MANUAL PARA EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL

Guía paea plaRificadoees

ESCUELAESUPERIORI
POÉITÉCNICA D É
ÉITODAÉ 2009

Caela Ricaue|e QuijaRo

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

Lastimosamente, debido a la falta de consenso —y a veces de conocimiento— respecto a lo que se debería evaluar durante el diagnóstico, generalmente esta etapa consiste en la búsqueda desorganizada y poco técnica de antecedentes y características turísticas generales del lugar de estudio, a menudo fuertemente limitada por la poca información disponible acerca de la demanda, patrones de conducta de los turistas, actitudes y capacidades de la comunidad receptora, entre otros.

El presente MANUAL DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL pretende ser una guía técnica para quienes se enfrentan al reto de planificar para un futuro turístico sostenible, a través del levantamiento de una línea base en un espacio territorial determinado, es decir, a través de la elaboración de un diagnóstico turístico local.

Con ese fin, se parte de algunos supuestos que es necesario aclarar: primero se parte del supuesto que el turismo en los destinos funciona como un sistema o como una totalidad organizada compuesta de diferentes elementos (oferta, demanda, sistema de gobierno, etc.). Cuando el funcionamiento del sistema no está acorde con las expectativas de la demanda y de la comunidad receptora, entonces es necesario hacer planificación.

El siguiente supuesto parte de la idea de que la planificación local del turismo es imprescindible para lograr los objetivos de desarrollo de los destinos y mejorar la calidad de vida de la gente que vive allí, a través de un proceso de dinamización e inversión pública y privada en la actividad. En otras palabras, este manual se enfoca en cómo el destino (oferta) tiene que organizarse de acuerdo a los intereses y expectativas de la demanda para que el sistema turístico "funcione" armónicamente. Finalmente se asume que toda planificación de la actividad debe promover un turismo sostenible y responsable, debe ser beneficiosa para los turistas y para la comunidad receptora.

El manual está estructurado en dos partes, la primera se refiere a la fundamentación teórica que da origen a la metodología propuesta y la segunda indica los pasos que se deben seguir para hacer el diagnóstico turístico local.

PARTE 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. La planificación turística y sus enfoques

Desde un enfoque general, la planificación es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas. Según Hall, la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada (citado por Hall & Page, 1997: 307). Por su parte, la OMT (2004: 3) sostiene que la planificación turística en diferentes escalas —internacional, nacional, regional, local y de sitio— es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad.

La planificación del turismo alrededor del mundo ha tenido distintos enfoques los cuales son el resultado de los objetivos de desarrollo trazados para cada destino, pero también de las concepciones y tendencias que ha tenido históricamente la actividad. Por otra parte están las 'escuelas de pensamiento' desde las cuales se han desarrollado modelos de planificación turística, en América Latina por ejemplo, desde el enfoque de negocios y marketing para el acceso a créditos, desde las teorías de planificación urbana y regional de la OEA-CICATUR y desde la planificación desarrollista de la CEPAL.

En un ejercicio de sistematización, Getz (Ídem: 309) identifica a nivel mundial cuatro enfoques de planificación turística: tradicional, económico, físico-espacial y comunitario. A estas cuatro perspectivas, Michael Hall (1995) le añade una más reciente: la sostenibilidad como guía del desarrollo turístico en los destinos. Por su parte, Maribel Osorio (2006: 295) identifica que para el caso de América Latina específicamente, la planificación turística se ha realizado desde las perspectivas desarrollista, económica, espacial y estratégica. Los autores coinciden en que los enfoques con que se ha planificado el turismo no son secuenciales ni exclusivos, de manera que permanecen más o menos vigentes y pueden combinarse de acuerdo con el propósito de planificación.

A continuación se resumen siete enfoques de planificación turística con los supuestos básicos, métodos de investigación, modelos y herramientas asociados con cada uno.

	SUPUESTOS	PROBLEMAS DE PLANIFICACIÓN	MÉTODOS
TRADICIONAL	• El turismo es bueno • El turismo debe ser desarrollado • Los recursos culturales y naturales deben ser explotados • La industria turística debe liderar el crecimiento y desarrollo del turismo • El desarrollo se mide en términos turísticos	• Cuántos turistas se puede atraer y acomodar • Vencer los obstáculos • Convencer a la comunidad receptora de tratar bien a los turistas • Hasta dónde puede crecer la oferta de servicios y actividades	• Promoción • Propaganda • Relaciones Públicas • Indicadores de crecimiento turístico como número de camas y número de habitaciones
DESARROLLISTA	• El turismo es una actividad económica y una manifestación del ocio y del tiempo libre • El turismo puede contribuir al desarrollo nacional y	• Hacer que el turismo se convierta en un instrumento de desarrollo • Satisfacer las necesidades de ocio y	• Definición de marcos conceptuales claros • Modelos integrales de planificación orientados al destino • Indicadores de desarrollo

ECONÓMICA	• El turismo es una actividad exportadora • El planificador es un experto • El desarrollo se mide en términos económicos	• Maximizar los ingresos y multiplicar el empleo • Influenciar la elección del consumidor • Definir productos turísticos a ofertarse • Asignar valores económicos para la conservación • Captación de turismo internacional con alta capacidad de gasto	• Análisis de oferta-demanda • Análisis costo-beneficio • Incentivos para la inversión • Segmentación de mercado • Indicadores de crecimiento económicos como PIB, Balanza de Pagos, empleo directo e indirecto
FISICA / ESPACIAL	• El turismo es una actividad que consume espacio y recursos • El turismo es un fenómeno espacial que implica el acondicionamiento de los destinos • El desarrollo se mide en términos ambientales	• Dar un uso adecuado al espacio y a los recursos naturales y culturales disponibles • Manejar y gestionar las visitas y los flujos de turistas • Evitar la concentración y dispersión de visitantes • Definir actividades turísticas de acuerdo a las condiciones del territorio.	• Estudios de impacto ambiental • Cálculo de la capacidad de carga • Sistemas de información geográfica • Ordenamiento territorial • Indicadores ambientales
COMUNITARIA	• El desarrollo del turismo debe controlarse localmente • El planificador es un facilitador • Empoderamiento y gestión local de la actividad • El desarrollo se mide en términos socioculturales	• Gestionar la actividad localmente • Entender las actitudes y expectativas locales hacia el turismo • Minimizar impactos sociales negativos del turismo	• Desarrollo comunitario • Educación y concienciación local acerca de la actividad • Estudios de impacto social y cambio cultural
SOSTENIBLE	• El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos • La planificación del turismo debe integrarse a otros procesos de planificación • Protección del patrimonio cultural y natural de los destinos • Equitatividad dentro y entre las generaciones • Planificación con enfoque holístico y entendida como un proceso en desarrollo.	• Comprender el funcionamiento del sistema turístico • Coordinación entre el sector público y privado • Establecimiento de objetivos claros de desarrollo • Planificar la actividad para satisfacer las necesidades locales y las necesidades de la demanda y el mercado	• Modelos sistémicos de planificación • Integración de análisis económicos, sociales y ambientales • Concienciación de la comunidad receptora y del turista • Definición de políticas de desarrollo
ESTRATÉGICA	• El turismo funciona bajo influencia constante de condiciones externas • Enfoque prospectivo, dinámico y creativo de planificación • Definición de la política turística como un	• Conciliar la oferta de los destinos con las necesidades de la demanda • Comprender el entorno en el que el turismo se desenvuelve • Establecer estrategias y	• Estudios de oferta-demanda • Análisis de la competencia y del mercado • Potenciación de la competitividad de los destinos

	• La planificación es capaz de adaptarse ante contextos cambiantes e inciertos	• Adaptar los medios existentes a los objetivos trazados • Solucionar las debilidades del destino • Definir posibles escenarios futuros	• Análisis FODA

ADAPTADO DE: HALL & PAGE (2002) Y OSORIO (2006).

