidos - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Arrendamiento de bienes para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de Oficina	1	\$350,00	\$1400,00
Alquiler de vehículo	1	\$1000.00	\$3000,00
Total			\$4400,00

Tabla 21. Arrendamiento de bienes - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de investigación y desarrollo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Capacitador/a de personal	-	-	\$1000,00
Insumos para investigación y desarrollo	-	-	\$100
Total			\$1100,00

Tabla 22. Gastos de investigación y desarrollo - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Valor Notario incluido IVA	1	\$286,94	\$286,94
Tasa fija Registro Mercantil	1	\$25,00	\$25,00
Valor por cuantía	1	\$50,00	\$50,00
Total			\$361,94

Tabla 23. Gastos constitucionales por servicios notariales - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el margen de seguridad que tienen las empresas para financiar su giro habitual del negocio (Rizzo, 2017), en el caso del prototipo “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” este cálculo se incluye con el objetivo de solventar los costos y gastos operacionales de los primeros tres meses de la propuesta.

Resulta primordial que la organización que se encargará de gestionar el prototipo cuente con dotaciones suficientes de recursos para la realización de sus primeras actividades. Su total es de **\$26.631,00**.

Detalle para 4 meses	Valor Total
Costos de producción	\$0,00
Gastos Administrativos	\$26.056,00
Gastos de ventas	\$575,00
Total	\$26.631,00

Tabla 24. Capital de trabajo total - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
-	-	-	\$0,00
Total			\$0,00

Tabla 25. Costos de producción - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Contrato de servicio vocacional para Coordinador de proyecto	1	\$1676,00	\$6704,00
Contrato de servicio vocacional para Técnico especialista de Turismo	1	\$1676,00	\$6704,00

Contrato de servicio vocacional para el cargo de Promotor	6	\$527,00	\$12648,00
Total			\$26.056,00

Tabla 26. Gastos Administrativos - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de ventas para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Branding corporativo	-	-	\$500,00
Mantenimiento de plataformas	-	-	\$75,00
Total			\$575,00

Tabla 27. Gastos de ventas - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Plan de financiamiento

La definición del plan de financiamiento de la “Ruta turística gastronómica de La Libertad” contempla exclusivamente los costos administrativos y operativos destinados para cada mes bajo el funcionamiento autónomo de la propuesta, es decir, que los valores inicialmente planteados en el presupuesto son previstos únicamente para el proceso inicial de ejecución durante los tres primeros meses, y en consideración a las necesidades únicas del proyecto y sus actores.

Previo al diseño del plan de financiamiento se identifican aquellos elementos del **capital de trabajo real** destinados para cada mes bajo un funcionamiento autónomo de la propuesta.

Detalle para cada mes	Valor Total
Costos de producción	\$0,00
Gastos Administrativos	\$350,00
Gastos de ventas	\$25,00
Total	\$375,00

Tabla 28. Capital de trabajo real - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	-	-	\$0,00
Total			\$0,00

Tabla 29. Costos reales de producción - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de oficina	1	\$350,00	\$350,00
Total			\$350,00

Tabla 30. Gastos Administrativos reales - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mantenimiento de plataformas digitales	-		\$25,00
Total			\$25,00

Tabla 31. De ventas reales - Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

El costo mensual total de mantenimiento de la propuesta corresponde a **\$375,00** dólares. Con base en este dato surge el plan de financiamiento cuyo objetivo será cubrir los gastos operativos, administrativos y de ventas, generando una ganancia adicional que aportará a los fondos de la organización cuya utilidad será para proyectos futuros.

Como resultado de investigación, la metodología principal de recaudación definida para la “Ruta turística gastronómica” se basa en el establecimiento de una cuota de aporte mensual bajo la firma del acuerdo de asociación. Allí se estipulará que

el establecimiento participante deberá destinar un porcentaje de sus ganancias a forma de cuota cada mes para el mantenimiento de las funciones habituales de la propuesta.

Innovación

Dentro del contexto provincial en el que se encuentra el destino, no se encuentra una propuesta similar, lo que en definitiva representa una ventaja competitiva en el mercado.

Diseño gráfico de los componentes de la propuesta.

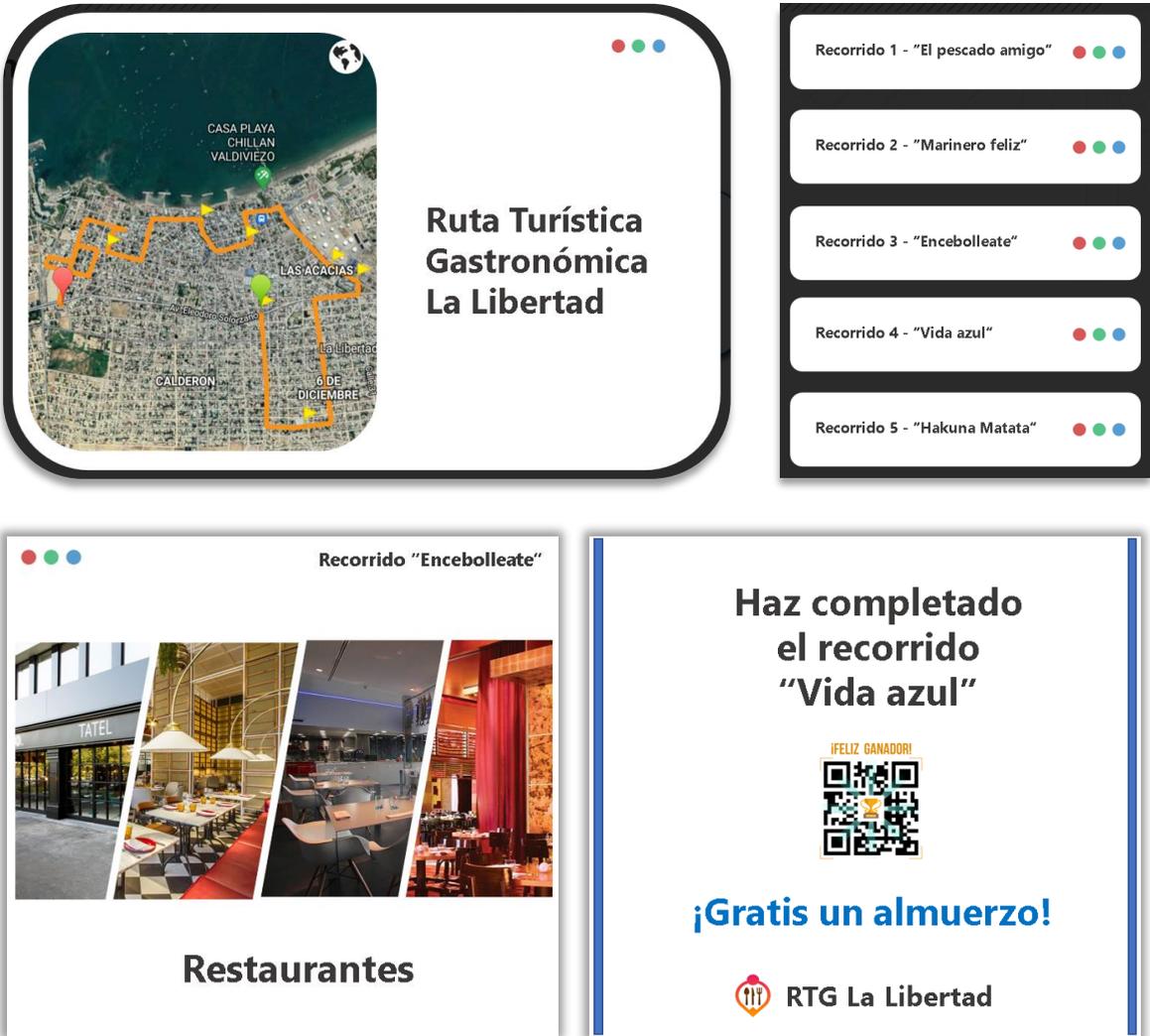


Ilustración 33. Componentes gráficos referenciales – Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Segundo prototipo | Locals Point

Descripción

¿Qué es?

Nacido de un concepto artístico de integración de elementos contemporáneos que reflejan la inclusión y el desarrollo urbanístico de un destino en un lugar estratégico, el Locals Point es una idea comúnmente conocida en el territorio ecuatoriano como una gran plaza de comida y entretenimiento, en donde los platillos no son el atractivo principal, sino el concepto artístico y estético de la ambientación que del establecimiento.

A nivel de mercado, uno de los ejemplos más conocidos de la propuesta en el territorio nacional es la plaza “Guayarte” de la ciudad de Guayaquil. Tanto para los turistas como para los residentes, la creación de un espacio de arte contemporáneo que incluía un extenso catálogo de servicios tanto de restauración como de entretenimiento significó un enorme avance en el desarrollo de su ciudad y una oportunidad para exponer el potencial gastronómico y artístico ante el mercado nacional e internacional.

¿Cómo funciona?

El Locals Point de La Libertad replica los conceptos de integración gastronómica con base en un estilo de arte contemporáneo, presentes en los mercados competentes. No obstante, su principal diferencia nace del análisis de prioridades identificadas en el presente proyecto, cuyo objetivo no solo es crear un producto turístico, sino que éste debe a su vez generar una experiencia turística gastronómica que contribuya a la reactivación de las actividades turísticas del cantón mediante el fortalecimiento de las capacidades organizacionales de los actores involucrados.

Es así como se plantea al Locals Point como una Plaza Gastronómica Premium, diseñada para una experiencia única en sabores, diversión y entretenimiento en un entorno playero adaptado al entorno histórico y cultural de La Libertad.

Los pasos de su proceso de implementación en la ciudad se muestran a continuación:

Guía de implementación – Locals Point	
1	Se realiza un proceso de levantamiento de información turística y geográfica para la puesta en escena del prototipo. Dentro de este proceso, y con base en los datos recogidos, se selecciona el lugar para la implementación y desarrollo del Locals Point de La Libertad.
2	Se discute la idea de la propuesta con cada establecimiento de restauración disponible en el cantón, con el objetivo de definir su participación en el proceso de selección de locales para el Locals Point.
3	Se lleva a cabo el proceso de evaluación y selección final de los restaurantes que formarán parte del Locals Point, con el personal del proyecto y organismo regulador representado por el Ing. Carlos Machuca.
4	Se establece la dinámica de gestión del prototipo mediante la conformación de un comité organizacional.
5	Se generan los procesos de diseño y construcción de los locales dentro del Locals Point. Esto implica la participación de cada restaurante seleccionado en la definición individual de: <ul style="list-style-type: none"> • El espacio a utilizar por local. • El concepto artístico de ambientación de su local. • Las tarifas por los servicios ofrecidos.
6	Se diseñan los componentes publicitarios y servicios de entretenimiento adicionales para el Locals Point.
7	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus actividades operativas, administrativas y de ventas. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados, concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.

Tabla 32. Guía de implementación del Primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Una vez definida la guía de implementación de la propuesta, se presentan los resultados obtenidos en la adaptación escénica del uso del prototipo en perspectiva de los usuarios finales.

Escenario: 1

Tipo de usuario: Turista nacional

Tipo de visita: Con pernoctación en La Libertad.

Ruta Turística Gastronómica	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista decide un plan de visita al Locals Point de La Libertad, seleccionando previamente los restaurantes que deseará conocer.
3	El turista viaja hasta el cantón La Libertad y se instala en un sitio de alojamiento de la ciudad.
4	El turista visita el Locals Point y hace uso de varios servicios de alimentación y entretenimiento.
5	El turista culmina su visita recibiendo la recompensa por haber recorrido el Locals Point por primera vez.
6	El turista realiza una segunda visita al siguiente día disfrutando nuevos servicios de alimentación y entretenimiento.
7	El turista culmina su segunda visita al Locals Point.
8	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el prototipo.
9	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 33. Tabla de experiencias – Escenario 1 del segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

| Journey Map del turista nacional con pernoctación en La Libertad:

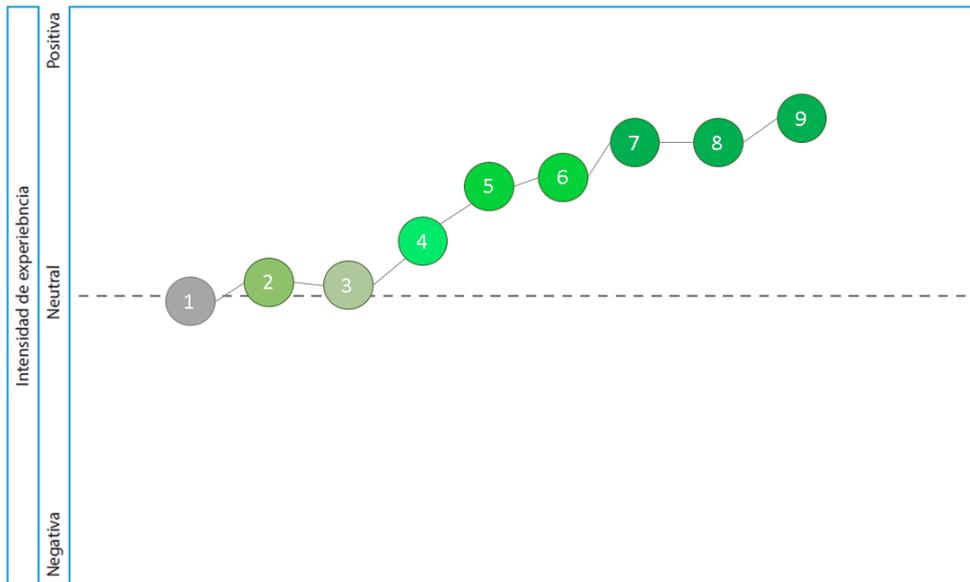


Ilustración 34. Journey Map escenario 1 – Segundo prototipo (d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford, 2011)

Escenario: 2

Tipo de usuario: Turista extranjero

Tipo de visita: De paso, con pernoctación en destinos cercanos a La Libertad.

Ruta Turística Gastronómica	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista decide un plan de visita al Locals Point de La Libertad, evaluando los restaurantes que le interesa conocer.
3	El turista llega a la provincia de Santa Elena y se encuentra con el prototipo en su camino.
4	El turista se dispone a realizar su primer y único recorrido por el Locals Point en su paso por La Libertad.
5	El turista culmina su visita recibiendo la recompensa por haber recorrido el Locals Point por primera vez.
6	El turista viaja hasta su destino de pernoctación real y se instala en un sitio de alojamiento del cantón.
7	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el

	prototipo.
8	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 34. Tabla de experiencias – Escenario 2 del segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

| Journey Map del turista extranjero con pernoctación en un destino cercano:

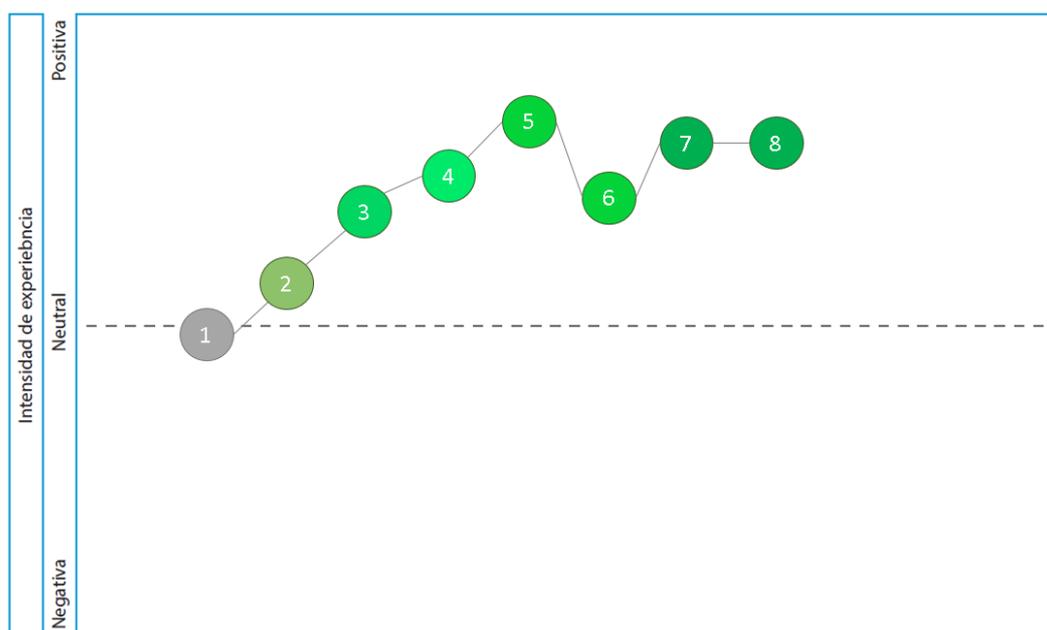


Ilustración 35. Journey Map escenario 1 – Segundo prototipo (d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford, 2011)

Tiempo estimado de ejecución

El cálculo estimado del tiempo en el que la propuesta permanecería en el cantón toma en consideración dos aspectos principales: su tiempo de implementación y su estimación de vida útil considerando la depreciación de bienes para los entes públicos bajo la normativa de Contabilidad Gubernamental de la República del Ecuador.