1.2. NIVELES Y PRODUCTOS DE LA PLANIFICACIÓN

Según la OMT (1999: 24), dependiendo de si la planificación se aplica a nivel macro o micro, los niveles de desarrollo turístico son internacional, nacional, regional, local —o de comunidad—, de sitio y de diseño. En cada nivel es posible aplicar herramientas específicas de análisis y planificación, sin embargo, en general el proceso a seguir suele ser el mismo.

También se debe tomar en cuenta que los resultados de la planificación abarcan una variedad de productos entre los que están: políticas o directrices de acción, planes de desarrollo del turismo para un destino o lugar específico, planes de marketing, de ordenamiento turístico, de competitividad o dinamización del sector, entre otros. Corresponde también al ámbito de la planificación la definición y diseño de productos específicos como rutas, senderos, paquetes, actividades o eventos.

1.3. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

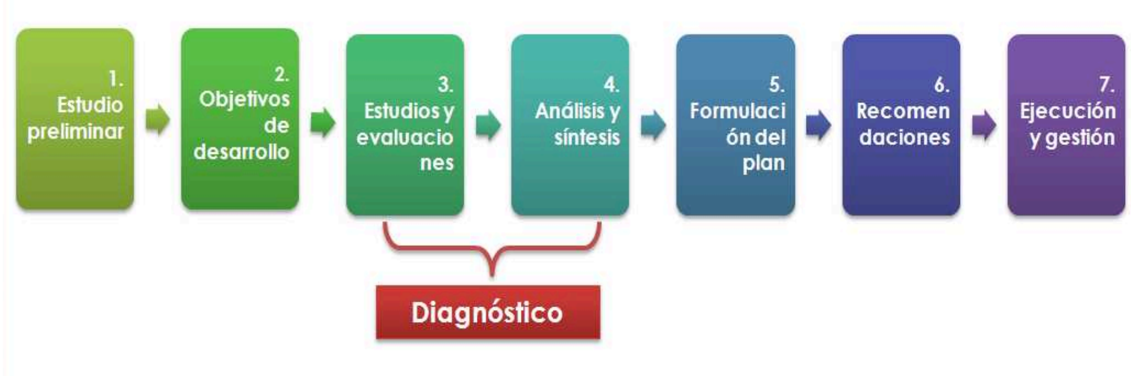
Para Getz (Citado por Hall y Page, 1997: 309), "la planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental". Por su parte, Clare Gunn (2002: 141), propone un proceso de planificación local que debe iniciarse una vez que se hayan completado ciertos antecedentes: a) Debe haberse organizado un comité público-privado que dirija o patrocine el proceso; b) Los dirigentes deben estar de acuerdo en involucrar a todos los actores sociales del destino; y c) Las estrategias deben dirigirse tanto al sector público como al sector privado y organizaciones sin fines de lucro.

El proceso propuesto por Gunn, empieza una vez superada esta etapa de acuerdos y consiste en cinco pasos: la definición participativa y pública de <u>objetivos</u> orientados a la acción y gestión turística; los <u>estudios</u> que incluyen la revisión de datos existentes sobre las condiciones turísticas del destino; la <u>síntesis</u> o desarrollo de conclusiones que abarca el análisis riguroso de la información obtenida; la <u>definición conceptual</u> que identifica las zonas turísticas y los destinos con mayor potencial de desarrollo y la definición de estrategias.

Desde un enfoque estratégico, el Instituto latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social —ILPES— considera que la planificación del turismo no debe enfocarse en la enumeración de acciones y programas, sino en la determinación de objetivos y a la identificación creativa de recursos destinados a conseguirlos, por lo tanto, se entiende a la planificación estratégica como un proceso y como un instrumento de ejecución. En su propuesta, las etapas operativas de un plan estratégico para el desarrollo del turismo al nivel local son 8, e incluyen —en ese orden— el diagnóstico, la definición de objetivos, la definición de estrategias, la elaboración del plan de inversión, evaluación de proyectos, su diseño y ejecución, operación y la evaluación ex-post (Shulte 2003: 59-74).

De la revisión de planes y metodologías se puede inferir que, de manera general, un proceso de planificación incluye las etapas de diagnóstico, análisis y propuesta. A este plan básico se le puede agregar etapas complementarias, por ejemplo la OMT propone un proceso de 7 etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de planificación y las condiciones locales *(Ver figura No. 1)*.

FIGURA NO. 1. PROCESO DE PLANIFICACIÓN DEL TURISMO



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON BASE EN OMT (1999: 50)

Las primeras 5 etapas que establece la OMT corresponden específicamente al proceso de planificación y las dos últimas se orientan a las actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo. A continuación se describe en qué consiste cada etapa, a excepción de la ETAPA 6 de RECOMENDACIONES por considerar que estas deben estar declaradas en la formulación del plan.

1.3.1. ESTUDIO PRELIMINAR O DE PREVIABILIDAD

Esta primera etapa consiste en la visita del lugar, observación de recursos, determinación de la tenencia de la tierra, identificación de potencialidades de desarrollo y productos potenciales. Se establece el enfoque de la planificación de acuerdo a la escala (nacional, regional, de destino, de sitio) y al tipo de espacio turístico (natural, rural, urbano o costero).

Si la planificación es considerada viable, entonces se formula el perfil de proyecto de planificación turística y se selecciona el equipo de trabajo.

1.3.2. Definición de objetivos de desarrollo Turístico

Se determinan los objetivos de desarrollo turístico, de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Posteriormente estos objetivos se irán afinando en función de la información recogida durante el proceso de planificación.

Con el fin de garantizar la acogida y continuidad del plan, es prudente formular los objetivos de manera participativa, en conjunto con la comunidad receptora y sus dirigentes, así como las autoridades locales y otros actores sociales del turismo.

1.3.3. Estudios y evaluaciones

Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura. Este paso en conjunto con el siguiente, constituyen el diagnóstico, estudio de situación actual o línea base y son el objeto del presente manual, por lo tanto serán ampliamente expuestos más adelante.

1.3.4. Análisis y síntesis

Se analiza —de forma integrada e interrelacionada— todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Junto con el paso anterior conforman el diagnóstico en el que se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema.

1.3.5. Formulación del plan

Se formula la política y se elabora la propuesta de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. Se precisa una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios.

Debido a que un plan de turismo puede tener diferente escala y también puede tener diferentes enfoques, la propuesta no siempre tendrá la misma estructura. Si el plan se hace por ejemplo bajo un enfoque estratégico, la estructura del plan estará dada por las estrategias, programas y proyectos.

1.3.6. EJECUCIÓN Y GESTIÓN

Se conforma organismos o comités de seguimiento público—privados con el fin de realizar una revisión periódica o programar modificaciones del plan en función de las nuevas situaciones del entorno y nuevas tendencias del turismo. Se define indicadores de éxito o de desarrollo y se realiza la medición periódica de avances.