Implementación

Para calcular el tiempo que tomaría la adaptación del “Locals Point” en el cantón de La Libertad se analizan los componentes de la guía de diseño e implementación de

la propuesta con ayuda de la profesional en el área Ing. Adriana Carrera y, con base en la reglamentación gubernamental para la ejecución de proyectos en el sector público, se estima un periodo de tiempo para cada una de sus actividades.

Locals Point de La Libertad	
Tiempo en días	Actividad
7 días	Se realiza un proceso de levantamiento de información turística y geográfica para la puesta en escena del prototipo. Dentro de este proceso, y con base en los datos recogidos, se selecciona el lugar para la implementación y desarrollo del Locals Point.
30 días	Se discute la idea de la propuesta con cada establecimiento de restauración disponible en el cantón, con el objetivo de definir su participación en el proceso de selección de locales para el Locals Point.
7 días	Se lleva a cabo el proceso de evaluación y selección final de los restaurantes que formarán parte del Locals Point, con el personal del proyecto y organismo regulador representado por el Ing. Carlos Machuca.
7 días	Se establece la dinámica de gestión del prototipo mediante la conformación de un comité organizacional.
30 días	Se generan los procesos de diseño y construcción de los locales dentro del Locals Point. Esto implica la participación de cada restaurante seleccionado en la definición individual de: <ul style="list-style-type: none"> • El espacio a utilizar por local. • El concepto artístico de ambientación de su local. • Las tarifas por los servicios ofrecidos.
7 días	Se diseñan los componentes publicitarios y servicios de entretenimiento adicionales para el Locals Point.
34 días	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus actividades operativas, administrativas y de ventas. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados, concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.

122 días	Tiempo total de implementación
-----------------	---------------------------------------

Tabla 35. Guía de implementación con cronograma - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

Análisis presupuestario

Para la determinación del costo de inversión requerido en la propuesta “Locals Point de La Libertad” se contemplan los datos previstos de los todos los activos fijos y diferidos, así como el capital de trabajo neto presente en la propuesta. El **costo total de inversión** resulta en **\$42.912,94** y su detalle se muestra a continuación.

Concepto	Valor
ACTIVO FIJO	\$ 10.270,60
ACTIVO DIFERIDO	\$ 6.011,94
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.431,00
TOTAL	\$ 44.713,54

Tabla 36. Costo total de inversión - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

Activos fijos

La definición de los activos fijos corresponde a todos los bienes que se plantean utilizar en el prototipo durante su desarrollo normal de operaciones.

La naturaleza de los activos fijos requiere una renovación y/o ampliación según el comportamiento de la demanda con respecto al prototipo. Para la “Locals Point de La Libertad” se plantea una valoración total de sus activos fijos de **\$10.270,60 dólares**. El detalle de los activos fijos se representa a continuación:

Detalle	Valor Total
Muebles y equipos de oficina	\$3344,98
Equipos de computo	\$1280,00
Equipamiento	\$1400,00

Infraestructura y señalización	\$4245,62
Total	\$10270,60

Tabla 37. Total de activos fijos - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

Muebles y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa de madera cuadrada para comedor	10	\$120,00	\$1200,00
Mesa de madera redonda alta bar	10	\$74,00	\$740,00
Silla larga de comedor	40	\$8,00	\$320,00
Silla taburete para bar	40	\$12,00	\$480,00
Escritorio	1	\$160,00	\$160,00
Mesa de reunión	1	\$150,00	\$150,00
Sillas apilables	12	\$23,00	\$276,00
Archivador	5	\$2,15	\$10,75
Papelera	1	\$8,23	\$8,23
Total			\$3344,98

Tabla 38. Muebles y equipos de oficina - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Equipos de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	\$520,00	\$ 1040,00
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
Proyector	1	\$90,00	\$90,00
Total			\$1280,00

Tabla 39. Equipos de cómputo - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Equipamiento

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Insumos para decoración	-	-	\$1200,00
Equipo de limpieza			\$100,00
Pintura			\$100,00
Total			\$1400,00

Tabla 40. Equipamiento - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Infraestructura y señalización

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lámina de Policarbonato celular	1x6 m - 12	\$79,14	\$949,68
Base de madera para techo	2x2 m - 10	\$60,00	\$600,00
Señales tipo I2-2A	2	\$160,60	\$321,20
Señales tipo I2-9	3	\$155,58	\$466,74
Materiales para instalación de señalética	-	-	\$200,00
Materiales para instalación de stands	-	-	\$500,00
Rótulo de madera fachada principal	1	\$500,00	\$500,00
Caseta de control y seguridad	1	\$320,00	\$320,00
Paneles para montaje de ferias	15	\$13,00	\$195,00
Pallet	4	\$12,00	\$48,00
Plancha para jardín vertical artificial	4	\$12,00	\$48,00
Photo Booth Frame	2	\$15,00	\$30,00

Luces decorativas		-	\$70,00
Total			\$4245,62

Tabla 41. Infraestructura y señalización - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021).

Activos diferidos

Se integran por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso de tiempo se convertirán en gastos. A diferencia de los activos fijos, el presupuesto estimado para los activos diferidos está previsto para su uso durante el desarrollo del proyecto según lo requiera. Para el prototipo de “Locals Point”, se considera un valor total de activos diferidos de **\$6.011,94**.

Detalle	Valor Total
Arrendamiento de bienes	\$4400,00
Gastos de investigación y desarrollo	\$1100,00
Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales	\$361,94
Otros	\$150,00
Total	\$6011,94

Tabla 42. Total de activos diferidos - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

Arrendamiento de bienes para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de Oficina	1	\$350,00	\$1400,00
Alquiler de vehículo	1	\$1000,00	\$3000,00
Total			\$4400,00

Tabla 43. Arrendamiento de bienes - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de investigación y desarrollo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
-------------	----------	----------------	-------------

Capacitador/a de personal	-	-	\$1000,00
Insumos para investigación y desarrollo	-	-	\$100
Total			\$1100,00

Tabla 44. Gastos de investigación y desarrollo - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Valor Notario incluido IVA	1	\$286,94	\$286,94
Tasa fija Registro Mercantil	1	\$25,00	\$25,00
Valor por cuantía	1	\$50,00	\$50,00
Total			\$361,94

Tabla 45. Gastos constitucionales - Segundo prototipo, Fuente: De elaboración propia.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el margen de seguridad que tienen las empresas para financiar su giro habitual del negocio (Rizzo, 2017), en el caso del prototipo “Locals Point La Libertad” este cálculo se incluye con el objetivo de solventar los costos y gastos operacionales de los primeros tres meses de la propuesta. Resulta primordial que la organización que se encargará de gestionar el prototipo cuente con dotaciones suficientes de recursos para la realización de sus primeras actividades. Su total es de **\$28.431,00**.

Detalle para 4 meses	Valor Total
Costos de producción	\$0,00

Gastos Administrativos	\$27.856,00
Gastos de ventas	\$575,00
Total	\$28.431,00

Tabla 46. Capital total de trabajo - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
-	-	-	\$0,00
Total			\$0,00

Tabla 47. Costos de producción - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Contrato de servicio vocacional para Coordinador de proyecto	1	\$1676,00	\$6704,00
Contrato de servicio vocacional para Técnico especialista de Turismo	1	\$1676,00	\$6704,00
Contrato de servicio vocacional para el cargo de Promotor	6	\$527,00	\$12648,00
Contrato de servicio de seguridad	5	\$400,00	\$800,00
Contrato de proveedor de limpieza	-	\$500,00	\$1000,00
Total			\$27.856,00

Tabla 48. Gastos administrativos - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de ventas para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Branding corporativo	-	-	\$500,00
Mantenimiento de plataformas	-	-	\$75,00
Total			\$575,00

Tabla 49. Gastos de ventas - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

Plan de financiamiento

La definición del plan de financiamiento de la “Ruta turística gastronómica de La Libertad” contempla exclusivamente los costos administrativos y operativos destinados para cada mes bajo el funcionamiento autónomo de la propuesta, es decir, que los valores inicialmente planteados en el presupuesto son previstos únicamente para el proceso inicial de ejecución durante los tres primeros meses, y en consideración a las necesidades únicas del proyecto y sus actores.

Previo al diseño del plan de financiamiento se identifican aquellos elementos del **capital de trabajo real** destinados para cada mes bajo un funcionamiento autónomo de la propuesta.

Detalle para cada mes	Valor Total
Costos de producción	\$0,00
Gastos Administrativos	\$2850,00
Gastos de ventas	\$25,00
Total	\$2875,00

Tabla 50. Capital total de trabajo real - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
-	-	-	\$0,00

Total			\$0,00
--------------	--	--	---------------

Tabla 51. Costos de producción real - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de oficina	1	\$350,00	\$350,00
Contrato de servicio de seguridad	5	\$400,00	\$2000,00
Contrato de proveedor de limpieza	1	\$500,00	\$500,00
Total			\$2850,00

Tabla 52. Gastos administrativos reales - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mantenimiento de plataformas digitales	-		\$25,00
Total			\$25,00

Tabla 53. Gastos de ventas reales - Segundo prototipo (Elaboración propia, 2021)

El costo mensual total de mantenimiento de la propuesta corresponde a **\$2875,00** dólares. Con base en este dato surge el plan de financiamiento cuyo objetivo será cubrir los gastos operativos, administrativos y de ventas, generando una ganancia adicional que aportará a los fondos de la organización cuya utilidad será para proyectos futuros.

Como resultado de investigación, la metodología principal de recaudación definida para la “Locals Point La Libertad” consistirá en la destinación presupuestaria

de las diferentes formas de ingreso económico entre las que se destacan el pago por arrendamiento, el ingreso directo de ventas y los ingreso por actividad turística.

Innovación

A pesar de la existencia de una propuesta similar en el destino vecino de Santa Elena, el prototipo expuesto representa una completa innovación para la comunidad libértense, en donde nunca se ha visto una organización gastronómica de tal magnitud.

Diseño gráfico de los componentes de la propuesta.





Ilustración 36. Componentes gráficos referenciales – Segundo prototipo (Medios Digitales, 2015)

Tercer prototipo | Plaza Móvil Temporal

Descripción

¿Qué es?

El concepto de una plaza temporal móvil se basa en el “*Food Court*” donde se ofrecen espacios amplios, a cielo abierto y una gran variedad de comida a precios más asequibles. Concepto en el que la ciudad y su aspecto urbano se conjuga con los emprendimientos culinarios para llegar a los comensales en distintos puntos de la ciudad

Bajo esta premisa, considerando las necesidades de los usuarios y del cliente, y del potencial gastronómico del cantón, se genera una propuesta de diseño que involucra a establecimientos gastronómicos, autoridades municipales y sector privado, priorizando la participación conjunta entre actores.

¿Cómo funciona?

Adaptando el concepto, previamente explicado, hacia la realidad de La Libertad se concibe la idea de una Plaza Temporal Móvil, manteniendo la esencia de ofrecer un espacio para los servidores gastronómicos, abarcar varias zonas determinadas dentro del cantón y ofertar a los turistas con precios asequibles, siendo la característica diferenciadora la versatilidad del montaje y desmontaje de la plaza y su periodo de

estancia en un espacio determinado.

El proceso de adaptación de la propuesta al contexto antropológico de la ciudad se lleva a cabo en dos fases. Primero se establece una guía de diseño e implementación del prototipo en la ciudad. La segunda fase contempla una representación gráfica de la perspectiva de uso del prototipo por parte de los usuarios finales en el momento de su ejecución. Esto se logra a través del uso de las diversas herramientas mencionadas en el capítulo de “Metodología” del presente proyecto y correspondientes a la etapa de Idear y Prototipar de la metodología del Desing Thinking.

Fase inicial | Guía de Diseño e implementación del prototipo

Guía de implementación – Plaza Temporal Móvil	
1	Se discute la idea de la propuesta con los establecimientos de restauración disponibles en el cantón, con el objetivo de definir su participación en el proyecto.
2	Se realiza una reunión con los gerentes de los establecimientos participantes para definir los puntos de visita de la Plaza Móvil Temporal, con este resultado se realiza un estudio de movilidad y accesibilidad entre cada punto.
3	En base a la cantidad de restaurantes participantes se planifica si se realiza una agrupación o se divide en dos o más grupos.
4	Una vez definidos los grupos participantes, se realiza un proceso de capacitación de los establecimientos de restauración para la Gestión administrativa de la Plaza Móvil Temporal.
5	Se generan los procesos de diseño y construcción de la dinámica de recorridos, a la par con la esquematización de la plaza, es decir, ubicación de los puestos para cada establecimiento. Esto implica la participación de cada restaurante en la definición conjunta de: <ul style="list-style-type: none">• Se establece la señalética a usar en conjunto con autoridades de tránsito municipales.• La duración de la estancia de la plaza en un solo punto se considera entre 1 y 2 días, para poder observar el nivel de asistencia del turista.• El proceso de ubicación y traslado de inmobiliario entre puntos comprenderá desde la movilización del inmobiliario de la plaza hasta el

	proceso de montaje y desmontaje de la misma.
6	Se definen los componentes publicitarios, se considerará la creatividad colaborativa y el trabajo en equipo de los restaurantes en la generación de propuestas para la difusión y comunicación de la Plaza Móvil Temporal.
7	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus actividades operativas, administrativas y de ventas. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados, concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.

Tabla 54. Guía de implementación del tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Fase final | Experiencia del usuario

El recorrido del usuario final antes, durante y después de hacer uso del prototipo dependerá del tipo de usuario y el tipo de visita que realice, a continuación, se presentan dos escenarios distintos del recorrido del usuario:

Escenario: 1

Tipo de usuario: Turista nacional

Tipo de visita: Con pernoctación en La Libertad.