1.4. HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN

Como se mencionó anteriormente, durante el proceso se puede aplicar herramientas específicas de planificación que pueden variar de acuerdo al enfoque, al nivel y a los productos esperados. A continuación se ha determinado qué herramientas se utilizan para cada etapa del proceso.

ETAPA	HERRAMIENTAS/ ACCIONES
1. ESTUDIO PRELIMINAR	▪ Perfil de proyecto ▪ Marco Lógico ▪ Presupuesto ▪ Cronograma de trabajo
2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE DESARROLLO TURÍSTICO	▪ Mapeo de actores sociales ▪ Talleres participativos
3. ESTUDIOS Y EVALUACIONES	▪ Caracterización del paisaje natural y urbano ▪ Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos ▪ Catastro de la planta turística o inventario de la oferta ▪ Inventario o identificación de elementos de infraestructura como agua, electricidad, vías de acceso y sistemas de transporte. ▪ Mapeo de actores sociales ▪ Revisión de planes, políticas, regulaciones que afectan a la actividad turística. ▪ Talleres, encuestas o sondeos de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora ▪ Determinación del volumen de demanda turística
4. ANÁLISIS Y SÍNTESIS	▪ Análisis FODA ▪ Determinación de la capacidad de carga turística ▪ Perfil del visitante y análisis del mercado ▪ Análisis de impacto ambiental ▪ Proyecciones de necesidades de alojamiento ▪ Componentes del espacio turístico ▪ Análisis de uso de suelo, ordenamiento territorial y zonificación ▪ Identificación de áreas gravitacionales y focos urbanos ▪ Definición de macroproductos y productos turísticos ▪ Definición y caracterización de actividades turísticas potenciales.

5. Formulación del plan	▪ Redacción de las políticas, visión y misión ▪ Identificación de estrategias con sus objetivos. ▪ Determinación de programas ▪ Desglose de proyectos ▪ Presupuesto estimado por proyecto ▪ Definición de fases de ejecución
6. Ejecución y gestión	▪ Definición de variables e indicadores de desarrollo ▪ Definición de sistemas de monitoreo turístico ▪ Monitoreo ambiental ▪ Comités locales o estructura público privada de seguimiento

Fuente: Adaptado por Carla Ricaurte a partir de OMT (1999). Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para administraciones locales: Madrid: OMT.

1.5. El diagnóstico turístico

Una vez revisado el proceso general de planificación turística y las herramientas aplicables a cada etapa, es importante empezar por definir en qué consiste exactamente el diagnóstico. De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico-territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística —oferta y demanda— del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la OMT —que sirve de base para el presente manual— el diagnóstico corresponde a las etapas 3 y 4: Estudios y evaluaciones + Análisis y Síntesis. Como se mencionó anteriormente, al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

Dependiendo del tipo de plan o de propuesta que se va a realizar —por eso la definición de objetivos de desarrollo debe hacerse previamente— se establece qué aspectos del turismo o del entorno van a ser priorizados en los estudios y análisis. Por ejemplo, si la planificación tiene orientación físico-territorial, el diagnóstico se enfocaría en la caracterización geográfica, la identificación de los usos de suelo, la determinación del potencial turístico del territorio y la definición de unidades regionales de análisis (Schulte 2003: 59). Por otra parte, si el enfoque de planificación es económico, se estudiaría a la demanda con su capacidad de gasto, empleos directos e indirectos generados por la actividad, la capacidad del destino para atraer inversión, entre otros.

Para Burgwal y Cuéllar (1999: 73) esta etapa del plan contiene básicamente actividades relacionadas con la recogida y tratamiento de la información. Según los autores, un buen levantamiento de información de datos contribuye a realizar una adecuada interpretación y permite la búsqueda de alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen.

En consecuencia, el éxito del diagnóstico —y por lo tanto, del plan— depende de que los datos y la información recogida sean coherentes con el enfoque, el nivel de planificación (escala territorial) y con los objetivos propuestos. Sin embargo, los elementos del turismo que se deben examinar son finitos e identificables. El presente manual parte justamente de la idea de que es posible diseñar una metodología de diagnóstico básico del turismo aplicable a diferentes enfoques y niveles. Se propone además que este diseño metodológico puede desprenderse del concepto de sistema turístico.

1.6. EL SISTEMA TURÍSTICO COMO BASE METODOLÓGICA

A continuación tenemos una revisión de las diferentes propuestas conceptuales de sistema turístico. Todas parten de la idea general de que un sistema es una totalidad organizada compuesta por diferentes elementos cuya función se interrelaciona para alcanzar un fin común. La diferencia entre un sistema y otro radica en los elementos que lo conforman.

1.6.1. EL SISTEMA TURÍSTICO, ENFOQUES

El estudio del turismo desde una perspectiva sistémica no es nuevo. En 1976, Neil Lieper propone su sistema turístico de cinco elementos. De acuerdo con Acerenza (1986: 153), de estos cinco elementos uno es dinámico y se refiere al turista, tres son geográficos: el espacio emisor, la ruta o espacio de tránsito y el espacio receptor y un elemento es económico: la industria productora de servicios turísticos. El sistema de Neil Lieper responde al paradigma de comprensión y planificación turística en el que la región de destino es importante en la medida en que satisface las necesidades y expectativas de recreación del turista.

Posteriormente, y desde una perspectiva similar, es decir, con orientación hacia el turista, Mill y Morrison (1985; 1988) proponen un modelo de sistema que incluye como elementos al mercadeo, la demanda, el viaje y el destino. Para los autores, el sistema turístico es una manera de superar la visión del turismo como una "industria", donde una acción consciente sobre los subsistemas "mercadeo" y "destino" pueden aumentar las posibilidades de que la demanda tome una decisión acerca de su viaje.

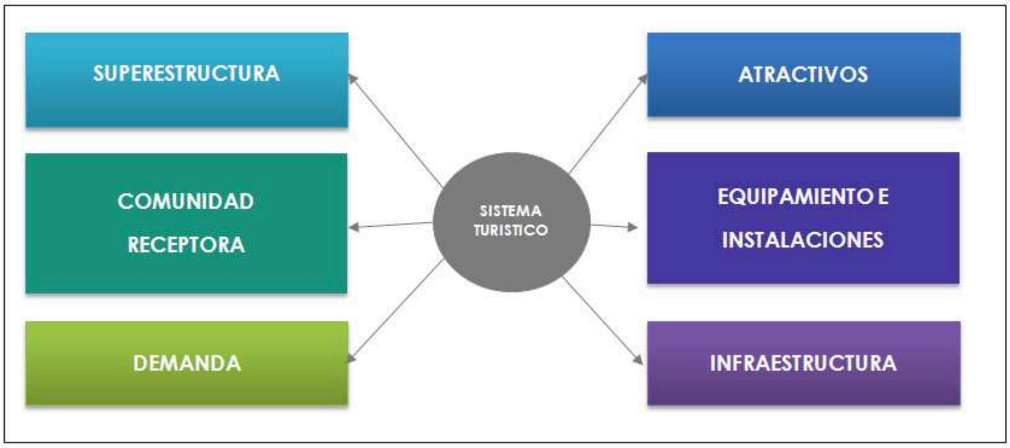
Roberto Boullón ha trabajado desde 1978 en la definición de un modelo con enfoque de planificación físico-territorial, donde el sistema turístico "se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector" (Boullón, 2006: 32). El modelo describe la función de cada una de las partes, así como las interrelaciones entre ellas que convergen al funcionamiento del sistema total.

También la Organización Mundial de Turismo (1988: 45) reconoce que la naturaleza de la actividad turística es el resultado de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar desde una óptica sistémica y propone un modelo de mercado con cuatro elementos: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores. El funcionamiento se explica partiendo del espacio geográfico que es el lugar de encuentro de la demanda y la oferta, encuentro facilitado por los operadores considerados como promotores del turismo. En el espacio geográfico se sitúa además la población residente, que en realidad no es considerada un elemento turístico.

Con una fundamentación teórica más estructurada, Sergio Molina (2000: 36) concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos. El sistema turístico de Sergio Molina *(Ver figura No. 2)* tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

FIGURA NO. 2: EL SISTEMA TURÍSTICO

SUPRASISTEMA SOCIO-CULTURAL (ENTORNO)



FUENTE: MOLINA, SERGIO: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO, MÉXICO, LIMUSA, 2000.

Es precisamente el sistema turístico de Sergio Molina, el que se ha tomado como base para diseñar la metodología de diagnóstico turístico local. Se ha considerado como el más apropiado porque es el único que toma en cuenta a la comunidad receptora y a las organizaciones de apoyo al turismo como una parte fundamental del desarrollo de la actividad en el destino.

Por otra parte, la propuesta de Sergio Molina se asienta en la Teoría General de Sistemas[1] y desde ese punto de vista considera al sistema turístico como un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental, político y económico lo que nos proporciona una base teórica para la práctica de un turismo sostenible, responsable con la comunidad receptora y dinámico económica y políticamente.

1.6.2. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO

De acuerdo con la propuesta de Molina (2000: 36) el sistema turístico de un destino tiene las siguientes características:

a. ES UN SISTEMA ABIERTO, de manera que intercambia energía, materia e información con su entorno, lo cual permite su supervivencia. En el sistema turístico de un municipio o una comunidad, por ejemplo, el entorno está dado por las condiciones (o suprasistemas) sociales, políticos, económicos y ambientales que afectan al turismo —algunas

[1] El desarrollo de la Teoría General de Sistemas es atribuida al biólogo austríaco Ludwig Von Bertalanffy quién la desarrolló a mediados del siglo XX. Esta teoría, que puede considerarse como una metateoría filosófica, propone la comprensión de la realidad como un todo compuesto por interrelaciones entre los elementos que la componen. Implica la transdisciplinariedad y la multidisciplinariedad de las ciencias y ha sido ampliamente aplicada en diferentes campos del conocimiento.

veces fuertemente, por ejemplo en el caso de crisis económicas o desastres naturales— pero que no forman parte directa de la actividad. Estas condiciones pueden estar dentro de la localidad o fuera de ella, es decir, que pueden ser regionales, nacionales o internacionales.

b. TIENE LÍMITES, a pesar de ser un sistema abierto, es posible definir dónde se acaba el sistema y empieza el entorno. Esta delimitación puede ser de tipo territorial y conceptual. La primera delimitación está dada por los límites políticos del territorio o destino que se va a planificar, mientras que los límites conceptuales se refieren a qué elementos vamos a dejar dentro o fuera del sistema turístico y por ende, nos marcan qué tipos de estudios vamos a realizar.

c. ESTÁ COMPUESTO POR SEIS ELEMENTOS O SUSBISTEMAS que lo caracterizan. Cada uno de los elementos tiene una función específica y son gobernanza, comunidad receptora, demanda, infraestructura, oferta de servicios y atractivos naturales y culturales. Estos elementos serán descritos más adelante y cada uno de ellos está compuesto a su vez por elementos más pequeños que también deben examinarse.

d. TIENE UN OBJETIVO O UN PROPÓSITO. El objetivo común de todo sistema turístico es atraer y mantener a la demanda, pero a veces este objetivo puede afinarse durante la planificación turística en función de los intereses locales: mejora de la calidad de vida, conservación ambiental, crecimiento de la oferta, incremento del gasto turístico, entre otros.

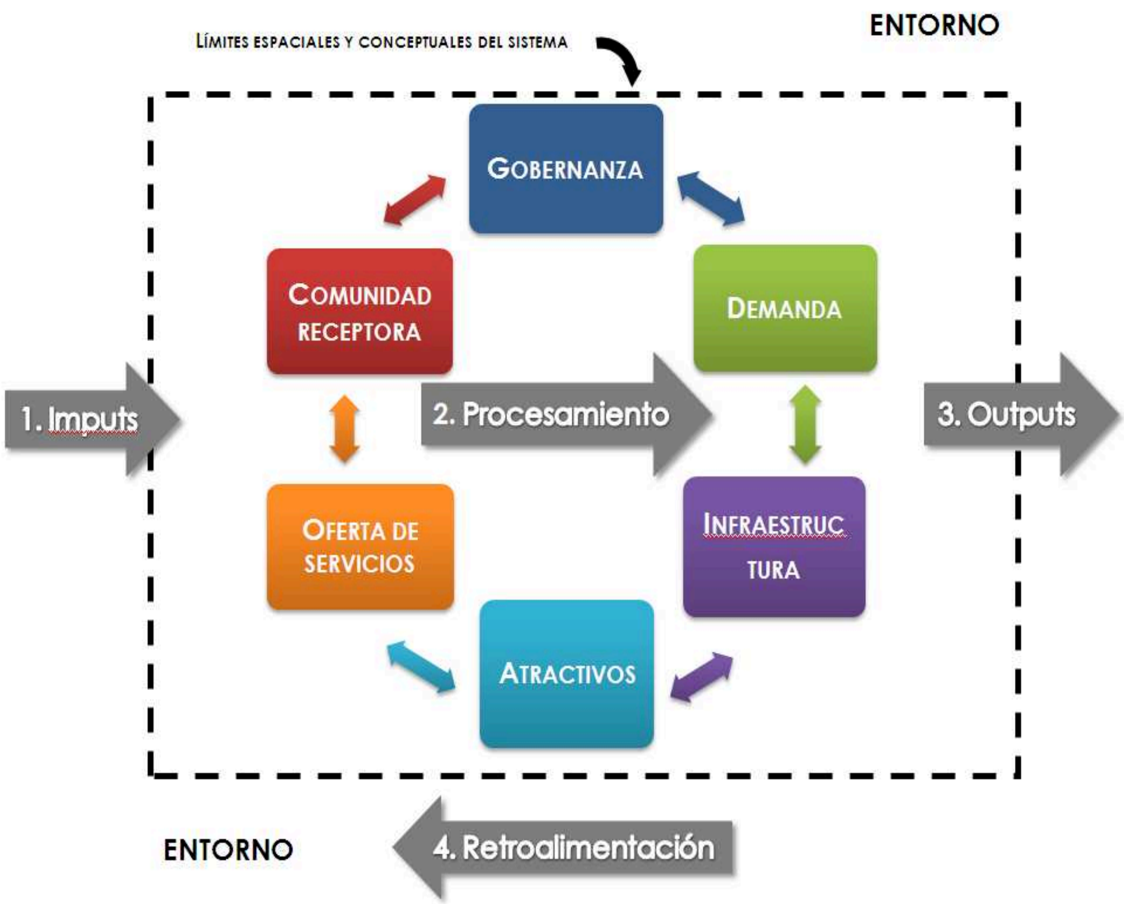
e. TIENE UN FUNCIONAMIENTO, es decir, el sistema total "funciona" para cumplir con su propósito. El funcionamiento está dado por la interrelación de las funciones que cumple cada uno de los elementos que lo conforman y consta de cuatro pasos: 1. Ingreso de insumos (materia, energía o información provenientes del entorno), 2. Procesamiento de insumos al interior del sistema; 3. Egreso del producto turístico terminado y listo para su consumo por parte de la demanda y 4. Retroalimentación *(Ver figura No. 3)*.