Plaza Temporal Móvil	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista viaja hasta en el cantón La Libertad y se instala en un sitio de alojamiento de la ciudad.
3	El turista se dispone a realizar su primera visita a la plaza móvil.
4	El turista se dispone a realizar su primer recorrido del día visitando a los restaurantes que lo incluyen.
5	Culmina su primer día y pernocta en la ciudad.
6	Realiza su segunda visita y termina por visitar toda la plaza móvil.
7	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el prototipo
8	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 55. Tabla de experiencias – Escenario 1 del tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

| Journey Map del turista nacional con pernoctación en La Libertad:

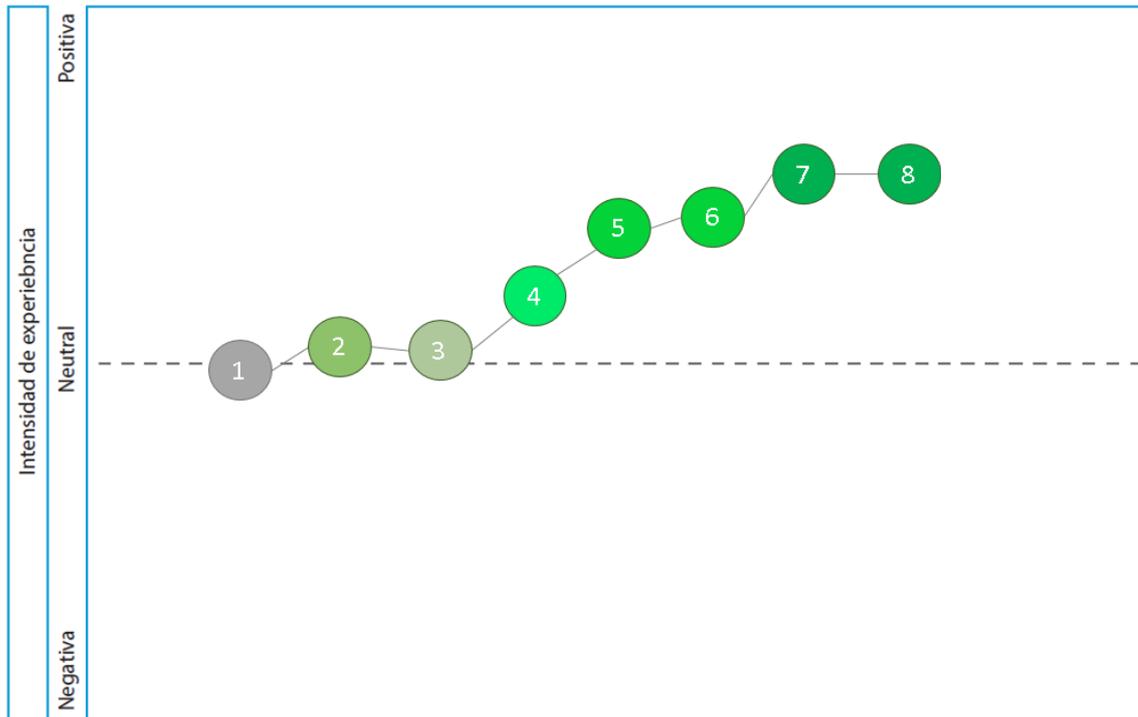


Ilustración 37. Journey Map escenario 1 – Tercer prototipo (d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford, 2011)

Escenario: 2

Tipo de usuario: Turista extranjero

Tipo de visita: De paso, con pernoctación en destinos cercanos a La

Plaza Temporal Móvil	
n °	Actividad
1	El turista conoce el prototipo a través de un medio de comunicación (Redes sociales, publicidad física, radio, televisión, etc.)
2	El turista planifica y viaja hasta en el cantón La Libertad donde hospeda en un sitio de alojamiento de la ciudad.
3	El turista realiza su recorrido del día visitando a los restaurantes que lo incluyen.
4	El turista culmina su recorrido en un solo día.
5	El turista regresa a su destino de origen y evalúa su experiencia con el

	prototipo.
6	El turista recomienda el prototipo en su círculo social cercano y planifica una visita futura hacia el destino.

Tabla 56. Tabla de experiencias – Escenario 2 tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

| **Journey Map** del turista extranjero con pernoctación en un destino cercano:

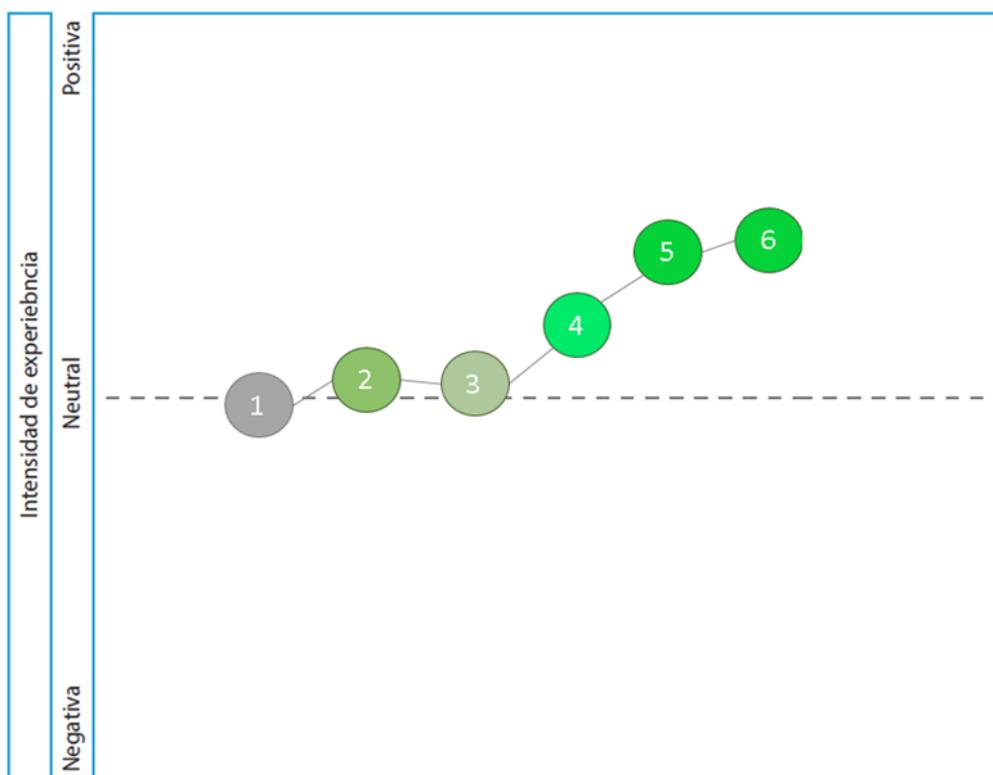


Ilustración 38. Journey Map escenario 2 – Tercer prototipo. Fuente: d.school Hasso PLatner Institute of Design Stanford

Tiempo estimado de ejecución

El cálculo estimado del tiempo en el que la propuesta permanecería en el cantón toma en consideración dos aspectos principales: su tiempo de implementación y su estimación de vida útil considerando la depreciación de bienes para los entes públicos bajo la normativa de Contabilidad Gubernamental de la República del Ecuador.

Implementación

Para calcular el tiempo que tomaría la adaptación de la “Ruta Turística Gastronómica” en el cantón de La Libertad se analizan los componentes de la guía de diseño e implementación de la propuesta con ayuda de la profesional en el área Ing. Adriana Carrera y, con base en la reglamentación gubernamental para la ejecución de proyectos en el sector público, se estima un periodo de tiempo para cada una de sus actividades.

Plaza Temporal Móvil	
Tiempo en días	Actividad
30 días	Se discute la idea de la propuesta con los establecimientos de restauración disponibles en el cantón, con el objetivo de definir su participación en el proyecto.
7 días	Se realiza una reunión con los gerentes de los establecimientos participantes para definir los puntos de visita de la Plaza Móvil Temporal, con este resultado se realiza un estudio de movilidad y accesibilidad entre cada punto.
7 días	En base a la cantidad de restaurantes participantes se planifica si se realiza una agrupación o se divide en dos o más grupos.
7 días	Una vez definidos los grupos participantes, se realiza un proceso de capacitación de los establecimientos de restauración para la Gestión administrativa de la Plaza Móvil Temporal.
15 días	Se generan los procesos de diseño y construcción de recorrido, a la par con la esquematización de la plaza, es decir, ubicación de los puestos para cada establecimiento. Esto implica la participación de cada restaurante en la definición conjunta de: <ul style="list-style-type: none">• Se define las vías de conexión entre cada punto a nivel geográfico y se establece la señalética a usar en conjunto con autoridades de tránsito municipales.• La duración de la estancia de la plaza en un solo punto se considera entre 1 y 2 días, para poder observar el nivel de asistencia del turista.• El proceso de ubicación y traslado de mobiliario entre puntos comprenderá desde la movilización del mobiliario de la plaza

	hasta el proceso de montaje y desmontaje de la misma.
7 días	Se definen los componentes publicitarios y recompensas adicionales dentro de cada grupo o recorrido. Se considerará la creatividad colaborativa y el trabajo en equipo de los restaurantes en la generación de propuestas para la difusión y comunicación de la Plaza Móvil Temporal.
49 días	Se presenta el prototipo ante la comunidad comenzando sus actividades operativas, administrativas y de ventas en dos fechas para la Plaza Móvil Temporal. Durante este proceso se llevan a cabo las actividades de seguimiento y evaluación de resultados, concluyendo en un reporte final del impacto del prototipo en el mercado turístico.
122 días	Tiempo total de implementación

Tabla 57. Guía de implementación con cronograma - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

Análisis presupuestario

Para la determinación del costo de inversión requerido en la propuesta “Plaza Temporal Móvil” se contemplan los datos previstos de los todos los activos fijos y diferidos, así como el capital de trabajo neto presente en la propuesta. El **costo total de inversión** resulta en **\$ 29.436,35** y su detalle se muestra a continuación.

Concepto	Valor
ACTIVO FIJO	\$ 3.173,41
ACTIVO DIFERIDO	\$10.171,94
CAPITAL DE TRABAJO	\$16.091,00
TOTAL	\$ 29.436,35

Tabla 58. Costo total de inversión - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Activos fijos

La definición de los activos fijos corresponde a todos los bienes que se plantean utilizar en el prototipo durante su desarrollo normal de operaciones. La naturaleza de

los activos fijos requiere una renovación y/o ampliación según el comportamiento de la demanda con respecto al prototipo.

Para la “Plaza Temporal Móvil” se plantea una valoración total de sus activos fijos de **\$3.173,41 dólares**. El detalle de los activos fijos se representa a continuación:

Detalle	Valor Total
Muebles y equipos de oficina	\$1021,63
Equipos de computo	\$1280,00
Equipamiento	\$300,00
Infraestructura y señalización	\$571,78
Total	\$3173,41

Tabla 59. Total de activos fijos - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Muebles y equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Techado de Policarbonato celular	1x6 m - 4	\$79,14	\$316,56
Photo Booth Frame	2	\$15,00	\$30,00
Luces decorativas		-	\$70,00
Escritorio	1	\$160,00	\$160,00
Mesa de reunión	1	\$150,00	\$150,00
Sillas apilables	12	\$23,00	\$276,00
Archivador	5	\$2,15	\$10,75
Papelera	1	\$8,23	\$8,23
Total			\$1021,63

Tabla 60. Muebles y equipos de oficina - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Equipos de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
--------------------	-----------------	-----------------------	--------------------

Computadora	2	\$520,00	\$ 1040,00
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
Proyector	1	\$90,00	\$90,00
Total			\$1280,00

Tabla 61. Equipos de cómputo - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Equipamiento

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Flyers ¼ de carta	1000	\$0,10	\$100,00
Equipo de limpieza	-	-	\$100,00
Pintura	-	-	\$100,00
Total			\$300,00

Tabla 62. Equipamiento - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Infraestructura y señalización

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Señales tipo I2-2A	1	\$160,60	\$160,60
Señales tipo I2-9	2	\$155,58	\$311,18
Materiales para instalación de señalética	-	-	\$100,00
Total			\$571,78

Tabla 63. Infraestructura y señalización - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Activos diferidos

Se integran por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un período de tiempo se convertirán en gastos. A diferencia de los activos fijos, el presupuesto estimado para los activos diferidos está previsto para su uso durante el desarrollo del proyecto según lo requiera. Para el prototipo de “Plaza Temporal Móvil”, se considera un valor total de activos diferidos de **\$10.171,94**.

Detalle	Valor Total
Arrendamiento de bienes	\$8560,00
Gastos de investigación y desarrollo	\$1100,00
Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales	\$361,94
Otros	\$150,00
Total	\$10.171,94

Tabla 64. Total de activos diferidos - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Arrendamiento de bienes para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de Oficina	1	\$350,00	\$1400,00
Alquiler de vehículo	1	\$1000,00	\$3000,00
Carpas, sillas y mesas	-	-	\$4160,00
Total			\$8560,00

Tabla 65. Arrendamiento de bienes - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Gastos de investigación y desarrollo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Capacitador/a de personal	-	-	\$1000,00
Insumos para investigación y desarrollo	-	-	\$100
Total			\$1100,00

Tabla 66. Gastos de investigación y desarrollo - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos constitucionales por servicios notariales y registrales

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Valor Notario incluido IVA	1	\$286,94	\$286,94
Tasa fija Registro Mercantil	1	\$25,00	\$25,00
Valor por cuantía	1	\$50,00	\$50,00
Total			\$361,94

Tabla 67. Gastos constitucionales - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el margen de seguridad que tienen las empresas para financiar su giro habitual del negocio (Rizzo, 2017), en el caso del prototipo “Plaza Temporal Móvil” este cálculo se incluye con el objetivo de solventar los costos y gastos operacionales de los primeros tres meses de la propuesta. Resulta primordial que la organización que se encargará de gestionar el prototipo cuente con dotaciones suficientes de recursos para la realización de sus primeras actividades. Su total es de **\$16.091,00**.

Detalle para 4 meses	Valor Total
Costos de producción	\$00,00
Gastos Administrativos	\$15.516,00
Gastos de ventas	\$575,00
Total	\$16.091,00

Tabla 68. Capital total de trabajo - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	-	-	\$00,00
Total			\$00,00

Tabla 69. Costos de producción - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos para cuatro meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Contrato de servicio vocacional para Coordinador de proyecto	1	\$1676,00	\$6704,00
Contrato de servicio vocacional para Técnico especialista de Turismo	1	\$1676,00	\$6704,00
Contrato de servicio vocacional para el cargo de Promotor	6	\$527,00	\$2108,00
TOTAL			\$15.516,00

Tabla 70. Gastos administrativos - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

- Gastos de ventas para tres meses

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Branding corporativo	-	-	\$500,00
Mantenimiento de plataformas	-	-	\$75,00
Total			\$575,00

Tabla 71. Gastos de ventas - tercer prototipo (Elaboración propia, 2021).

Plan de financiamiento

La definición del plan de financiamiento de la “Plaza temporal móvil” contempla exclusivamente los costos administrativos y operativos destinados para cada mes bajo el funcionamiento autónomo de la propuesta, es decir, que los valores inicialmente planteados en el presupuesto son previstos únicamente para el proceso inicial de ejecución durante los tres primeros meses, y en consideración a las necesidades únicas del proyecto y sus actores.

Previo al diseño del plan de financiamiento se identifican aquellos elementos del **capital de trabajo real** destinados para cada mes bajo un funcionamiento autónomo de la propuesta.

Detalle para cada mes	Valor Total
Costos de producción	\$0,00
Gastos Administrativos	\$870,00
Gastos de ventas	\$25,00
Total	\$895,00

Tabla 72. Capital total de trabajo real - Tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Costos de producción

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	-	-	\$0,00

Total			\$0,00
--------------	--	--	---------------

Tabla 73. Costos de producción real - Tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Alquiler de oficina	1	\$350,00	\$350,00
Alquiler de sillas, mesas y carpas			\$520,00
Total			\$870,00

Tabla 74. Gastos administrativos reales - Tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

- Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mantenimiento de plataformas digitales	-		\$25,00
Total			\$25,00

Tabla 75. Gastos de ventas reales- Tercer prototipo (Elaboración propia, 2021)

El costo mensual total de mantenimiento de la propuesta corresponde a **\$895,00** dólares. Con base en este dato surge el plan de financiamiento cuyo objetivo será cubrir los gastos operativos, administrativos y de ventas, generando una ganancia adicional que aportará a los fondos de la organización cuya utilidad será para proyectos futuros.

Como resultado de investigación, la metodología principal de recaudación definida para la “Plaza temporal móvil” se basa en el establecimiento de una cuota de aporte mensual bajo la firma del acuerdo de asociación. Allí se estipulará que el establecimiento participante deberá destinar un porcentaje de sus ganancias a forma de cuota cada mes para el mantenimiento de las funciones habituales de la propuesta.

Innovación

El concepto es una idea originada en destinos extranjeros, cuya adaptabilidad al contexto actual del cantón representaría una total innovación.

Diseño gráfico de los componentes de la propuesta.



Ilustración 39. Componentes gráficos referenciales – Tercer prototipo. Fuentes: Medios Digitales

3.2.3 Resultados obtenidos de MURAL

3.2.3.1 Resultados obtenidos del Mind Map Brainstorming

El propósito de uso de la herramienta buscó generar la mayor cantidad de opciones que reúnan todas las necesidades vistas de la propuesta de solución del presente proyecto.

Tras contemplar los distintos factores tanto positivos como negativos presentes en el contexto actual del cantón de La Libertad, se lleva a cabo el proceso de diseño de las diferentes propuestas de solución para cada uno de los problemas manifiestos a lo largo de todo el proyecto.

Como resultado de un extenso desarrollo de ideas que cumplan con todas las necesidades expuestas por los usuarios, beneficiarios y el cliente, y respondan ante las características definidas en la herramienta “Unidades de medida” se lleva a cabo el proceso de **Brainstorming** haciendo uso pleno de las herramientas disponibles en la plataforma de Mural.