   Cuando el funcionamiento y el objetivo están acordes con los intereses locales y con los intereses de la demanda, tenemos un estado de equilibrio, pero cuando sucede lo contrario, es necesario reorientar el funcionamiento del sistema, es decir, hacer planificación o aplicar nuevas estrategias.

1.6.3. ESTRUCTURA DEL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad *(Ver figura No. 3)*.

Figura No. 3: Estructura y funcionamiento del Sistema Turístico de un Destino



Fuente: Elaboración propia con base en la propuesta de Sergio Molina, 2000.

En el presente manual la nomenclatura y componentes al interior de cada subsistema han sido adaptados de los originales de Sergio Molina para actualizarlos con las nuevas tendencias de desarrollo de la actividad y con base en los parámetros de la Organización Mundial de Turismo, la Ley de Turismo del Ecuador y el PLANDETUR 2020. Por lo tanto, la función de cada subsistema es la siguiente:

a. Gobernanza. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

b. DEMANDA. Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

c. COMUNIDAD RECEPTORA. De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

d. ATRACTIVOS. Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

e. OFERTA DE SERVICIOS. Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

f. INFRAESTRUCTURA. Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

Como se mencionó anteriormente, cada subsistema está a su vez compuesto por elementos más pequeños (subtipos o variables) que son identificados durante el diagnóstico.

EL PRESENTE MANUAL PROPONE QUE EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO CONSISTE EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS TÉCNICO DE LOS 6 ELEMENTOS QUE PERMITEN EL FUNCIONAMIENTO TURÍSTICO DE UN DESTINO (ATRACTIVOS, OFERTA DE SERVICIOS, DEMANDA, INFRAESTRUCTURA, GOBERNANZA Y COMUNIDAD RECEPTORA), ASÍ COMO DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO QUE PUEDEN INFLUIR EN SU DINÁMICA.

ESTE PROCESO TIENE COMO PROPÓSITO DEFINIR CUÁLES SON LOS FACTORES QUE ESTÁN AFECTANDO POSITIVA O NEGATIVAMENTE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO, IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES Y LIMITACIONES DEL DESARROLLO, ASÍ COMO FACILITAR LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y LA TOMA DE DECISIONES.

CON ESTE FIN, EL DIAGNÓSTICO PUEDE COMPLETARSE EN TRES ETAPAS, LA PRIMERA CONSISTE EN LA PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO, LA SEGUNDA SE REFIERE A LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE CAMPO Y LA TERCERA CONSISTE EN EL ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS.

LA SEGUNDA PARTE DEL MANUAL DESCRIBE LAS ACTIVIDADES A SEGUIR EN CADA UNA DE LAS ETAPAS, ASÍ COMO LOS INSTRUMENTOS DISEÑADOS PARA RECOGER LA INFORMACIÓN DE CAMPO (FICHAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN).

PARTE 2. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

2.1 FASE DE DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos
- Delimitación del área de estudio
- La revisión de la literatura
- Planificación del trabajo de campo

2.1.1 DEFINICIÓN DEL TIPO DE PLANIFICACIÓN

La primera actividad consiste en definir si estamos haciendo planificación en espacios naturales, costeros, rurales o urbanos. Luego, de acuerdo a las potencialidades identificadas, intereses de la demanda o del organismo planificador, definir si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario, sostenible u otro.

Tener claro el tipo de espacio y el enfoque nos permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.

2.1.2 DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

Esta actividad implica la delimitación del sistema turístico que se va a evaluar. En efecto, si estamos haciendo el diagnóstico turístico de una localidad (comunidad, comuna, ciudad, cantón u otro), puede suceder que los límites territoriales sean más amplios que lo que se pretende (o se debería) planificar turísticamente.

En todo caso, es importante la identificación de los límites político-territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.

2.1.3 REVISIÓN DE DOCUMENTOS

La revisión de documentos consiste en buscar información del lugar de estudio que haya sido levantada previamente. Este paso previo a la recolección de información de campo, se hace con el propósito de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, así como contextualizar la información que se recogerá posteriormente.

La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e Internet. El tipo de información que vamos a buscar depende del tipo de planificación que se está haciendo.

En general, los datos que se pueden recoger tienen que ver con datos contextuales como:

- Planes de desarrollo previos para la localidad
- Actores sociales locales
- División político - territorial
- Demografía
- Principales actividades económicas
- Características geográficas
- Flora
- Fauna
- Identificación de las principales atracciones
- Comités o asociaciones de turismo existentes

2.1.4 Planificación del Trabajo de campo

Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir:

a. Metodología. Si las fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas, talleres participativos.
b. Recursos humanos. Cuántas personas va a recoger la información en el destino.
c. Tiempo. Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de información. Si se tiene que elaborar el diagnóstico turístico de varias comunidades es importante elaborar un cronograma detallado.
d. Recursos económicos. En términos de viáticos, traslados, peajes, entradas.
e. Materiales. Dependiendo del método de recolección de información pueden ser fotocopias, computadora, grabadora, cámara fotográfica, GPS, proyector.

2.2 Fase de recolección de la información de campo

Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos

La primera recoge las ideas de varios documentos de caracterización de comunidades y los adapta a la realidad turística, con especial énfasis en la metodología de caracterización de comunidades del Sistema de Información Local del INEC (2003); la segunda ficha fue diseñada con base en las recomendaciones de la OMT (1999) para la elaboración de estadística turística y perfil del visitante, y la tercera ficha parte de la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo del Ecuador (2004) y la amplía para caracterizar además actividades e instalaciones turísticas.

2.2.1 Ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades

Esta ficha *(Ver anexo 1)* nos servirá para obtener información técnica acerca del potencial sitio turístico y consta de cinco partes, una para datos generales y las otras para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

Se aplica una ficha para caracterizar a la comunidad. Para este fin, es preciso que por lo menos un facilitador permanezca en la comunidad por el tiempo necesario, que puede ser variable dependiendo del nivel de profundidad, la metodología seleccionada y las necesidades de información del estudio.

En campo, la ficha ha sido aplicada en un día (caracterización de comunidades como Sacachún, La Entrada y Dos Mangas en la Provincia de Santa Elena), o también ha sido aplicada por facilitadores que han permanecido durante 7 días en el lugar de estudio (caracterización turística de El Morro, Puerto El Morro y Gómez Rendón en la Provincia del Guayas).

Aquí cabe recalcar que la experiencia en campo nos dice que el tiempo de estadía del facilitador es mayor cuando no se ha realizado una adecuada revisión de documentos. Esto puede significar demoras en la recolección de información, así como gastos económicos adicionales.

A continuación se describen los contenidos de cada una de las partes de la ficha:

- Datos Generales

  La sección de datos generales sirve para establecer el lugar exacto donde se está realizando el diagnóstico o proyecto turístico.

- OFERTA DE SERVICIOS

  Identifica en número y tipo, los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino.

  Dentro de los servicios se identifica alojamiento (hoteles, hostales, hosterías, pensiones, hospederías comunitarias); alimentación (restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, bares); esparcimiento (discotecas, cines, teatros, instalaciones deportivas) y otros servicios de apoyo al turismo (agencias de viaje, operadoras, oficinas de información turística, bancos).

- INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

  La infraestructura está constituida por los servicios básicos con los que cuenta el destino los cuales son indispensables para la producción de los servicios turísticos.

  En la ficha se identifica las distancias a otros centros turísticos, accesibilidad y vías de acceso al destino, medios y terminales de transporte. Se caracteriza además los medios de comunicación existentes, la disponibilidad de agua potable, centros de salud o atención médica inmediata, sistema de energía eléctrica, gasolineras y estaciones de servicio.

- GOBERNANZA

  Se identifica los diferentes órganos reguladores que han apoyado en el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes ejecutados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística.

- COMUNIDAD RECEPTORA

  Se registra las actividades económicas más rentables que se desarrollan en el destino, así como el tipo y porcentaje de empleo turístico.

  Se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas sociales existentes en la comunidad.

2.2.2 FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

La caracterización de la demanda en un destino idealmente debería ser un proceso estadístico que se aplique con una metodología y frecuencia definidas. Sin embargo, en nuestro país son pocos los municipios y localidades que pueden asumir los costos de una medición periódica.

Para hacer el diagnóstico turístico, se aplica una sola ficha de demanda *(Ver anexo 2)* en la comunidad, de forma simultánea a la ficha de diagnóstico de comunidades. El motivo por el cual se recoge esta información por separado es que si el destino hace estadística turística, ya no sería necesario aplicarla.

La ficha de caracterización de la demanda recoge información mayormente cualitativa por medio de observación directa o preguntas a varios informantes clave. No está diseñada específicamente para hacer estadística turística, sin embargo, podría ampliarse y adaptarse con la finalidad de recoger información cuantitativa. Los datos que se recogen son los siguientes:

- PERIODICIDAD Y FRECUENCIA DE LA VISITA TURÍSTICA

  Es decir, cuándo (todos los días o fines de semana) y cada cuánto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes o esporádicas).

- FORMA DE VIAJE

  Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.

- ORIGEN DE LA DEMANDA

  Se refiere al lugar habitual de residencia caracterizado en internacional, nacional y regional.

- MOTIVOS DE VISITA Y TIEMPO DE ESTADÍA

  Con la finalidad de identificar intereses así como diferenciar turistas de excursionistas.

- GASTO PROMEDIO

  Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos.

2.2.3 FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Según el MINTUR, el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. De manera específica, los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

En el 2004 la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos del MINTUR hizo adecuaciones al sistema de inventario de atractivos turísticos que se había venido aplicando y desarrolló una metodología de carácter nacional, así como una ficha de recolección de información de campo[2]. Esta unifica los métodos de recolección y tratamiento de la información turística para el país, con el propósito de permitir y fomentar la comparación entre las características turísticas de un territorio y otro.

En el Anexo 3 se incluye una ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos desarrollada por la autora para un proyecto ejecutado en conjunto entre la ESPOL y el MINTUR en el 2003. La ficha en consecuencia, es compatible y puede aplicarse en conjunto con la metodología del MINTUR, la cual a grandes rasgos consta de siguientes pasos:

- CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS

  Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar. Según el MINTUR, los atractivos pueden ser de dos categorías: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

  La categoría "Sitios Naturales" se subdivide en los siguientes tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

  La categoría "Manifestaciones Culturales", por su parte, se subdivide en los siguientes tipos de atractivos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

- RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

  En esta fase se investigan las características relevantes de los atractivos de manera documental y se selecciona tentativamente los a los que se les hará una visita. La información documental puede obtenerse en las oficinas relacionadas con el manejo de los atractivos, gobiernos locales, internet, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

  Antes de hacer la visita de campo, se puede también promover un proceso participativo de identificación de atractivos turísticos, donde la comunidad de manera general identifique los recursos que pueden tener potencial turístico.

- TRABAJO DE CAMPO

[2] Por evidentes cuestiones de propiedad intelectual y de espacio, la metodología y la ficha para la realización de Inventarios de Atractivos Turísticos desarrollada por el MINTUR en el 2004 no se incluye en el presente documento.

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo.

El trabajo de campo debe incluir la toma de fotografías o video y la georreferenciación del atractivo.

- EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN

  Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

2.3 FASE DE ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS

En general se puede llamar análisis al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas.

En efecto, según la OMT, se analiza —de forma integrada e interrelacionada— todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema. Para conseguir estos objetivos una de las herramientas más comunes es el análisis FODA.

Sin embargo, para que el FODA se convierta en una herramienta efectiva, se propone analizar los 6 elementos internos del sistema turístico e identificar en cada uno de ellos las fortalezas y debilidades, a partir de la información técnica recogida en las tres fichas. Por ejemplo, la habilidad de los habitantes para hacer artesanías es una fortaleza de la COMUNIDAD RECEPTORA, mientras que la falta de agua potable es una debilidad de la INFRAESTRUCTURA.

Por otra parte, las oportunidades y amenazas son aspectos externos al sistema turístico local y generalmente corresponden a factores económicos, sociales, ambientales o políticos que afectan positiva o negativamente al sistema, pero que no dependen de él, como por ejemplo, un cambio de Ministro de Turismo puede fomentar o retrasar los proyectos para la comunidad.

ANÁLISIS FODA PARA DESTINOS TURÍSTICOS

ASPECTOS INTERNOS **DEL SISTEMA TURÍSTICO** - **GOBERNANZA** - **INFRAESTRUCTURA** - **OFERTA DE SERVICIOS** - **DEMANDA** - **ATRACTICOS** - **COMUNIDAD**	**ASPECTOS EXTERNOS** **DEL SISTEMA TURÍSTICO** - **ASPECTOS SOCIALES, POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES**	
FORTALEZAS PARA IMPULSARLAS	OPORTUNIDADES PARA POTENCIARLAS	ACCIONES OFENSIVAS
DEBILIDADES PARA ELIMINARLAS	**AMENAZAS** **PARA EVITARLAS**	**ACCIONES** **DEFENSIVAS**

FORTALEZAS.

Las principales ventajas (comparativas), capacidades y recursos, en los cuales el sistema turístico local se puede apoyar para llegar a concretar la visión u objetivo de desarrollo. Identificar las fortalezas de cada uno de los elementos del sistema turístico.

DEBILIDADES.

Razones, circunstancias reales o percibidas, conflictos internos por las cuales el sistema turístico no funciona bien (no se orienta hacia la visión u objetivos). Identificar las debilidades de cada uno de los elementos del sistema turístico.

OPORTUNIDADES.

Circunstancias externas favorables que el sistema turístico local puede aprovechar para avanzar hacia la visión. Identificar las oportunidades económicas, ambientales, sociales o políticas que pueden afectar positivamente al desarrollo del sistema turístico.

AMENAZAS.

Aspectos desfavorables en el entorno, que pueden perturbar el desarrollo del sistema turístico local. Identificar las amenazas económicas, ambientales, sociales o políticas que impedir o retrasar el avance hacia la visión u objetivos de desarrollo.

Adaptado por Carla Ricaurte a partir de BURGWALL y CUÉLLAR (1999). Planificación estratégica y operativa. Aplicada a gobiernos locales. Abya Yala y Servicio Holandés de Cooperación para el Desarrollo: Quito.