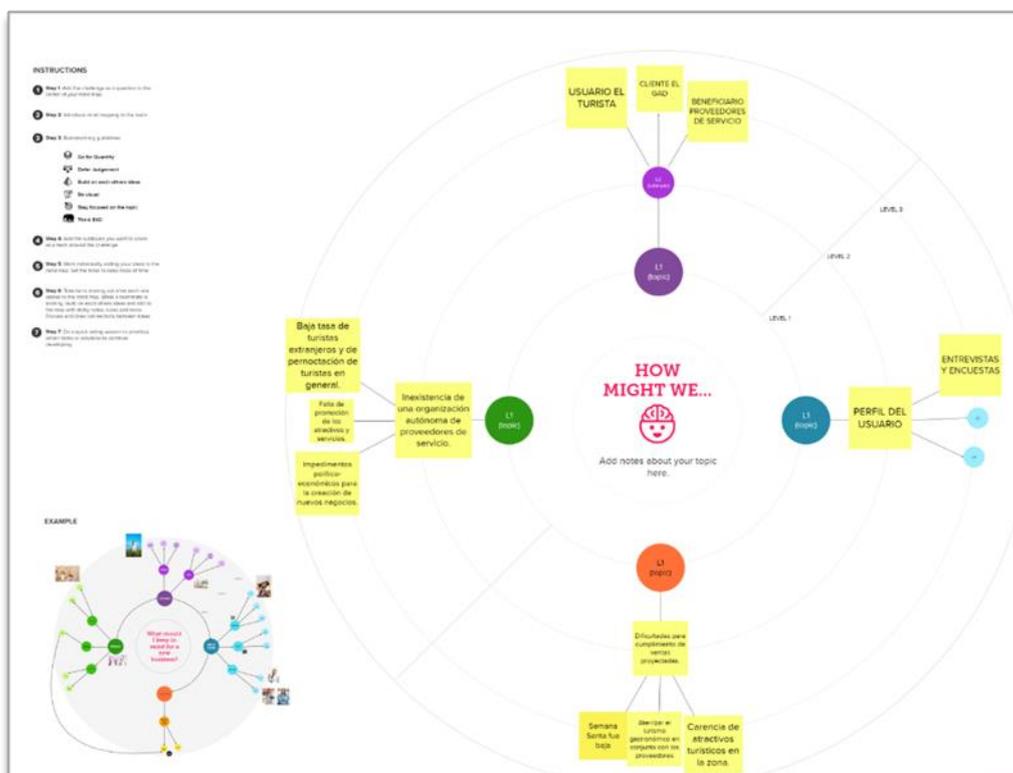


Ilustración 40. Template Mind Map Brainstorming completado. (Plataforma Digital MURAL, 2021)

3.3 Resultados obtenidos del Tercer Objetivo Específico

“Definir una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado mediante el uso de templates presentes en la metodología de evaluación del Design Thinking, con el fin de evaluar la eficacia del prototipo en la generación de una experiencia turística gastronómica.

3.3.1 Resultados de la metodología de evaluación convencional

A partir del tercer y último objetivo específico cuya meta es la definición de una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado en la segunda etapa, en donde se obtuvo una retroalimentación completa del producto una vez ejecutado; se plantean utilizar técnicas de análisis y monitoreo de la funcionalidad, eficacia y pertinencia del producto en el cantón, siendo éstos los principales descubrimientos esperados en esta fase.

Nuevamente se enfatiza en que el análisis y monitoreo del progreso de cumplimiento del prototipo lo vuelve un objeto de estudio cuantificable, cuyo éxito en comparación a los diferentes proyectos que se han propuesto en el cantón, carentes de una base metodológica de evaluación y seguimiento, es mucho más asegurado.

3.3.1.1 Resultados en la definición del personal de evaluación y seguimiento

Se identifica a través de un proceso de selección a los actores principales quienes se encargarán de brindar la retroalimentación necesaria para la construcción adecuada de cada prototipo.

La selección de cada uno de los actores miembros del personal evaluador dependerá de su pertinencia en el contexto social, político o económico en el cantón. La propuesta requiere única y exclusivamente a aquellos actores que representen cada una de las áreas importantes en La Libertad, debido a que es gracias a su conocimiento individual que la evaluación enriquecerá sus resultados siendo más exactos.

Mapa de actores



Ilustración 41. Mapa del personal evaluador de las propuestas. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 42. Parte del personal evaluador junto a investigadores. GAD Municipal de La Libertad

3.3.1.2 Resultados del cuestionario de evaluación

La dinámica de evaluación consistió en la elaboración de un video interactivo por parte de los investigadores, con el objetivo de presentar los prototipos ante el comité evaluador previamente definido.

La labor del personal evaluador consistió en observar a detalle el material interactivo desarrollado para la presentación de los prototipos, con el objetivo de interiorizar hasta un nivel personal cada propuesta. Posteriormente el evaluador debió llenar un formulario generado en la plataforma de Google Forms, en cuyo contenido se encontraban los indicadores o insights identificados en etapas anteriores.

El objetivo del formulario es generar los datos finales de calificación de los prototipos, en donde su selección dependió del **porcentaje de efectividad** en el cumplimiento de los indicadores.

Material interactivo para la presentación de las propuestas

Se presentó un video de un total de seis minutos de duración, ubicado en la plataforma de YouTube. El video contenía las características más importantes de cada prototipo y una guía instructiva de como evaluarlos en la herramienta de Google.

Se adjunta a continuación el enlace obtenido para la visualización del video con motivo de validación y exploración del mismo:

Link: <https://youtu.be/wTrux3i2cyY>

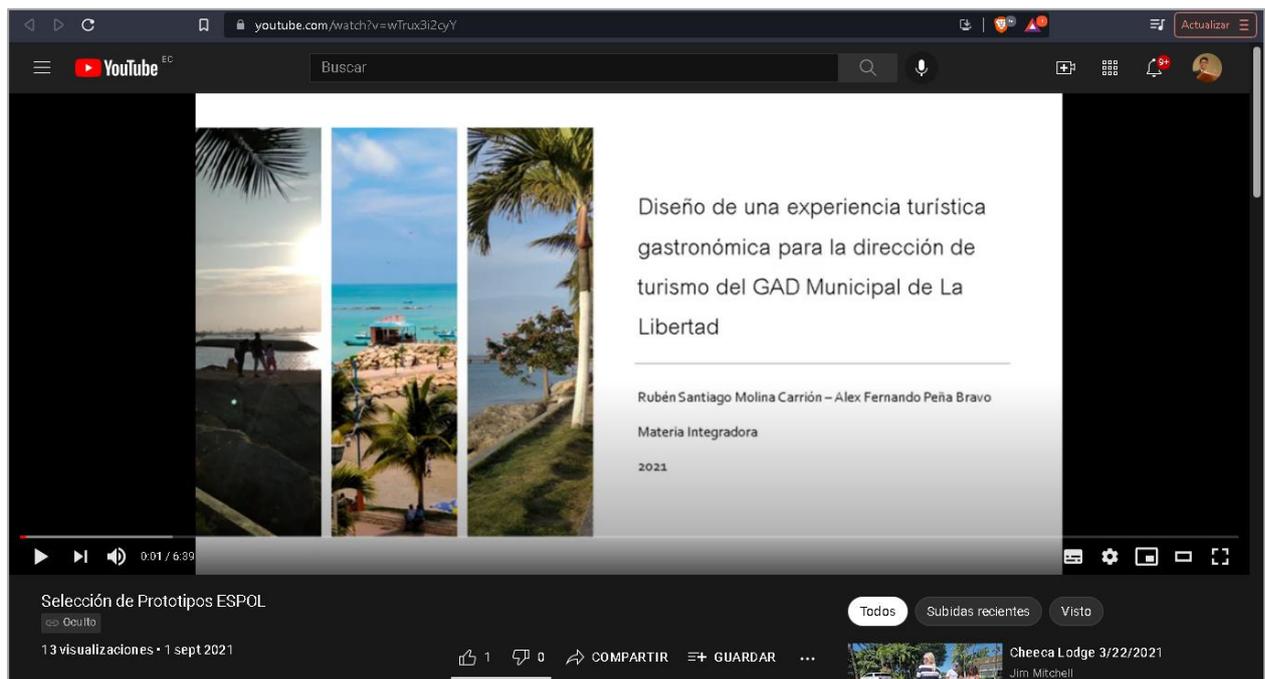


Ilustración 43. Video interactivo de presentación de prototipo (Elaboración Propia, 2021)

Material interactivo para la evaluación de las propuestas

Mencionado con anterioridad, se planteó el uso de la plataforma de Google en su apartado de Google Forms para llevar a cabo el proceso de evaluación de los tres prototipos de baja resolución. El contenido de la evaluación constó de los elementos presentes en la tabla de insights de etapas previas, cuya dinámica residió en la calificación de las propuestas con un rango calificativo específico del 1 al 5, siendo 1 una postura en total desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Para el análisis de los resultados obtenidos a través de esta herramienta cabe destacar el tamaño de la muestra y la metodología de cálculo. El total de la muestra resultó en 7 personas quienes fueron los miembros del comité evaluador definido en la etapa previa. El tamaño de aquella muestra se seleccionó bajo un contexto de aleatoriedad y dependencia a la cantidad de profesionales disponibles en La Libertad.

La matriz de unidades de medida utilizada para evaluar a los prototipos contiene un total de 8 indicadores. Entonces, se planteó la metodología del cálculo de tal manera que cada evaluador, al proporcionar una calificación del 1 al 5, representó un valor que se incluye en una sumatoria final de resultados cuya puntuación final a

alcanzar es de 280 puntos, considerando la multiplicación del total individual de la sumatoria de las notas máximas por cada indicador, multiplicado por el número de miembros del comité evaluador. El cálculo y resultados se muestran a continuación.

Cálculo de porcentaje de efectividad de prototipos

1 indicador = 5 Puntos

Matriz de unidades de medida = 8 indicadores

Calificación total por matriz de unidades de medida =

Puntuación del indicador * N indicadores

La calificación total por matriz de unidades de medida es de 40 puntos.

Calificación total por matriz = 40

Cantidad de miembros del comité evaluador = 7

Calificación total por prototipo =

Calificación total por matriz * N miembros del comité

La calificación total por prototipo es de 280 puntos.

Sumatoria de calificaciones por prototipo = Z

Calificación total por prototipo = 280

Calculo porcentual de efectividad =

$$\frac{Z*100}{\text{Calificación total por prototipo}}$$

Matriz de evaluación de prototipos

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Total
P1	34	31	32	33	23	30	31	30	244
P2	30	29	30	30	32	28	27	28	234
P3	32	32	28	27	21	30	31	27	228

Tabla 76. *Matriz de evaluación de prototipos, Fuente: De elaboración propia.*

Evaluación individual de prototipos

Prototipo 1 | Ruta Turística Gastronómica

Con una calificación de 244/280, el cálculo porcentual de efectividad del primer prototipo es de un **87,14%** de efectividad.

El indicador con mayor valoración para la propuesta Ruta Turística Gastronómica de La Libertad fue:

El prototipo crea una experiencia turística

7 respuestas

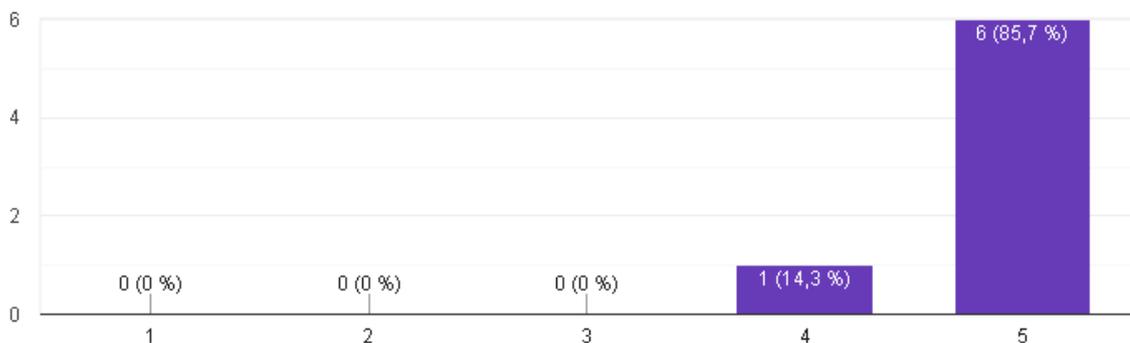


Ilustración 44. **Highlight del primer prototipo (Elaboración Propia, 2021)**

El indicador con menor valoración para la propuesta Ruta Turística Gastronómica de La Libertad fue:

El prototipo genera un entorno de seguridad

7 respuestas

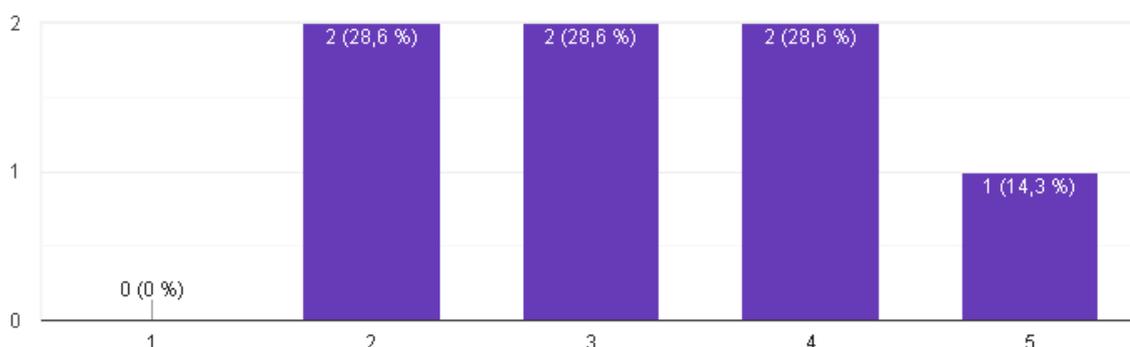


Ilustración 45. Downlight del primer prototipo (Elaboración propia, 2021)

Análisis individual de resultados

La propuesta de la Ruta Turística Gastronómica de La Libertad se percibe ante los principales representantes de las áreas operativas y de servicios del cantón, como una propuesta altamente ejecutable, destacando su efectividad en la generación de una experiencia turística única para el turista, sin embargo, la mayoría concluye en que la seguridad de la propuesta puede representar un gran factor de conflicto.

Prototipo 2 | Locals Point de La Libertad

Con una calificación de 234/280, el cálculo porcentual de efectividad del segundo objetivo es de un **83,57%** de efectividad.

El indicador con mayor valoración para la propuesta Locals Point de La Libertad fue:

El prototipo genera un entorno de seguridad

7 respuestas

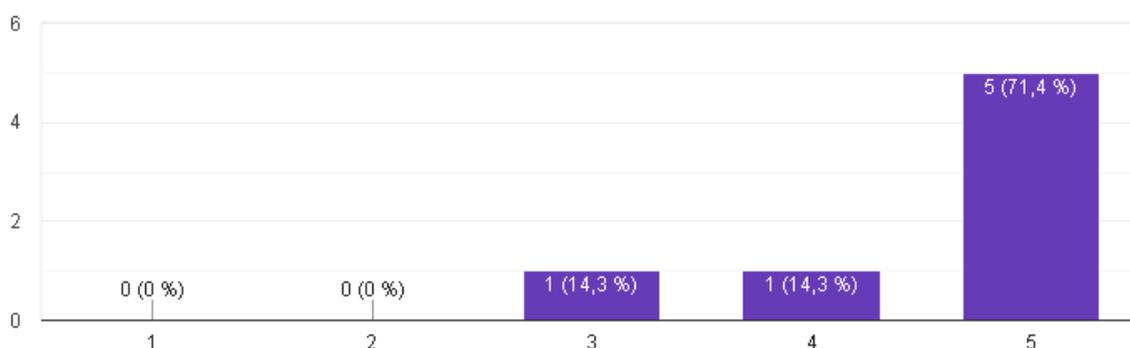


Ilustración 46. Highlight del segundo prototipo. (Elaboración Propia, 2021)

El indicador con menor valoración para la propuesta Locals Point de La Libertad fue:

El prototipo es accesible económicamente para el turista y locales

7 respuestas

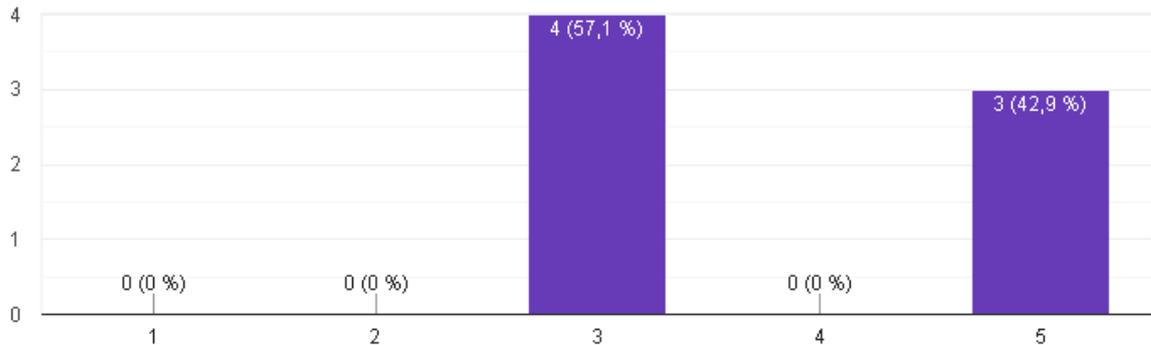


Ilustración 47. Downlight del segundo prototipo. (Elaboración Propia, 2021)

Análisis individual de resultados

La propuesta conocida como Locals Point de La Libertad se percibe ante los principales representantes de las áreas operativas y de servicios del cantón, como una propuesta innovadora y de mucho prestigio, destacando su efectividad en el manejo de la seguridad del turista. Sin embargo, la mayoría concluye en que la accesibilidad económica de los servicios incluidos en la propuesta podría llegar a afectar su desarrollo óptimo.

Prototipo 3 | Plaza Móvil Temporal de La Libertad

Con una calificación de 228/280, el cálculo porcentual de efectividad del segundo objetivo es de un **81,43%** de efectividad.

El indicador con mayor valoración para la propuesta PMT de La Libertad fue:

El prototipo colabora en la reactivación turística y económica del cantón

7 respuestas

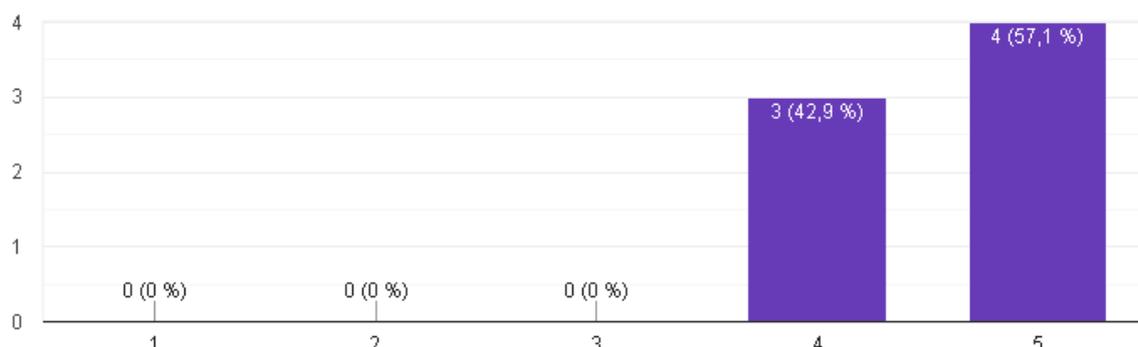


Ilustración 48. Highlight del tercer prototipo. (Elaboración Propia, 2021)

El indicador con menor valoración para la PMT de La Libertad fue:

El prototipo genera un entorno de seguridad

7 respuestas

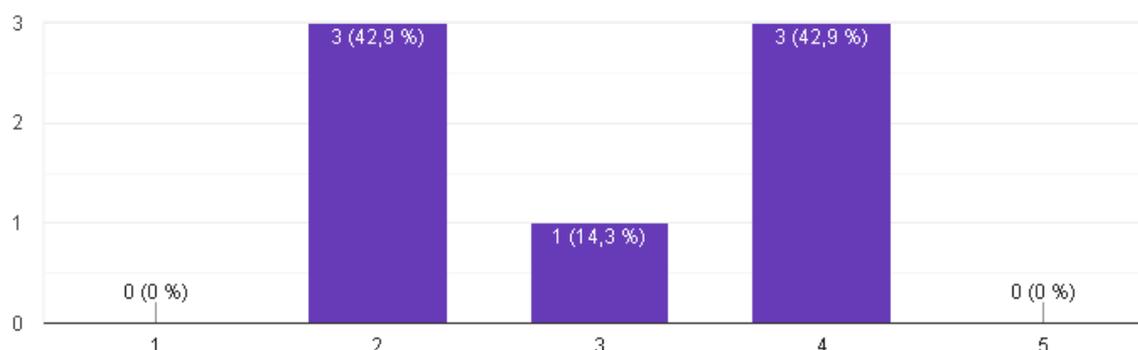


Ilustración 49. Downlight del tercer prototipo. (Elaboración Propia, 2021)

Análisis individual de resultados

La propuesta conocida como Plaza Móvil Temporal de La Libertad se percibe ante los principales representantes de las áreas operativas y de servicios del cantón, como una muy amigable con la comunidad, destacando su efectividad en la colaboración en el proceso de reactivación turística económica del cantón. Su amplio alcance y participación lo vuelven muy atractivo ante los beneficiarios. Sin embargo, la mayoría concluye en que la seguridad de la propuesta representa un enorme impedimento para su ejecución óptima, debido a sus características de campo abierto y exposición.

Evaluación general y selección del prototipo final

Como investigadores reconocemos el potencial de cada una de las propuestas cuidadosamente diseñadas, y expresamos como resultado un sentimiento de gratitud al tener en consideración que los tres prototipos de baja resolución responden satisfactoriamente a cada uno de los indicadores establecidos para su evaluación.

Al tener un porcentaje de efectividad superior al 80% para todas las propuestas, se enfatiza la oportunidad de consideración de las propuestas que no sean seleccionadas en el presente proyecto para una futura ejecución.

Como resultado de investigación, el prototipo de la **Ruta Turística Gastronómica** presentó un mayor porcentaje de efectividad en la resolución de los conflictos exclusivamente identificados en el contexto del destino estudiado, el cantón de La Libertad. Por ello oficialmente se lleva a cabo el proceso de su selección para ser trabajado como un prototipo de alta resolución.

3.3.2 Resultados de la metodología de Design Thinking

3.3.2.1 Resultado del Prototipado de Alta resolución

Una vez elegido el prototipo con el que se va a trabajar, se proceden a diseñar los elementos complementarios que lo convertirán en prototipo de Alta Resolución.

Siendo la “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad” el prototipo de baja resolución seleccionado, se plantearon para esta etapa un total de tres productos complementarios entregables.

Producto complementario uno | Branding de la propuesta

Como punto de partida en el diseño de los elementos complementarios se inicia con el Branding del prototipo. Entendiendo que el “Branding” es una forma de establecimiento de la imagen de una compañía en la mente del consumidor, se llevó a cabo una serie de procesos correspondientes a la creación de un logotipo, definición del estilo artístico, mensaje de la propuesta, eslogan, etc.

Logotipo

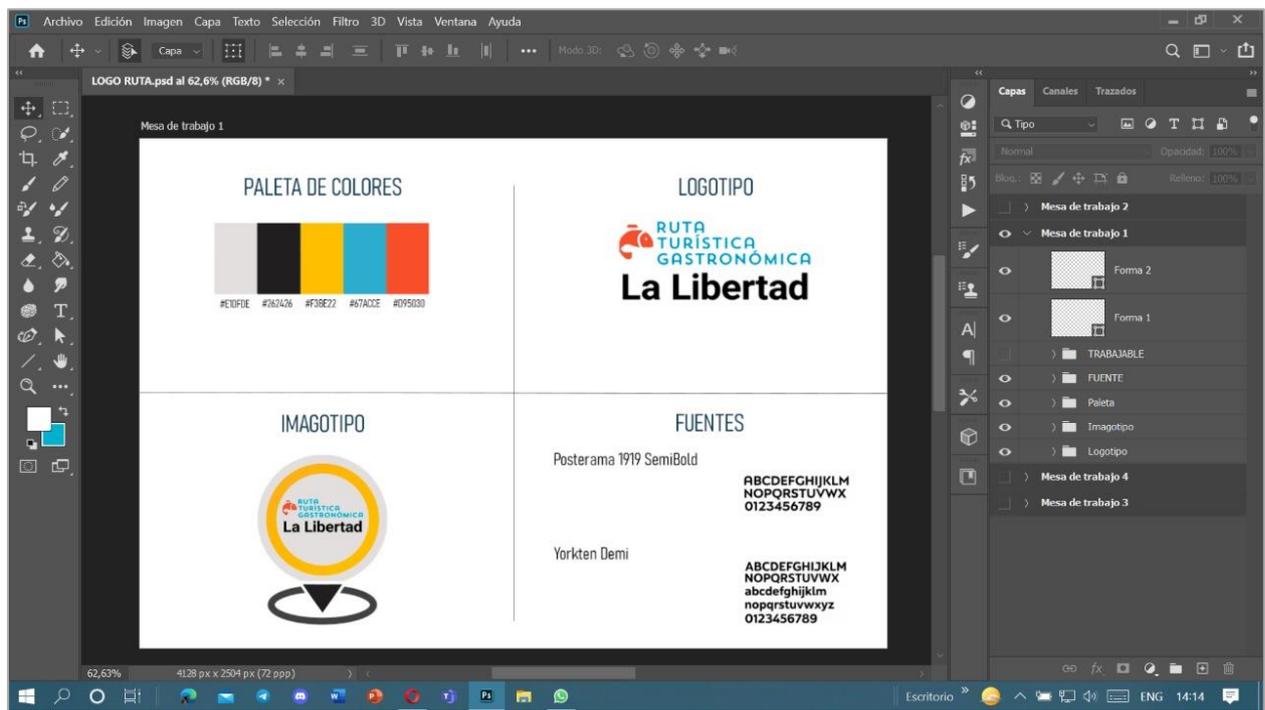


Ilustración 50. Componentes del branding del prototipo escogido (Elaboración propia, 2021)

Para el diseño de los elementos correspondientes al Logotipo, Imagotipo, Paleta de Colores y Fuentes se utilizó la herramienta de diseño digital “Photoshop 2021”. El proceso de diseño llevó un total de dos días de trabajo destinados a determinar correspondientemente, qué elementos representaban de mejor manera al destino de La Libertad y a la propuesta de la Ruta.

Como resultado se concluyó en que la paleta de colores distintivos representaba la esencia de identificación de La Libertad, con base en aquello se diseñó el logotipo conteniendo el nombre de la propuesta y una imagen representativa del sector gastronómico del cantón, posteriormente se ideó una propuesta de imagotipo, el cuál englobaría al logotipo en un conjunto de símbolos que representen la dinámica de recorridos de la Ruta. Como punto final se estableció un diseño minimalista y contemporáneo para las fuentes literarias. El resultado final se muestra a continuación.



Ilustración 51. Logotipo e Imagotipo – Propuesta Final. (Elaboración Propia, 2021)

Publicidad

Los componentes publicitarios de la etapa del Branding se constituyeron en el diseño de publicaciones que incluyeran el logotipo o imagotipo en su contenido. Cabe destacar que, al ser un **prototipo** de alta resolución, los componentes publicitarios incluyen en su redacción la terminología de “Próximamente” indicando al espectador la fase de diseño y pre-ejecución en la que se encuentra aún la propuesta.

A continuación, se muestran los resultados del diseño para los componentes publicitarios cuyo fin es ser utilizados en las etapas correspondientes a la creación de

la Página Web y la inclusión de la propuesta en las Redes Sociales.



Ilustración 52. Diseño Publicitario – Propuesta Final. (Elaboración Propia, 2021)



Ilustración 53. Diseño Publicitario – Propuesta Final. Fuente(Elaboración Propia, 2021)



Ilustración 54. Diseño Publicitario – Propuesta Final. (Elaboración Propia, 2021)



Ilustración 55. Diseño Publicitario – Propuesta Final. Fuente(Elaboración Propia, 2021)



Ilustración 56. Diseño Publicitario – Propuesta Final. Fuente (Elaboración Propia, 2021)



Ilustración 57. Diseño Publicitario número cinco – Propuesta Final. (Elaboración Propia, 2021)

Lema

La etapa de elaboración del lema consistió en la reflexión de aquel mensaje que se esperaba dejar en el usuario final al momento de su lectura. Las componentes que debía incluir el lema eran: La inclusión del cantón de La Libertad; El entendimiento de la dinámica turística de la propuesta; Y finalmente el componente representativo de la gastronomía del cantón.

Definidos los puntos de inclusión, el resultado del Lema final se presenta a continuación:

"Descubre el Sabor de La Libertad"

Los elementos del Lema se explican de la siguiente manera:

- La palabra "Descubre" implica la dinámica turística de exploración y recorrido.
- "El sabor" identifica el componente gastronómico de la propuesta.
- Finalizando con el componente "De La Libertad", no solo se incluye explícitamente el destino, sino que además se incluye un factor psicológico de interpretación, en la que el lector puede definir varios conceptos del "Sabor de La Libertad", pudiendo simbolizar la degustación de los platillos en el cantón, o el concebir objetivo del concepto filosófico de libertad.

Producto complementario dos | Mock up de Página WEB

El segundo entregable dispuesto para el prototipo de alta resolución se plantea como la creación de un Sitio Web especializado en donde se comparta el contenido principal de la propuesta.

La Página Web de la Ruta Turística Gastronómica contempla los siguientes elementos dentro de su contenido explícito:

- Una página principal



Ilustración 58. Página Principal de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una sección de presentación de los Recorridos de la Ruta

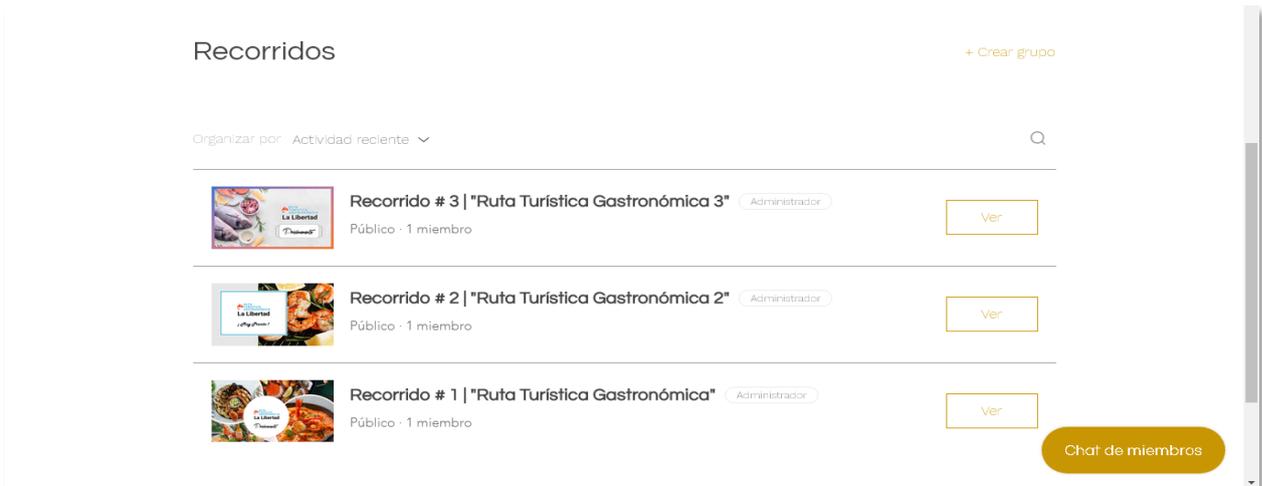


Ilustración 59. Recorridos de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una sección para los menús de cada Restaurante Participante

Menú

Servido diariamente

ENTRADAS

Esta es una sección de tu menú, personalízala como tu quieras.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.

\$189



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.

\$200



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.

\$115



[Chat de miembros](#)



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.

[Chat de miembros](#)

POSTRES

Esta es una sección de tu menú, personalízala como tu quieras.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.



Este es el nombre de tu platillo

Esta es la descripción de tu platillo. Agrega una lista de sus ingredientes, información nutricional y cualquier otra observación relevante.

[Chat de miembros](#)

Ilustración 60. Menús de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una sección informativa de la Propuesta



Ilustración 61. Sección Informativa de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una sección dedicada a los Diseñadores del Proyecto

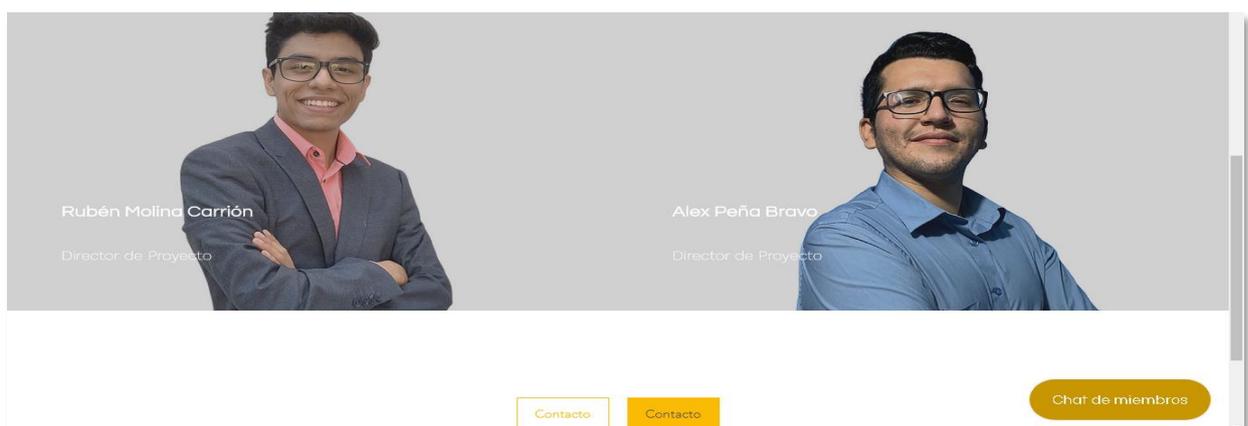


Ilustración 62. Diseñadores de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Un foro de discusión para los usuarios finales

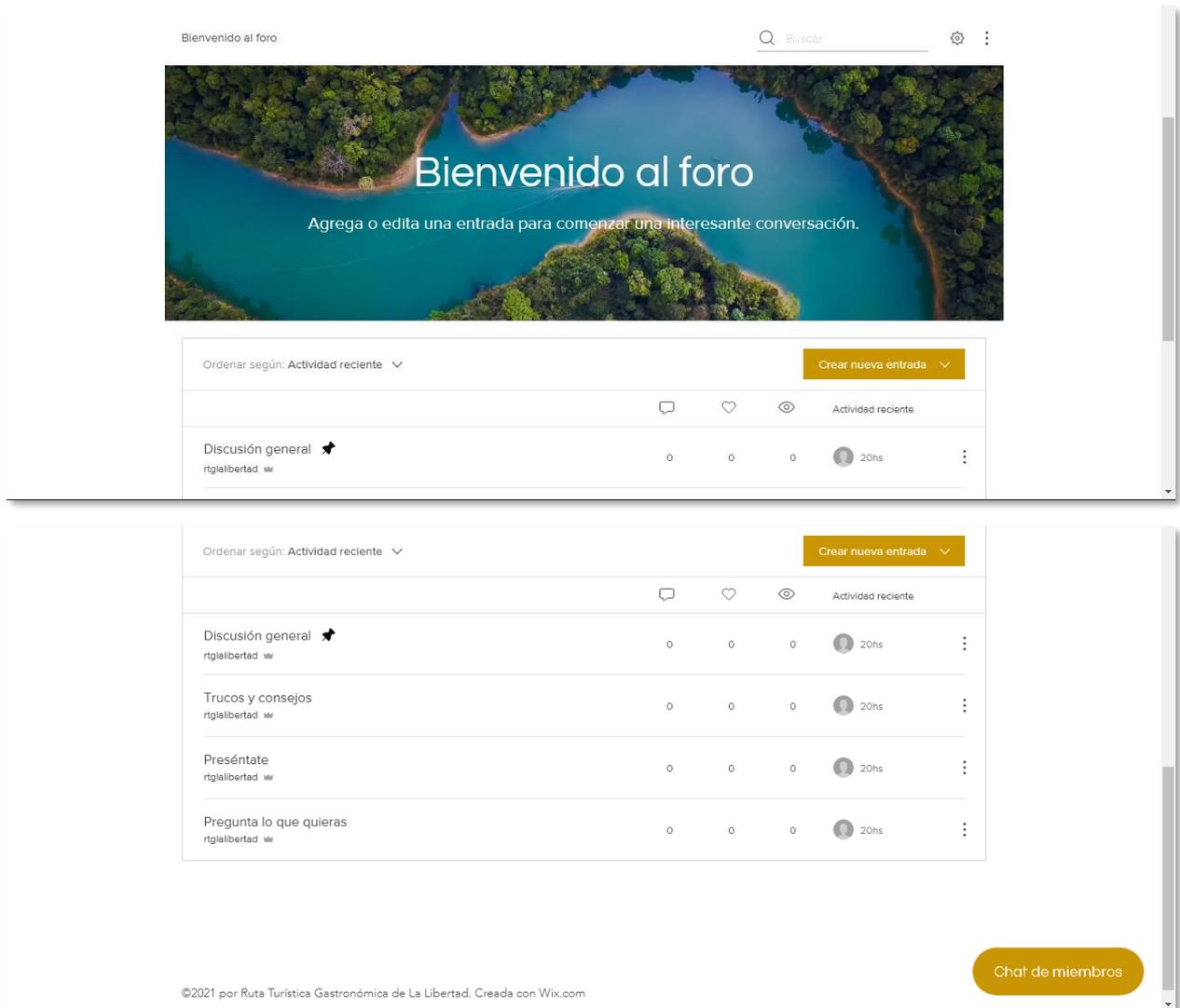


Ilustración 63. Sección Informativa de Mock-up WEB – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

Producto complementario tres | Introducción a las Redes Sociales

Para la elaboración del tercer producto entregable se implementó la utilización de los medios digitales más utilizados a nivel mundial. Para el presente proyecto se incluyó la creación de:

- Un correo institucional en la plataforma de Google

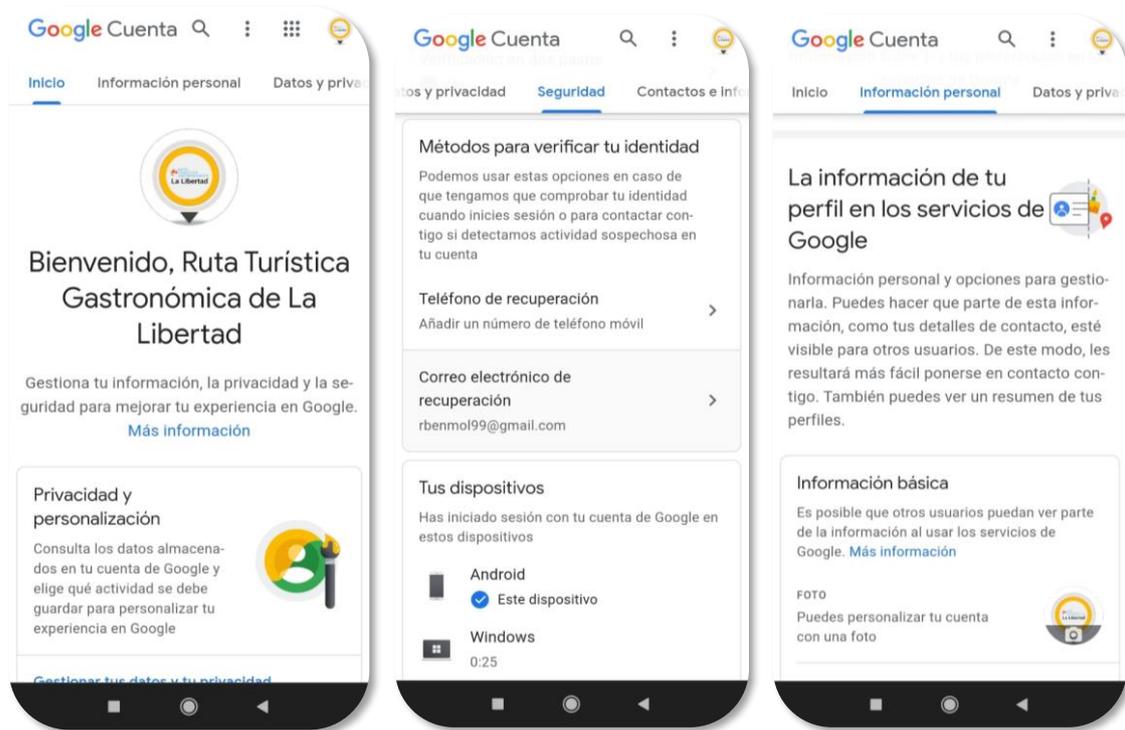


Ilustración 64. Cuenta institucional de Google – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una página de negocios de la plataforma de Google

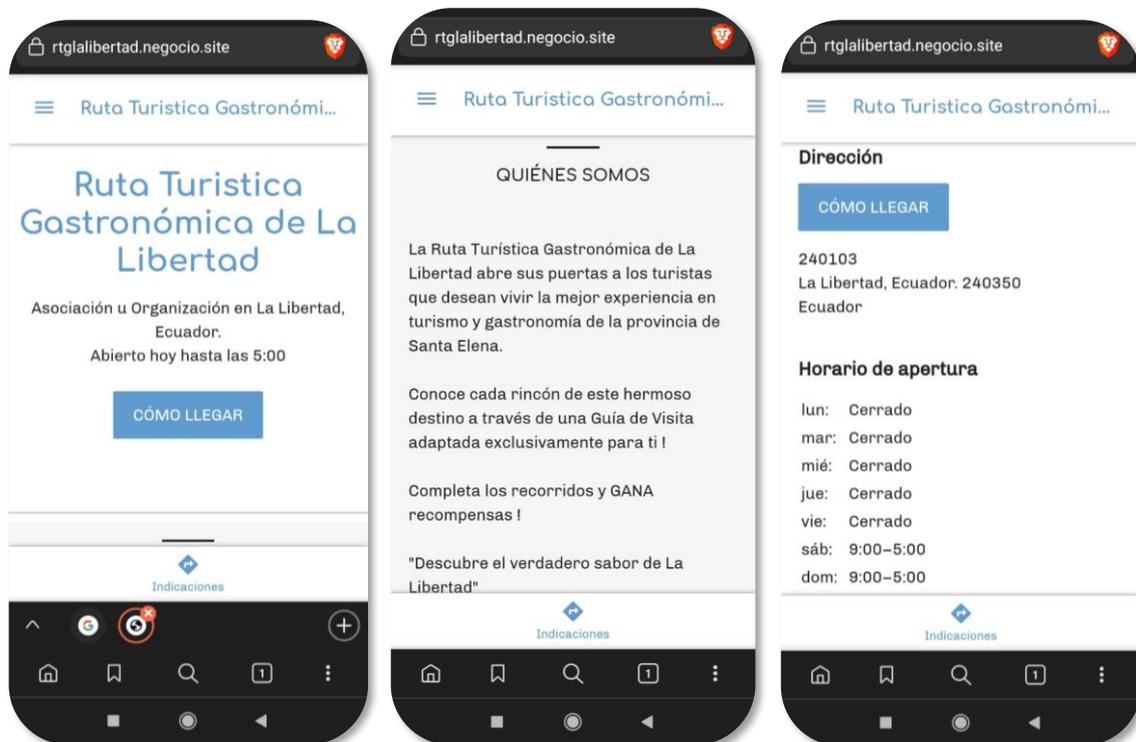


Ilustración 65. Página de negocios de Google – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Un perfil de Facebook

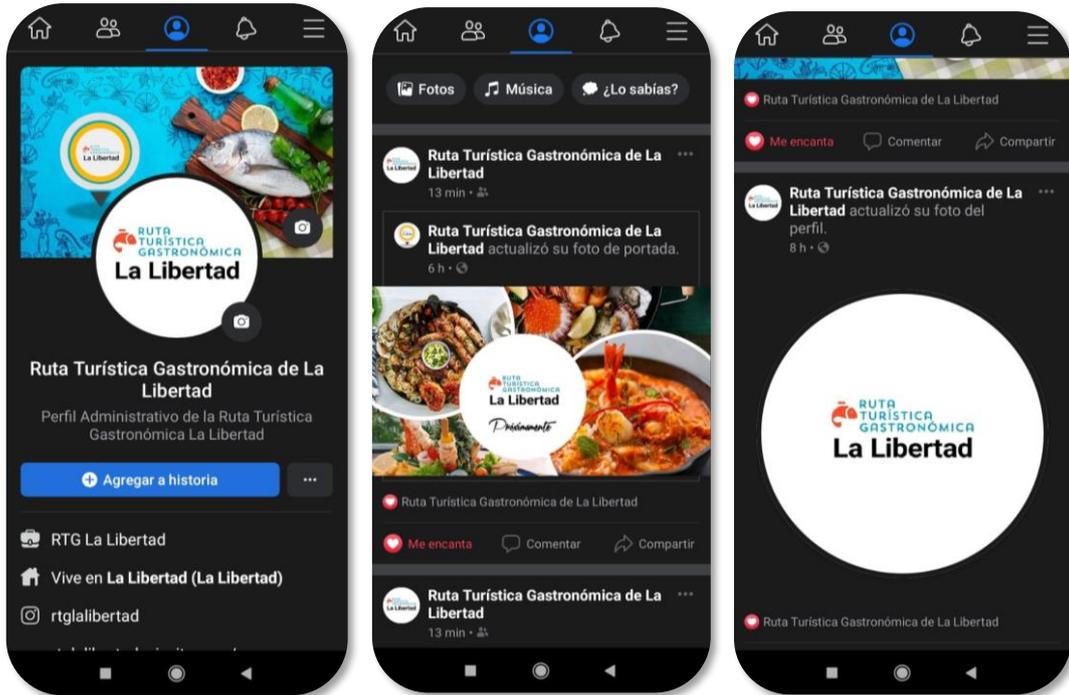


Ilustración 66. Perfil de Facebook de negocios – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una página de negocios de Facebook



Ilustración 67. Página de negocios de Facebook – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

- Una cuenta de negocios de Instagram

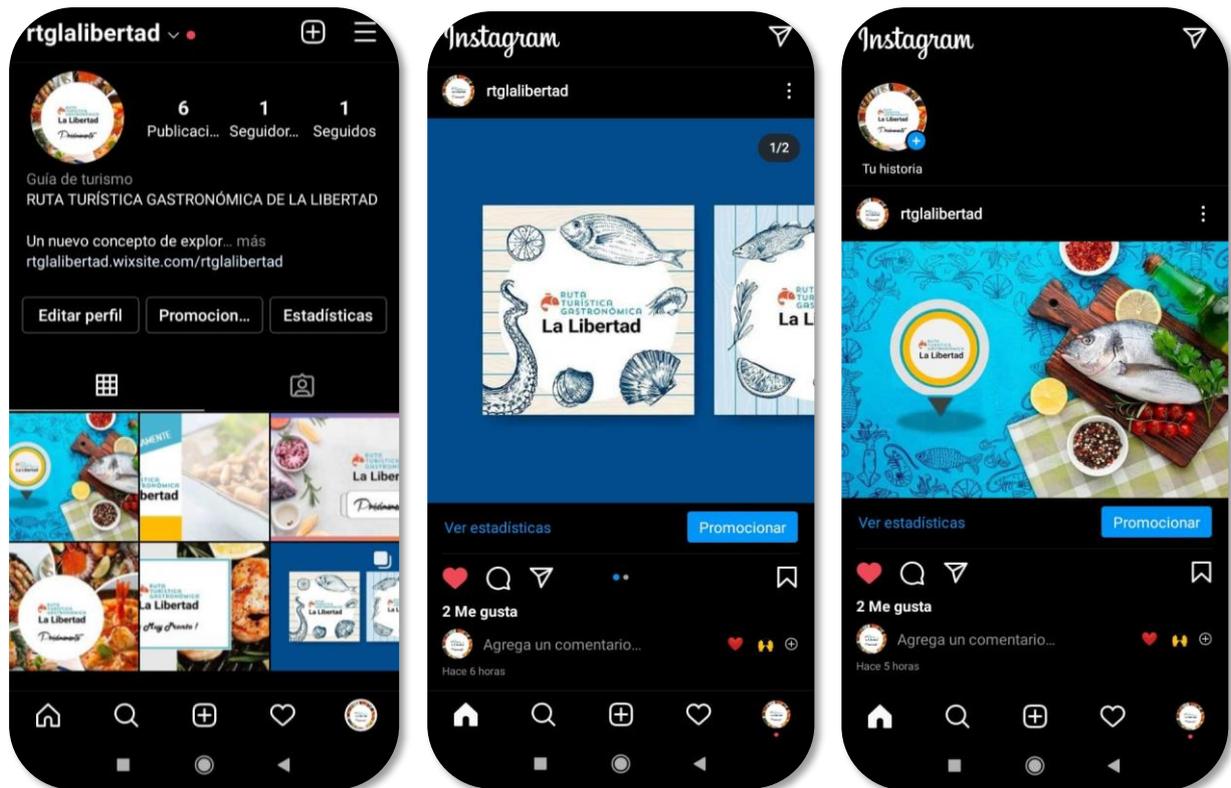


Ilustración 68. Cuenta de negocios de Instagram – Propuesta Final (Elaboración Propia, 2021)

3.3.2.2 Resultados de la Matriz de retroalimentación

Perspectiva del usuario final con respecto a | Branding de la propuesta

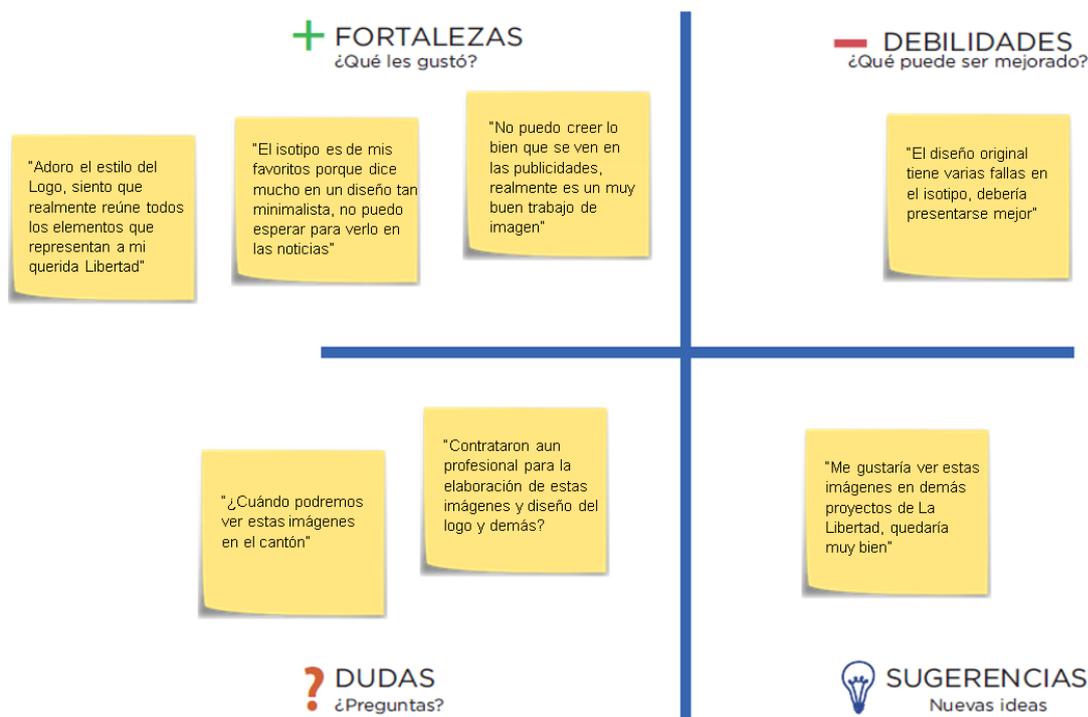


Ilustración 69. Matriz de FeedBack – Branding (Elaboración propia, 2021)

El Branding de la propuesta fue gratamente recibido y elogiado por el usuario final quien rápidamente logró identificarse con los colores, imágenes y contenidos de los logos, isotipos y demás.

Como única debilidad identificada, se analizaron un grupo de comentarios en donde el tema principal era una cierta inconformidad con el diseño original del logotipo, por ello, y como forma de reacción inmediata, como investigadores realizamos los ajustes necesarios para complacer al 100% de los usuarios, resultando en un logotipo e isotipo de muy alta calidad.

Las dudas y sugerencias compartieron un mismo sentido positivo de intriga por parte del usuario final en conocer la fecha oficial de ejecución de la propuesta, lo que interpretamos como una creación de expectativa positiva para el proyecto. Respondiendo ante una gran duda común de si la elaboración del diseño nos perteneció, la respuesta fue “por supuesto”, el diseño e implementación de cada elemento es un resultado de todo el conocimiento adquirido por los investigadores en su proceso de formación académica y profesional.

Perspectiva del usuario final con respecto a | Mock up de la Página WEB



Ilustración 70. Matriz de FeedBack – Mock up WEB (Elaboración propia, 2021)

Para el Mock-up de la página WEB se destacaron tres temas de la totalidad de comentarios analizados, la estética, la facilidad de interacción y la organización del contenido, siendo estos elementos destacados por los mismos usuarios quienes expresaron abiertamente su satisfacción con el uso y dinámica del Mock-up.

Afortunadamente las debilidades identificadas concluían en un tema en específico, que la página web contaba con una marca de agua indicando una versión de prueba para el prototipo.

Los usuarios expresaron aquella preocupación desde un entendimiento de creer que aquella es el producto final de la propuesta. Como investigadores respondimos ante las dudas explicando la cronología sistemática de adaptación de la propuesta en el cantón, explicando que como parte del proceso de diseño en el que nos encontramos las herramientas utilizadas corresponden a un prototipo previo al producto real.

Otro problema identificado, e inmediatamente corregido, fue la falta de información gráfica en la página WEB, como acción correctiva se incluyó un vínculo con el contenido gráfico de las redes sociales de la propuesta, no solo resolviendo el problema de la falta de imágenes, sino además generando un nuevo elemento de interacción para el usuario.

Las dudas correspondían a un factor de generación de perspectivas, por lo que únicamente se recalcó que cada elemento diseñado está contemplado como parte de la ejecución final de la propuesta. Las sugerencias comunes con respecto a la inclusión de un foro para la página fueron atendidas e inmediatamente implementadas.

Perspectiva del usuario final con respecto a | Introducción a las Redes Sociales



Ilustración 71. Matriz de FeedBack – Redes Sociales (Elaboración propia, 2021)

Las observaciones del elemento complementario final no distaron de ser en su mayoría positivas, destacando nuevamente los temas de diseño, implementación, navegación y estética de las páginas creadas para las redes sociales de Facebook e Instagram.

El tema principal de las debilidades identificadas se presentaba como la falta de contenido en las páginas, sin embargo, como parte del mismo análisis y entendimiento del usuario final se comprendió que la creación de las páginas en las redes sociales fue con una motivación de dejar sentadas las bases de diseño de lo que se podrá encontrar una vez que el proyecto sea ejecutado.

Los temas más comúnmente encontrados en el apartado de dudas de este elemento fueron conforme a la proactividad y uso de la propuesta, en donde rápidamente se les explicó que todos los elementos están planificados sistemática y metodológicamente para tener un uso continuo y prolongado.

Como sugerencias, destacamos el tema de la inclusión y difusión de información adicional aprovechando el recurso ya diseñado. Sin duda alguna esta es una observación que tendremos muy en cuenta en caso de ejecución de la propuesta.

Perspectiva del usuario final con respecto a | La Propuesta General



Ilustración 72. Matriz de FeedBack – Propuesta final (Elaboración propia, 2021)

Análisis finales de resultados

En su primer acercamiento con los usuarios finales a través de plataformas digitales de difusión como redes sociales a través de su apartado de comentario, reseñas y demostración gráfica de interés a través de “reacciones” e interacciones, el prototipo rápidamente llamó la atención de su público objetivo.

Como primeras impresiones se recibieron comentarios altamente positivos elogiando la calidad de detalle y diseño estético de la propuesta. Por un extenso periodo de tiempo no se presentó ninguna observación o aspecto negativo en el prototipo.

Cercano al tiempo final de evaluación surgieron las únicas dudas, sugerencias y debilidades de la propuesta general, siendo estas características previamente contempladas en el diseño del prototipo en su etapa de baja resolución.

Cada una de las dudas es respondida de manera satisfactoria con una base de investigación prevista para las situaciones negativas que pudieran haberse presentado o presentarse en el proceso de ejecución del proyecto. Las dudas surgidas se responden a continuación respectivamente:

- El porcentaje de efectividad en la resolución de problemas y necesidades obtenidos a raíz del levantamiento de información con respecto al estado actual de La Libertad es de un total de 87,14% para la propuesta “Ruta Turística Gastronómica de La Libertad”
- Las consideraciones legales son explícitamente explicadas en el núcleo de diseño de la propuesta. Uno de los principales objetivos planteados para este prototipo es la conformación de los restaurantes de La Libertad a través de la obtención legal de una personería jurídica que les permitirá fortalecer su participación jurídica en la toma de decisiones para el cantón.
- La duración de ejecución de la propuesta es adecuadamente explicada previo al diseño del presupuesto de inversión. Las actividades de adaptación e

implementación de la propuesta en colaboración con los diseñadores del presente proyecto se estipula con una duración de 4 meses. La vida útil del proyecto forma parte de un proceso futuro cuya determinación deberá ser realizada por un profesional en el área de contabilidad y administración.

- Dentro de las mismas consideraciones legales se plantea un contrato legal de participación para cada restaurante, este determinará la participación activa de los restaurantes que quieran formar parte de la propuesta y gozar de sus beneficios.

Como un buen resultado de análisis se descubrió que las principales sugerencias obtenidas para el proyecto general también han sido previstas desde el proceso de diseño del mismo, no obstante, se considera con mucha pertinencia la opinión del usuario final con respecto a las situaciones que podrían utilizarse o mejorarse para incrementar el impacto de la propuesta en el cantón.

De un total de 68 reseñas obtenidas se estableció que un promedio de 90% de los comentarios realizados fueron en su mayoría positivos, dejando al prototipo final como un completo éxito en el proceso de aceptación por parte de los usuarios finales.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo contempla una reflexión del proceso de desarrollo del proyecto, en donde se evalúan las herramientas utilizadas en cada corriente metodológica establecida y su cumplimiento con respecto a los objetivos planteados en el inicio del proyecto.

Cumplimiento de los objetivos generales y específicos

Entendiendo la dinámica de correlación entre el objetivo general y sus tres objetivos específicos, en el presente proyecto se utilizó un extenso catálogo de herramientas disponibles de un total de tres corrientes metodológicas de investigación con el objetivo de cumplir sistemáticamente cada uno de los componentes definidos en cada objetivo específico.

El esquema organizacional planificado para el cumplimiento de los objetivos y la elaboración de los capítulos dos y tres respectivamente, fue cuidadosamente diseñado para cubrir todas las áreas posibles en cada objetivo. Luego de un extenso proceso de ejecución y uso de aquellas herramientas, se obtuvieron los resultados esperados en cada una.

A continuación, se resumirá la dinámica de uso de aquellas herramientas utilizadas en pro del cumplimiento de cada objetivo específico correspondiente, evaluando su eficacia en la resolución de los problemas identificados en cada uno.

4.1 Evaluación del cumplimiento del primer Objetivo Específico

4.1.1 Un primer acercamiento

Con la meta planteada de realizar un diagnóstico situacional a nivel turístico del cantón de La Libertad, mediante la aplicación de diferentes técnicas metodológicas de recolección de datos y con el fin de fortalecer los conocimientos acerca de sus recursos, atractivos, productos y capacidades turísticas, se dio inicio al proceso de integración.

Teniendo como punto de partida el enriquecer el entendimiento de los investigadores frente a la situación actual en la que el cliente, beneficiarios y usuarios desenvuelven sus actividades diarias, se estableció un proceso de integración inicial en la comunidad.

Como primer paso dentro de aquel proceso, se propuso la utilización de diferentes herramientas convencionales de investigación con el objetivo de lograr un acercamiento discreto ante los principales actores de La Libertad. Estos primeros acercamientos gozaron de un ámbito mucho más social que académico, donde la meta primaria era ganar la aceptación y confianza de los actores.

Como resultado, luego de un proceso de ejecución exitoso de las herramientas convencionales, el cliente Ing. Carlos Machuca en calidad de director del departamento del GAD Municipal de La Libertad, compartió su gratitud ante la oportunidad de establecer una relación académica con la ESPOL y felicitó a los investigadores por su gran empatía en el entendimiento de la situación conflictiva en el que el destino se encontraba.

Teniendo una base tanto profesional como social con el cliente principal, se continuó con el proceso de cumplimiento del objetivo planteado. El fortalecimiento de las relaciones interpersonales y profesionales de los investigadores con el cliente principal facilitó enormemente la ejecución de las herramientas restantes, proporcionando los recursos necesarios para la generación exitosa de la información requerida.

Con un total de diez herramientas de investigación utilizadas, la información obtenida sobrepasó las expectativas del planteamiento del primer objetivo específico, al no solo generar la información requerida del estado de los recursos, atractivos y productos turísticos del cantón, sino además lograr establecer una estrecha relación con el cliente y beneficiarios, descubrir más allá de un problema en el destino, analizar desde una perspectiva PEST la productividad de la ciudad como un destino y empatizar a profundidad con los sentimientos y emociones cada actor.

4.1.2 El momento de crear soluciones

Siendo el segundo objetivo específico la generación de una propuesta de solución que responda a los problemas y necesidades identificadas en el proceso inicial de investigación, se consideraron, a nivel estratégico, dos aspectos primordiales a descubrir: La perspectiva íntima de los actores principales frente a la situación actual descubierta en etapa inicial y las capacidades reales de la Libertad como destino.

El primer aspecto es obtenido a través de la coordinación personal con los principales actores de La Libertad, en donde se discutió la pertinencia del proyecto en el cantón y se definió el compromiso y participación de cada uno de ellos en el proceso de diseño, evaluación y selección de las diferentes propuestas de solución planificadas.

Por otro lado, para la determinación de la capacidad real del destino se propuso un acercamiento presencial a todas las zonas de la ciudad consideradas para la recreación turística, en donde se analizaron los aspectos de capacidad de carga del lugar, el contexto social y cultural en el que se encontraba y su nivel de factibilidad para el desarrollo de una propuesta de solución. Como resultado de investigación inicial, tras realizar un acumulado de 18 horas de recorrido por los distintos lugares potenciales de la ciudad, se enfatiza el descubrimiento de la situación actual de la disponibilidad de espacios en el cantón descubriendo que éste se encuentra al límite de su capacidad a nivel de espacio físico, lo que puso en consideración para la siguiente etapa que toda propuesta generada debía utilizar o aprovechar un espacio previamente ocupado.

A raíz de aquel descubrimiento, y a lo largo de todo el desarrollo de las herramientas restantes, nuevos descubrimientos fueron surgiendo en esta etapa, descubrimientos que fueron sintetizados en una matriz de evaluación que puso en referencia las características que cada prototipo de baja resolución debía tener.

Con un aproximado de 36 herramientas empleadas, la generación de un prototipo que responda ante los problemas y necesidades identificadas en las etapas iniciales de investigación fue un rotundo éxito. Nuevamente superando a las expectativas planteadas para el segundo objetivo, el uso óptimo de las herramientas de diseño y evaluación concluyeron en la generación extraordinaria de tres prototipos de baja resolución. El descubrimiento mayormente destacable es el hecho de que las tres propuestas de solución, a través de las herramientas correspondientes de evaluación y selección efectuadas en el capítulo tres, obtuvieron un porcentaje de más del 80% de efectividad en el cumplimiento de las necesidades de los actores y en la resolución de las problemáticas definidas. Esto abre un amplio catálogo de oportunidades para la ejecución de las propuestas en proyectos futuros pronosticando un porcentaje de éxito más que sobresaliente en cualquiera de ellas.

4.1.3 Midiendo el impacto del proyecto

A partir del tercer y último objetivo específico definido cuya meta fue la definición de una estrategia de validación y seguimiento del prototipo seleccionado a ser trabajado como un prototipo de alta resolución, se obtuvo una retroalimentación completa del producto.