Otros análisis más complejos incluyen la interrelación de la información obtenida en cada uno de los elementos del sistema turístico, de acuerdo a diferentes herramientas de análisis como:

- DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA
- PERFIL DEL VISITANTE Y ANÁLISIS DEL MERCADO
- ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL
- PROYECCIONES DE NECESIDADES DE ALOJAMIENTO
- IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL ESPACIO TURÍSTICO
- ANÁLISIS DE USO DE SUELO, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y ZONIFICACIÓN
- IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS GRAVITACIONALES Y FOCOS URBANOS
- DEFINICIÓN DE MACROPRODUCTOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS
- DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS POTENCIALES

Cada una de estas herramientas cuenta con su propia metodología y su aplicación depende del tipo de proyecto o enfoque de planificación turística que se le esté dando al destino turístico.

EN RESUMEN, EL DIAGNÓSTICO DEBERÍA SER LA BASE TÉCNICA SOBRE LA QUE SE ASIENTE CUALQUIER ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO, POR LO TANTO CONSISTE EN UNA EVALUACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL TURISMO EN UN LUGAR DETERMINADO. ESTA EVALUACIÓN PUEDE REALIZARSE SI SE CONSIDERA AL TURISMO COMO UN SISTEMA COMPUESTO POR UN NÚMERO FINITO DE ELEMENTOS QUE SE RELACIONAN ENTRE SÍ PARA CUMPLIR CON UN OBJETIVO COMÚN. EN CONSECUENCIA, UNA FALLA EN ALGUNO DE LOS COMPONENTES, PUEDE AFECTAR EL FUNCIONAMIENTO DE TODO EL SISTEMA .

EL DIAGNÓSTICO CONSISTE EN INDENTIFICAR ESTAS FALLAS INTERNAS DEL SISTEMA, ASÍ COMO LOS FACTORES EXTERNOS QUE PUEDEN INICIDIR EN SU FUNCIONAMIENTO.

LA PRESENTE MEDOTODOLOGÍA HA SIDO APLICADA EN DIFERENTES ESPACIOS TURÍSTICOS PRINCIPALMENTE COMUNIDADES Y MUNICIPIOS, PERO PUEDE ADAPTARSE PARA SU USO EN ESPACIOS TERRITORIALES MAYORES O MENORES. AUNQUE LA METODOLOGÍA FUE DESARROLLADA ORIGINALMETNE PARA FACILITAR LA ELABORACIÓN DE PLANES Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURISTICO EN MUNICIPIOS, SE HA ENCONTRADO QUE ES ESPECIALMENTE ÚTIL PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS COMO SENDEROS, RUTAS, MEJORAMIENTO DE ATRACTIVOS Y PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

FINALMENTE, SE CONSIDERA QUE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA A NIVEL NACIONAL PODRÍA PROPORCIONAR UNA LÍNEA BASE PARA LA COMPARACIÓN DE TERRITORIOS TURÍSTICOS Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EN EL ECUADOR.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (2007). Proceso de Planificación Local Participativa, PLP, Planes de Desarrollo Estratégico Cantonal, PDEC: Guía Conceptual y Operativa, Módulo 1, Filosofía y Marco Conceptual, AME: Quito.
- BOULLON. Roberto (2006): Planificación del espacio turístico. México: Trillas.
- BURGWAL, Gerrit y CUÉLLAR, Juan Carlos; (1999): Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales. Pp. 73-74. Quito: Abya Yala
- GUNN, Clare (2002): Tourism planning: basics, concepts, cases. London: Routledge.
- HALL, Michael y PAGE, Stephen (2002): The geography of tourism and recreation: Environment, place and space: p. 309. London: Routledge.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2003): Sistema de Información Local, SIL. Módulo de caracterización de comunidades. UNICEF.
- MOLINA, Sergio (2000): Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas (TGS) pp. 30-41. México: Limusa.
- OMT (1998): Introducción al Turismo. Madrid: OMT.
- OMT (1999): Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. pp. 40- 4. Madrid: OMT.
- OMT (1999): Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. pp. 50- 51. Madrid: OMT.
- OMT (2001): Turismo y atenuación de la pobreza: Turismo y desarrollo. Madrid: 2001.
- OMT (2004): National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. Madrid: OMT.
- OSORIO, Maribel (2006): La planificación turística. Enfoques y modelos. Revista Quiviera, Vol. 8, número 001. Toluca: UAEM.
- PMRC, UPSE (2003): Determinación de la Capacidad de Carga de la Comuna Ayangue, Santa Elena – Guayas. Informe de Resultados. La Libertad: UPSE.
- SCHULTE Silke (2003): Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- VERA Fernando (1997): Análisis Territorial del Turismo: Ordenación, planificación y gestión del territorio turístico. Barcelona: Ariel.
- PAGE and THORN (1997): Reviewed the impact of a market. Nueva Zelanda.

ANEXOS

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA	
NOMBRE DE CANTÓN	
NOMBRE DE PARROQUA	
NOMBRE DE COMUNIDAD	

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Esta Información la puede encontrar en la página Web del INEC)

____.

Fuente ____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES		5. MOTELES	
2. HOSTERIAS		6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	
3. HOSTALES		7. CAMPING	
4. PENSIONES		8. OTRO____________________	

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

	#		#
1. RESTAURANTES		4. BARES	
2. CAFETERIAS		5. CANTINAS	
3. FUENTES DE SODA		6. KIOSKOS DE COMIDA	
		7. OTROS___________________________	

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. DISCOTECAS		3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	
2. CINES/ TEATROS		4. BINGOS	
		5. OTROS	

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1. AGENCIAS DE VIAJE		4. GUÍAS DE TURISMO	
2. OPERADORAS		5. BANCOS	
3. INFORMACIÓN AL TURISTA		6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	
		7. OTROS	

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

	1	2	3	4	5	6	7	8
	Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando
Distancia a la cabecera parroquial (Km):___________								
Distancia a la cabecera cantonal (km):___________								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1.	Pavimentada/ asfaltada		6.	Fluvial	
2.	Adoquinada		7.	Marítima	
3.	Empedrada		8.	Aérea	
4.	Lastrada		9.	Sendero	
5.	De tierra (carrosable)		10.	Otro__________________	

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) Vial

1.	Sí	
2.	No	

b) Turística

1.	Sí	
2.	No	

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1.	Bus		5.	Canoa	
2.	Camioneta		6.	Avión	
3.	Taxis		7.	Avioneta	
4.	Lancha		8.	Ninguno	
			9.	Otro______	

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1.	Bus		5.	Marítimo	
2.	Camioneta		6.	Fluvial	
3.	Camiones		7.	Lacustre	
4.	Taxis		8.	Aéreo	
			9.	Otro______	

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

Nombre de la Cooperativa	Estación/ Terminal	Tipo de transporte (marque con una x)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Inter.-Cantonal		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

______________ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _______ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen __________________cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen ____________________ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí   % de la población con agua entubada ____________________
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. RED PÚBLICA
2. PILA O LLAVE PÚBLICA
3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA
4. CARRO REPARTIDOR
5. TRICICLO
6. POZO
7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA
8. AGUA LLUVIA
9. OTRO_________________________

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí ☐ % de la población con alcantarillado ____________________
2. No ☐

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO ☐
2. LETRINA ☐
3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO ☐
4. POZO SÉPTICO ☐
5. POZO CIEGO ☐
6. OTRO____________________________ ☐

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR ☐
2. SE QUEMA ☐
3. SE ENTIERRA ☐
4. 0TRO ____________________________ ☐