Constituyéndose dos fases de evaluación en el proyecto, y previamente completando la fase inicial de selección de un solo prototipo, la fase final de prueba y ejecución con el usuario final fue puesta en marcha

Como proceso previo a la evaluación del prototipo final, se diseñaron los componentes necesarios para evolucionar el prototipo seleccionado en uno de Alta Resolución. Como resultado se incluyeron dos productos entregables para ser medidos en el momento de ejecución de la propuesta. El primer producto entregable se

constituyó como un trabajo de Branding de la propuesta, en donde se definió un nombre comercial, un logotipo de la propuesta, una serie de recursos digitales de imagen y forma, y la creación de las cuentas oficiales para el inicio de las campañas por medio de redes sociales. El segundo producto entregable se planteó en la creación de un “Mock- up” o herramienta de diseño que simularon lo mejor posible la herramienta real a ejecutar en procesos futuros.

Una vez establecidos los elementos de alta resolución. Se presentó la propuesta ante los usuarios finales, donde se llevó a cabo la etapa final de evaluación del proyecto. Los resultados una vez más sobrepasaron las expectativas propuestas, logrando un increíble porcentaje de 90% de aceptación de la propuesta en el mercado. Tomando en consideración aquello, debido a la naturaleza de la propuesta de Alta resolución presentada, se estima obtener un impacto que vaya más allá de lo económico, generando a través del sector turístico una reacción en cadena de resolución de conflictos.

5. ANEXO

- Ambiente organizacional: Basa su concepto en la generación de emociones del personal de un grupo o empresa.
- Atractivo turístico: Sitio o hecho que genera interés de visita en un viajero (OMT, 2015)
- Estructura organizacional: Es la metodología de asignación de funciones y responsabilidades por cumplir de cada miembro de un grupo o empresa.
- Experiencia Turística: Conjunto de sensaciones y emociones interpretadas por un turista al visitar un destino.
- Criterio de evaluación: Son los principios, normas o ideas de valoración en relación con los cuales se emite un juicio valorativo sobre el objeto evaluado. (García, 2010, p. 81)
- Producto turístico: Conjuntos de prestaciones materiales e inmateriales ofrecidas con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de un turista que visita un destino. (OMT, 2015)
- Recurso turístico: Objetos creados por la naturaleza cuyas características propias dan paso a la viabilidad de visitas de turistas. (OMT, 2015)
- Acta firmada de evaluación de la propuesta final
- Encuesta de perfil del usuario

Rúbrica de propuesta de final de Materia Integradora Turismo

Nombre del proyecto: Diseño de una experiencia turística gastronómica para la dirección de turismo del GAD Municipal de La Libertad.

Integrantes: Rubén Santiago Molina Carrión, Alex Fernando Peña Bravo.

Nombre del evaluador: Carlos Machuca.

Cargo del evaluador: Director Departamento de Turismo.

Institución: GAD Municipal de La Libertad.

Usuario final: Turista.

Instrucciones: Indicar con una X el nivel de ACUERDO de cada uno de los criterios listados a continuación.

Criterio	Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.					X
La propuesta refleja un análisis de datos relevantes para el proyecto. Se evidencia la realización de un diagnóstico técnico.					X
La propuesta es factible y consideraría implementarla.					X

La propuesta es innovadora.					X
La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad.					X

Firma del evaluador



Firmado digitalmente por:
**CARLOS JAVIER
MACHUCA GALINDO**

Dir. Carlos Machuca

Encuesta para conocer los motivos de visita y perfil de consumo de los turistas que visitan el destino de La Libertad – Santa Elena durante el periodo 2021

Este cuestionario servirá como instrumento de Data Collection para la realización de una investigación de materia integradora para la carrera de Licenciatura en Turismo de la Escuela Superior Politécnica de Litoral en cooperación con el GAD municipal del cantón.

Favor de llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible

Lugar de Procedencia: _____

Género: F M Otro

¿Con cuántas personas viaja?: _____

Edad:

¿Por cuántos días viene o vino a la ciudad?: _____

1. Indique el motivo principal de su visita al cantón.

- () Descanso o placer
- () Diversión
- () Negocios
- () Congresos
- () Compras
- () Cultura
- () Estudios
- () Visita a familiares
- () Otro

2. Indique el factor que influyó para visitar La Libertad.

- () Recomendaciones
- () Conocimiento previo
- () Cercanía del lugar de origen
- () Precios

- () Disponibilidad de tiempo
- () Diversidad de actividades
- () Interés por conocer nuevos lugares
- () Visita a familiares
- () Otro

3. ¿Cómo supo de la ciudad? (Puede marcar más de una opción)

- a) Por publicidad en televisión, radio o en carteles.
- b) Internet
- c) Amistades
- d) Agencias u operadoras de viaje
- e) Otro _____

4. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la ciudad? (Marque una sola opción)

- a) Taxi
- b) Autobús
- c) Carro propio

5. Durante su visita ¿Usted se hospeda en algún establecimiento de la ciudad?

- SI
- NO

5.1 (Si la respuesta es sí) ¿Qué tipo de alojamiento usa durante su estancia?

- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Casa de familiares
- d) Casa en renta (AIRBNB)
- e) Casa o departamento propio

5.2 (Si la respuesta es no) ¿En dónde se hospeda actualmente?

a) Ciudad:

b) No realizo ningún hospedaje (Viaje de paso por La Libertad)

6. ¿Qué tipo de servicio alimenticio ha elegido durante su visita?

a) Restaurante:

b) Puesto de comida individual (Cabañas, carritos ambulantes, bares, etc.) _____

d) Mercado:

e) Otro:

f) No consumí alimentos

7. ¿Qué medio de transporte ha utilizado o planea utilizar durante su estancia en la ciudad?

- a) Auto propio
 - b) Bus urbano
 - c) Autobús Turístico
 - d) Taxi
 - e) Motocicleta
 - f) Bicicleta
 - g) Tricimoto
 - h) Caminando
 - i) Otro:
- _____

8. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó su visita a La Libertad?

- a) 2 meses o mas
- b) De 3 a 4 semanas antes
- c) De 1 a 2 semanas antes
- d) Menos de 1 semana

9. ¿Cuál ha sido su gasto general durante su visita a La Libertad?

\$

10. Indique en cuál de estos atractivos Ud. estaría interesado en conocer el día de hoy o ya conoció



5: Muy interesado, 4: Interesado, 3: Medio interesado, 2: Poco Interesado, 1: Nada interesado

Atractivos turísticos	1	2	3	4	5

¡Muchas gracias por su colaboración!

6. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. C. E., Prado, L. T. P., Lafebre, L. M. V., & Barros, M. R. Q. (2020). Impacto del covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1352-1367.
- Análisis y Desarrollo Social Consultores. (2017). *Manual de Formulación de Proyectos Sociales con Marco Lógico*. Obtenido de Fundación Hazlo posible: https://www.solucionesong.org/img/foros/4e418bed80d9f/Manual_de_Formulacin_de_Proyectos_Sociales_m.pdf
- Apolinario Yagual, E. J. (2019). Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018)
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (febrero de 2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *ScienceDirect*, 71-79. Obtenido de ScienceDirect.
- Burgos, J. P. (2018). TURISMO SOLIDARIO Y TURISMO RESPONSABLE, APROXIMACIÓN A SU MARCO TEÓRICO Y CONEXIONES CON LA INTELIGENCIA TURÍSTICA. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 23-48.
- Butler, R. (1980) "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". *CanadianGeographers*, 24: 5-12.
- Calva, J. A. (2020). Cultura organizacional y su importancia dentro de la formación en turismo. *Revista Iberoamericana de la educación*, 3(2).
- Cantero, J. (14 de julio de 2019). *Criterios para valorar recursos turísticos con potencialidad para convertirse en productos de turismo experiencial*. Obtenido de Hosperience: <https://josecantero.com/uncategorized/criterios-para-valorar-recursos-turisticos-con-potencialidad-para-convertirse-en-productos-de-turismo-experiencial/>
- Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184.

- Castillo, E., & Vásquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia*, 164-167. Obtenido de Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia.
- Félix Mendoza, Á. G., & García Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 79-103.
- Franco, W. C., Naranjo, M. T., & Franco, M. C. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113-129.
- Fundación Aquae. (2021). *La metodología design thinking: definición y fases*. Obtenido de Fundación Aquae: <https://www.fundacionaquae.org/que-es-el-design-thinking/>
- García Ferrando, M. (2015). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 165-169.
- Garduño, M. G. G., & Cisneros, H. F. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 197-211.
- González, A., & Ramírez, R. (s.f.). *Modelo Conceptual de los Marcos Primarios de la Experiencia Turística Mediada por Tecnología*. Obtenido de Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473557628002/473557628002.pdf>
- Hernández-Rojas, R., & Alcocer, N. (6 de junio de 2021). The role of traditional restaurants in tourist destination loyalty. *Tourism Analysis*. Doi: 10.1371/journal.pone.0253088
- i3lab . (2017). *Materia Análisis y Resolución de Problemas Workbook*. Centro de emprendimiento e innovación.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Base de Datos-Censo de Población y Vivienda 2001 - 2010*. Obtenido de INEC: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0960006340001_PDyOT%20LA%20LIBERTAD%202015%20-2019%20FINAL_07-04-2016_13-21-46.pdf

- López-Guzmán, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 575-584.
- López-Guzmán, T., & Jesús, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922.
- Mateo Rosales, J. G. (2018). El desarrollo sociocultural como pilar de la conciencia turística de la población del cantón La Libertad, caso malecón (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018.).
- Mercer, D. (2004). Tourism and resource management. *A Companion to Tourism*, 462.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (septiembre de 2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo
- Miossec, J. (1976) "Elements pour une Theorie de l'Espace Touristique". Les Cahiers du Tourisme, C-36 CHET, Aix-en- Provence.
- Montoya Meza, D. A. (2016). Relación entre el clima organizacional y la evaluación del desempeño del personal en una empresa de servicios turísticos: caso PTS Perú 2015.
- MURAL.ly. (2021). *Mural templates*. Obtenido de MURAL: <https://www.mural.co/templates>
- Navarro, D. (2015). Recursos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.
- Oliveira, S. P. R. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752.
- Ortega, Y. C., Espinoza, M. A. P., & Juca, F. D. U. (2018). El impacto del turismo en la economía local. Una necesidad de medir en el Ecuador. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(3), 153-160.
- Peñafiel Quishpe, O. A. (2021). Estrategias organizacionales para la idea del negocio restaurante de alimentos saludables, Comida y Salud, ubicado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2020 (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021).

- Pigneur, Y., Osterwalder, A., & Clark, T. (2011). *Generación de modelos de negocio*. España: Grupo Planeta Spain.
- Prat Forga, J., & Valiente, G. (2014). The importance of satisfaction in relation to gastronomic tourism development. *Tourism Analysis*, 19(3), 272. doi:10.3727/108354214X14029467968321
- Prefectura de Santa Elena*. (29 de octubre de 2009). Obtenido de Prefectura de Santa Elena: <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/provincializacion>
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143.
- Reyes, E. L., & Colcha, L. (2018). TURISMO COMUNITARIO DE CORTE URBANO: PERSPECTIVAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL, SUSTENTADO EN EL PATRIMONIO Y LA IDENTIDAD, EN EL CANTÓN LA LIBERTAD. PROVINCIA DE SANTA ELENA. ECUADOR. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 6(1), 10-21.
- Rodriguez-Morales, A. J., Gallego, V., Escalera-Antezana, J. P., Méndez, C. A., Lysien, Z., Franco-Paredes, C. Savio-Larriera, E. (Junio de 2020). *COVID-19 in Latin America: The implications of the first confirmed case in Brazil*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1477893920300806?via%3Dihub>
- Rojo, I. (2018). Gestión sostenible de empresas y destinos turísticos: la nueva economía. *Revista de responsabilidad social de la empresa*, 28, 103-122.
- Rosado García, A. N., & Villón Hermenejildo, L. M. (2019). Estudio y diseño de un mirador turístico recreativo para el cantón La Libertad (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil: Facultad de Arquitectura y Urbanismo).
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Obtenido de Universidad Tecnológica Nacional, Turismo y Hotelería: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Santos, G. E. (1 de marzo de 2017). *MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO*. Obtenido de Red de revistas científicas de Acceso Abierto no comercial propiedad de la academia: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713890005.pdf>
- Schenkel, E. (2017). *Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana*. Buenos Aires: Clacso y Ciccus.

- Torres, F. R., Martínez, E. E. V., Vallejo, M. A. A., & Beserril, J. B. (2017). Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: Criterios de valoración. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 11(1), 88-112.
- Vereda, M. (2018). *REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS, PRODUCCIÓN DE IMÁGENES Y USOS DE LOS ESPACIOS. LA EXPERIENCIA TURÍSTICA DE LOS VISITANTES ANTÁRTICOS EN LA ANTÁRTIDA Y EN USHUAIA COMO DESTINOS TURÍSTICOS REMOTOS*. Obtenido de Repositorio Digital Institucional de la Universidad Nacional del Sur (RID-UNS): <http://bc2.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4437/1/Tesis%20Doctoral-Vereda.pdf>

Marco Referencial

- Anguera, M. T., Blanco-Villaseñor, A., Losada, J. L., & Sánchez-Algarra, P. (2020). Integración de elementos cualitativos y cuantitativos en metodología observacional. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (49), 49-70
- Azuero, Á. E. A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127.
- Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la “entrevista etnográfica”. *Revista colombiana de antropología*, 54(1), 175-218.
- Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.
- Botella Nicolás, A. M., & Ramos Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos. Una revisión bibliográfica. *Perfiles educativos*, 41(163), 127-141.
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation . Obtenido de Standford Social Innovation Review:
<https://ojs.unbc.ca/index.php/design/article/viewFile/1272/1089>
- Cross, N. (2010 de octubre de 2010). Desing Thinking as a Form of Intelligence. En K. Dorst, S. Stewart, B. Paton, A. Dong, & I. Staudinger, *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTRS8)* (pág. 428). Sydney, Australia: DAB Documents. Obtenido de BBCD: COMMUNICATION DESIGN:
http://bbcdcomdes.weebly.com/uploads/1/1/8/6/11866691/dtrs8_proceedings.pdf
- Caillaud, S., & Flick, U. (2017). Focus groups in triangulation contexts. In *A new era in focus group research* (pp. 155-177). Palgrave Macmillan, London.
- Cyr, J. (2019). *Focus groups for the social science researcher*. Cambridge University Press.
- Desing Thinking en español. (2021). El proceso del Design Thinking Autor. Obtenido de Desing Thinking en español:
<https://www.designthinking.es/inicio/index.php> Fundación Aquae. (enero de 2021).
- Díaz de Rada Igúzquiza, V., Domínguez Álvarez, J. A., & Pasadas del Amo, S. (2019). Internet como modo de administración de encuestas (Vol. 59). CIS.

- Echegaray, L. (2018). Historia de la investigación social: un viaje desde la primera encuesta (s. XVIII) a la actual investigación online. ESIC Editorial.
- Gallegos, A. P., Rodríguez, J. L., & Burgos, D. V. (2019). Sol, Playa y Gastronomía como recursos turísticos: perfil del turista del Balneario de Salinas Provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 6(1), 42-46.
- García Peñalvo, F. J., Corell Almuzara, A., Abella García, V., & Grande de Prado, M. (2020). La evaluación online en la educación superior en tiempos de la COVID-19. *Education in the knowledge society: EKS*.
- Guerra, P. (2018). ¿Cómo evaluar las revistas científicas? Acerca de las limitaciones del Índice de Impacto por citas. *Revista de la Facultad de Derecho*, (44), e20184407-e20184407.
- Hernández, O. I. R., Jiménez, G. C., & Martínez, E. E. V. (2018). Un acercamiento al capital social y al turismo desde el enfoque mixto y mapeo de actores. *Antropología Experimental*, (18).
- Jurado, D. B., Luzuriaga, A. G., & Bravo, O. E. L. (2018). Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 18(19).
- Morgan, D. L. (2018). *Basic and advanced focus groups*. Sage Publications.
- Piñeiro Aguiar, E., & Diz, C. (2018). El trabajo de campo como abandono: una reflexión sobre la metodología de la observación participante. *Revista colombiana de antropología*, 54(1), 59-88.
- Rossell, T., & Rodríguez, P. (2017). *La entrevista en el Trabajo Social*. Herder Editorial.
- Torres-Rodríguez, A. A., & Monroy-Muñoz, J. I. (2020). El problema de la definición del Problema de Investigación. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 7(13), 10-15.