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí ☐
2. No ☐

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

		Cuantos			Cuantos
1.	PARTERAS CAPACITADAS		9.	HOSPITAL PÚBLICO	
2.	PARTERAS NO CAPACITADAS		10.	DISPENSARIO PÚBLICO	
3.	PROMOTORES DE SALUD		11.	UNIDAD MÓVIL	
4.	CURANDERO TRADICIONAL		12.	CONSULTORIO PRIVADO	
5.	SHAMAN		13.	CLÍNICAS	
6.	BOTIQUIN COMUNITARIO		14.	HOSPITAL PRIVADO	
7.	SUB-CENTRO DE SALUD		15.	FARMACIA	
8.	CENTRO DE SALUD		16.	OTRO	

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud ____________________
2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud ____________________
3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). ____________________

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _________ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: ____________.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? ______________________
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: ___________ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí

PLAN	AÑO

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

	Tipo de Organización	
1.	Junta Parroquial	
2.	Comité de Barrio	
3.	Directiva Comunitaria	
4.	Comité de Desarrollo	
5.	Cooperativas	
6.	Organización de Mujeres	
7.	Comité de Padres de Familia	
8.	Organizaciones religiosas	
9.	Clubes	
10.	Asociaciones de turismo	
11	Otras	

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1.	Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería		6.	Servicios comunales, sociales y personales	
2.	Explotación de minas y canteras		7.	Transporte y comunicación	
3.	Industrias manufactureras		8.	Establecimientos financieros	
	3.1 Artesanías		9.	Comercio	
4.	Electricidad, gas y agua		10	Turismo, hoteles y restaurantes	
5.	Construcción		11	Actividades no especificadas_________	

Fuente: ____________________

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. ____________________
2. ____________________
3. ____________________

Fuente: ____________________

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos).
Para contestar esta pregunta se encuestó a _____personas.

		Porcentaje%
1.	Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito, establecimientos con documentos en regla)	
2.	Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permisos de funcionamiento)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. TRABAJO EN GRUPO	
2. MINGA	
3. ASAMBLEA COMUNITARIA	
4. OTRAS	

Comentarios:

____

____

____

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	SI	NO
1. MUNICIPIO		
2. GOBIERNO PROVINCIAL		

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

	# de personas
1. INGLÉS	
2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA	
3. COCINA	
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	
5. OTRA ______________________________	

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a______________- personas.

	% relativo
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:

Auxiliar de campo:
Fecha:

Apéndice 1

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Servicios				# Hab.	# Plazas
			Alim	a/a	Tv	Bar		
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
		TOTALES						

Apéndice 2

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
		TOTALES			

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí
2. No

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

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

Fuente de información:
____

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

1. Permanente (todo el año)
2. Estacional (sólo por temporadas)
3. Esporádica (de vez en cuando)
4. Inexistente

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1. Independiente
2. Organizado (paquetes, "tours")

Fuente de información:
____

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

1. INTERNACIONAL	
2. NACIONAL	
3. REGIONAL	

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

1. TURISTAS	
2. EXCURSIONISTAS	

Fuente de información:

____

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

	USD
1. TURISTAS	
2. EXCURSIONISTAS	

Fuente de información:

____

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. ____
2. ____
3. ____

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO	
1. ALOJAMIENTO	
2. RESTAURANTES	
3. KIOSCOS DE COMIDA	
4. BARES	
5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL	
6. OTRO________________________	
7. NINGUNO	

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso[3] turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

____

1.2 Ubicación del atractivo

____

____

____

1.3 El atractivo se encuentra:

1. Dentro de la comunidad (en el área urbana)	
2. Fuera de la comunidad (en los alrededores)	

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es ______________________.

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

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. Playa de río/laguna		7. Bahía	
2. Playa de mar		8. Caída de agua	
3. Río/laguna sin playa		9. Aguas termales	
4. Mar sin playa		10. Bosque	
5. Isla/islote		11. Observación de flora o fauna	

[3] Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. Estero [ ] 12. Otro ______________________ [ ]

2.2 Cultural

1. Museo	[ ]	7. Artesanía	[ ]
2. Arquitectura tradicional	[ ]	8. Artes (especifique)	[ ]
3. Lugar histórico	[ ]	9. Comida y/o bebida típica	[ ]
4. Ruina /sitio arqueológico	[ ]	10. Grupo étnico	[ ]
5. Manifestación religiosa	[ ]	11. Acontecimiento programado	[ ]
6. Feria y/o mercado	[ ]	12. Otro ______________________	[ ]

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. Todo el año
2. Por temporadas (especifique)
3. Evento programado (especifique fecha)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

____

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí [ ]
2. No [ ]

¿Cuál?_____________________________________

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

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

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

Fuente de información:

____

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

1. Permanente (todo el año) [ ]
2. Estacional (sólo por temporadas) [ ]
3. Esporádica (de vez en cuando) [ ]
4. Inexistente [ ]
5. Otra_________________________ [ ]

Fuente de información:

____

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

1. INTERNACIONAL
2. NACIONAL
3. REGIONAL
4. LOCAL

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

1. CONSERVADO
2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

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

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

1. PRIVADA
2. PÚBLICA
3. COMUNAL
4. OTRA____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

1. SÍ
2. NO

¿Cuáles?____

____

____

____

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

1. SI CUALES ____

____

____

____

2. NO

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

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	**NEGATIVOS**
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

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

1. TODO EL AÑO
2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: ____________________

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)
6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO__________________

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. SÍ	
2. No	

b) TURÍSTICA

1. SÍ	
2. No	

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

1. BUS		5. CANOA	
2. CAMIONETA		6. AVIÓN	
3. TAXIS		7. AVIONETA	
4. LANCHA		8. NINGUNO	
		9. OTRO______	

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

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

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente **EN** el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO	#
1. RESTAURANTES	
2. KIOSCOS DE COMIDA	
3. BARES	
4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL	
5. OTRO__________________________	

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

1. RESTAURANTES	
2. KIOSCOS DE COMIDA	

3. Bares
4. Servicio de guianza local
5. Otro_________________________
6. Ninguno

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1.	Natación		12	Compras	
2.	Pesca deportiva		13	Gastronomía	
3.	Caza		14	Conocimiento antropológico	
4.	Deportes de cancha		15	Eventos programados	
5.	Deportes de aventura/riesgo		16	Camping	
6.	Competencias deportivas		17	Picnic	
7.	Caminatas		18	Ciclismo/ bicicleta de montaña	
8.	Paseos en bote/lancha		19	Parapente	
9.	Paseos a caballo/mula		20	Buceo / snorkel	
10	Visitas guiadas		21	______________________	
11	Observación de flora y/o fauna		22	______________________	

Comentarios: ____

____

____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

1.	Piscina		6.	Puentes	
2.	Vestidores		7.	Circuitos de senderos	
3.	Canchas deportivas		8.	Refugio	
4.	Muelle		9.	Pasarelas	
5.	Mirador		10.	Otro_______________________	

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

____

____

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

1.	Piscina		6.	Puentes	
2.	Vestidores		7.	Circuitos de senderos	
3.	Canchas deportivas		8.	Refugio	

4.	MUELLE	☐	9.	PASARELAS	☐
5.	MIRADOR	☐	10.	OTRO______________________________	☐

7. CALIDAD INTRINSECA DEL RECURSO O ATRACTIVO

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractivo, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.

Auxiliar de campo:
Fecha: