



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO: “PROPUESTA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA
OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG”**

AUTORAS:

**Morán León Mercedes Eugenia
Pauta Santos Ericka Gabriela**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
ING. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTORA:

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Mercedes Eugenia Morán León, Ericka Gabriela Pauta Santos**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mercedes Eugenia Morán León

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **PROPUESTA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Mercedes Eugenia Morán León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ericka Gabriela Pauta Santos

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **PROPUESTA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Ericka Gabriela Pauta Santos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Mercedes Eugenia Morán León

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **PROPUESTA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Mercedes Eugenia Morán León



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ericka Gabriela Pauta Santos

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **PROPUESTA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Ericka Gabriela Pauta Santos

AGRADECIMIENTO

A mi Padre Celestial, Dios, ya que sin él y sus bendiciones nada me fuera posible.

A mi Mami, Lcda. Juanita León Moreno, por el amor con el que día a día realiza sus actividades enseñándome que todo sacrificio por más difícil que se vuelva, si se realiza con paciencia al final regalará los mejores frutos.

A mi tía, Sra. Lourdes León Moreno, mi segunda mamá por todo el amor y dedicación con que me ha sabido educar y guiar para mi crecimiento personal, profesional y espiritual.

A mis abuelitos, Sra. Bolivia Moreno de León y Sr. Filemón León Vera, por mantenerme en sus oraciones y por sus desvelos junto a los míos, mediante esos pequeños gestos manifiestan su amor de la manera más pura.

A cada uno de mis familiares por brindarme su apoyo incondicional.

A mis amigos más cercanos, por ofrecer esa mano amiga y solidaria sin pretender interés alguno.

A mi compañera de tesis por ser amiga y compañera, por estar disponible siempre a compartir momentos académicos, profesionales, familiares.

A mi tutora, Lcda. Mariela Pinos Guerra, por guiarme durante ésta investigación.

A todos los docentes que participaron durante mi formación universitaria en especial la Ab. Ingrid Dávila, Lcda. Martha Alcocer y Lcda. Mirtha Mora por convertirse en un ejemplo a seguir, compartiendo su carisma y sus conocimientos.

Paz, Amor y Fraternidad!!!

MERCEDES EUGENIA MORÁN LEÓN

DEDICATORIA

De manera especial al buen Dios, ya que esta meta la eh conseguido tan sólo gracias a las oportunidades y dones que él me ha concedido;

A mis dos mamás (Juanita y Lourdes), como reconocimiento a lo mucho que ambas me han regalado;

A los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la UCSG para que se sientan motivados en participar en proyectos que beneficien a la comunidad;

A las comunidades receptoras, porque para ellas y su desarrollo fue pensado este proyecto;

**“A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el mar...
pero el mar sería menos si le faltará esa gota”
Madre Teresa de Calcuta.**

MERCEDES EUGENIA MORÁN LEÓN

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Diosito por permitirme realizar todos mis objetivos con éxito y estar siempre conmigo.

A mis padres Mgs. Holger Pauta Guevara y Sra. Geomar Santos Gómez, por su ejemplo, todo su apoyo y haberme enseñado todos los valores y principios para ser cada día mejor.

A mi tutora Lcda. Mariela Pinos Guerra, por su paciencia, apoyo y por guiarme de la mejor manera en este proyecto, por ser una gran maestra a lo largo de la carrera, por su gran corazón, mis mejores deseos para ella.

A la Directora de la carrera Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs. y al Ing. Eduardo Guzmán por su apoyo en las diferentes circunstancias presentadas.

A mis profesores, Ec. Luis Albán Alaña, y Ab. Ingrid Dávila, por sus conocimientos innovadores y su apoyo en todo momento.

Sra. Florcita, secretaria de la carrera, por su paciencia y ayuda en los trámites estudiantiles.

A mi compañera de tesis por acompañarme en todo momento, ser mi amiga incondicional.

A todos mis profesores y compañeros que estuvieron a lo largo de la carrera y a todas las personas que me brindaron su apoyo en todo momento.

ERICKA GABRIELA PAUTA SANTOS

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis, al gran Dios y en especial a mí abuelo Elpidio Eron Santos Nevarez quien siempre estará en mi corazón.

A mis padres, Holger y Geomar, por su gran sacrificio constante y enseñanza de vida.

A mi abuela Yolanda por su gran fuerza y cariño.

A mi madrina y su esposo, Alicia y Douglas.

A mis compañeros y amigos de vida, Pamela, Alba, Paola, Mercedes, Nicolás, Aldo, Gustavo y Michael por estar siempre conmigo en todo momento.

A las comunidades receptoras, porque para ellas y su desarrollo fue pensado este proyecto;

Los amo infinitamente.

“ Quien tiene fe en sí mismo, no necesita que los demás crean en el ”

ERICKA GABRIELA PAUTA SANTOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
MORÁN LEÓN MERCEDES EUGENIA	
PAUTA SANTOS ERICKA GABRIELA	

**LCDA. MARIELA PINOS GUERRA, MGS
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	3
Planteamiento del problema	4
Formulación del Problema	5
Justificación:	5
Objetivo general:	6
Objetivos Específicos:	6
MARCOS	7
CAPÍTULO I	7
1.1 Marco Teórico	7
1.1.1 Metodología aplicada al turismo	7
1.2 Marco legal	9
1.2.1 Sobre la Constitución vigente de la República del Ecuador (2008)	9
1.2.2 En el título I - Los elementos constitutivos del Estado:	9
1.2.3 Título II – Derechos - Capítulo segundo - Derechos del buen vivir - Sección segunda: Ambiente sano	10
1.2.4 Sección cuarta: Cultura y ciencia	10
1.2.5 Sección sexta: Hábitat y vivienda	10
1.2.6 Capítulo cuarto - Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades	10
1.2.7 Capítulo sexto Derechos de libertad	11
1.2.8 Capítulo noveno - Responsabilidades	12
1.2.9 Sección segunda -Organización colectiva	12
1.2.10 Título VI Régimen de Desarrollo - Capítulo primero - Principios generales	12
Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:	12
1.2.11 Según la Ley Orgánica de Participación Ciudadana vigente (2010)	13
1.2.12 Título IV - De las organizaciones sociales, el voluntariado y la formación ciudadana - capítulo segundo	13
1.2.13 De acuerdo al PLANDETUR 2020, vigente desde septiembre del 2007	13
1.2.14 Según el Plan Nacional del Buen Vivir	14

1.2.15	Conforme la Ley Orgánica de Educación Superior, vigente desde 12 de Octubre del 2010 -----	16
1.3	Marco conceptual -----	16
1.4	Marco de referencial-----	18
1.4.1	Fundación THEMIS -----	18
1.4.2	Fundación PRODECI. -----	20
1.4.3	Universidad del Desarrollo -----	21
	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN -----	22
	CAPÍTULO II -----	22
2.1	Metodología de investigación-----	22
2.2	Métodos -----	22
2.3	Enfoques -----	22
2.4	Lineamientos turísticos del proyecto-----	23
2.4.1	Desarrollo de destinos turísticos -----	23
2.4.2	Emprendimiento-----	27
2.4.3	Cursos y Capacitaciones -----	29
	ESTRATEGIAS DE LA INVESTIGACIÓN-----	30
	CAPÍTULO III -----	30
3.1	Tipo de estudio-----	30
3.2	Técnicas de recolección de datos: -----	30
3.2.1	Encuesta -----	31
3.2.2	Entrevistas-----	47
3.2.3	<i>Análisis e interpretación de los resultados:</i> -----	52
	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL EMPRENDIMIENTO -----	54
	CAPÍTULO IV -----	54
4.1	Estudio Organizacional -----	54
4.1.1	Razón social o nombre del proyecto:-----	54
4.1.2	Objeto Social:-----	54
4.1.3	Logo:-----	54
4.1.4	Misión:-----	55
4.1.5	Visión: -----	55
4.1.6	Valores:-----	55
4.1.7	Principios:-----	56
4.1.8	Organigrama: -----	56

4.1.9	Estructura organizacional - DESCRIPCIÓN DEL PUESTO -----	57
4.2	Mercado objetivo -----	59
4.3	Estudio técnico -----	59
4.3.1	Localización del proyecto-----	59
4.3.2	Macro localización-----	60
4.3.3	Micro localización -----	60
4.3.4	Distribución física del espacio -----	60
4.3.5	Horario de funcionamiento -----	61
4.3.6	Infraestructura necesaria:-----	61
4.3.7	Control de calidad: -----	61
4.3.8	Procesos para alcanzar la calidad: -----	62
4.3.9	Normalización: -----	63
4.4	Plan de Marketing -----	65
4.4.1	Segmentación del mercado:-----	65
4.4.2	Estrategias de Posicionamiento: -----	67
4.4.3	Estrategias de Marketing: -----	67
4.5	Financiamiento para la Inversión Inicial de la Oficina de Voluntariado Turístico: -----	68
4.6	Análisis de la inversión inicial del proyecto: -----	69
4.7	Impactos del proyecto: -----	69
4.7.1	Impacto ambiental-----	69
4.7.2	Impacto social -----	69
4.7.3	Impacto turístico-----	70
4.7.4	Impacto cultural -----	70
Conclusiones	-----	71
Recomendaciones	-----	72
5	Listado de Referencias-----	
6	Anexos -----	
6.1	Ficha de atractivo -----	
6.2	Entrevista realizada en las comunidades -----	
6.3	Encuesta realizada a los estudiantes de turismo de la UCSG -----	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Edad de los encuestados.-----	34
Tabla 2 - Semestre de los encuestados. -----	35
Tabla 3 - Género de los encuestados. -----	36
Tabla 4 - Conocimiento de los estudiantes sobre los voluntariados turísticos. -----	37
Tabla 5 - Área de preferencia para el desarrollo de proyectos.-----	38
Tabla 6 - Importancia de que la Universidad cuente con este proyecto. -----	39
Tabla 7 - Preferencia geográfica para realizar el proyecto. -----	40
Tabla 8 - Beneficio de participar en un voluntariado. -----	42
Tabla 9 - Frecuencia con que realizaría actividades de voluntariado.-----	43
Tabla 10 - Motivación para participar como voluntario. -----	44
Tabla 11 - Consideración de que los proyectos de voluntariado pueden desarrollar la actividad turística. -----	45
Tabla 12 - Participación de los encuestados como voluntarios turísticos.-----	46
Tabla 13 - Detalle del Financiamiento – Inversión Inicial -----	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 - Árbol del problema.....	5
Figura 2 - Distribución de la edad de los encuestado.....	35
Figura 3 - Distribución del semestre de los encuestados	36
Figura 4 - Distribución del género de los encuestados.	37
Figura 5 - Distribución del conocimiento de los estudiantes sobre los voluntariados turísticos.....	38
Figura 6 - Distribución del Área de preferencia para el desarrollo de proyectos.	39
Figura 7 - Distribución de la Importancia de que la Universidad cuente con este proyecto.....	40
Figura 8 - Distribución de la preferencia geográfica para realizar el proyecto.....	41
Figura 9 - Distribución de las opiniones sobre el beneficio de participar en un voluntariado.....	42
Figura 10 - Distribución de la frecuencia con que realizaría actividades de voluntariado.....	43
Figura 11 - Distribución de la motivación para participar como voluntario.....	44
Figura 12 - Distribución de la consideración de que los proyectos de voluntariado pueden desarrollar la actividad turística.....	45
Figura 13 - Distribución de la participación de los encuestados como voluntarios turísticos.....	46
Figura14 - Logo UCSG VOLUNTEER.....	54
Figura 15 - Organigrama de la oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG	56
Figura16 - Áreas de responsabilidad del Coordinador(a)	58
Figura17 - Distribución del espacio físico para la oficina de voluntariado turístico de la UCSG	60
Figura 18	

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo proponer una oficina de voluntariado turístico de la UCSG, para que mediante la participación activa de estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería se ayude al desarrollo del turismo en comunidades poco conocidas y con potencial turístico del Ecuador. También pequeños emprendedores quienes tendrán la oportunidad de desarrollar sus ideas de negocios.

Para la investigación, se establecieron dos lineamientos a seguir: desarrollo de destinos y emprendimiento, los cuales son los que van a aplicar de acuerdo con las comunidades y empresarios.

Se trabajó con una metodología, de enfoques cualitativos y cuantitativos, método hipotético-deductivo, con un diseño de investigación exploratoria y descriptiva, con muestras representadas por personas de las comunas entrevistadas y los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería de la UCSG.

Mediante la utilización de los métodos estadísticos, se conocieron los porcentajes de las encuestas realizadas, un 95% considera que mediante un voluntariado se puede desarrollar planes turísticos, un 88% estaría dispuesto a participar como voluntario tanto dentro y fuera de la ciudad, en las encuestas realizadas a las comunidades se manifiesta que les gustaría recibir más turistas, son conscientes de que esta actividad realmente es muy baja, muchos de ellos creen que necesitan mejorar en este aspecto y estarían dispuestos a trabajar con los voluntarios.

En las conclusiones, se evidencia que se quiere lograr un voluntariado con fines turísticos y que los estudiantes Turismo y Hotelería están capacitados para cumplir con los lineamientos de desarrollo de destinos, emprendimiento, cursos y capacitaciones.

En las recomendaciones se menciona que se debe incentivar el dialogo entre las comunidades y la Universidad, además de profundizar académicamente en los lineamientos mencionados para implementar nuevas técnicas, herramientas y propuestas.

Palabras Claves: Voluntariado turístico, desarrollo de destinos, emprendimiento, comunidades, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

The present investigation has the proposal of a voluntary touristic office at the UCSG, so that by means of active students of the Touristic and Hospitality Career can help the development of tourism in little known communities, as well as those with touristic potential in Ecuador. Furthermore, small entrepreneurs will have the opportunity to exercise their ideas to developing their own micro-company.

For the investigation, two guidelines were established: destination development and entrepreneurship, which are what is going to be applied according to the communities and businessmen.

The applicable methodology of qualitative and quantitative focuses, hypothetic-deductive focuses, with explorative and descriptive research, with samples represented by persons from the interviewed communes and students of the tourism profession at UCSG.

By utilizing statistical methods, it were learned the percentages of the survey that was carried out: 95% believe that it can develop touristic plans through volunteering; 88% would be willing to participate as a volunteer both inside and outside the city, they truly believe it is a viable project; similarly, the surveys carried out in the communities revealed that, for the people who belong to these communities, they would like to receive more tourists– they are conscientious that this activity is actually rather uncommon in the community and many of them believe that they need to improve in this aspect and they would be willing to work with volunteers.

Among the explained conclusions, it is specified that want to achieve a volunteer only for tourism and the Tourism and Hospitality students are trained to comply with the guidelines of destination development, entrepreneurship, and training courses.

As recommendations, it is mentioned that it need to be encourage a dialogue between the communities and the university, also it academically should deep into the guidelines referred to implement new techniques, tools and proposals.

Key Words: voluntary touristic, destination development, entrepreneurship, communities, university students.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un pequeño país ubicado en América del Sur, la actividad turística ha ido mejorando durante los últimos años, ciudades como Guayaquil uno de sus puertos principales, recibe muchos turistas, es una ciudad de negocios que cada vez crece más; las Islas Galápagos, conocidas internacionalmente como las Islas Encantadas, generan muchas visitas de turistas nacionales como internacionales, tanto así hasta el punto que Ecuador es conocido mayormente sólo por estas islas; Quito su capital es una ciudad turística que posee gran patrimonio cultural, ostenta el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad otorgado por la UNESCO, al igual que Quito la Ciudad de Cuenca también custodia el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad; ambas ciudades traen a la mente de quien las recorre todo aquello que describe perfectamente Ecuador y sus inicios. En la Amazonía, el Parque Nacional Yasuní es una reserva natural que posee gran parte de la biodiversidad nacional y qué decir del perfil costanero del país que posee playas como Salinas, Montañita, Los Frailes, entre otras, todas son muy visitadas por turistas de todas partes, esto quiere decir que son muy conocidas y que están siendo promocionadas.

De esta manera se interpreta que Ecuador es un país enriquecido, especialmente por sus recursos naturales y culturales, los lugares antes mencionados son turísticamente conocidos debido a los planes de desarrollo y buena promoción de las mismas, sin embargo existen pequeñas comunidades muy ricas en paisajes, recursos naturales de flora y fauna, las cuales tienen gran potencial, que son muy pocas conocidas y que deberían ser explotadas turísticamente.

Lo anteriormente expresado es el motivo que inspira a la **PROPUESTA DE UNA OFICINA DE VOLUNTARIADO TURÍSTICO DE LA UCSG** con el fin de que exista un equipo de voluntarios con fines netamente turísticos. Mediante esta modalidad se quiere ayudar al desarrollo de comunidades poco conocidas, que tienen potencial turístico o que realmente crecerían en este aspecto por algún recurso especial de éstas; a los pequeños emprendedores dueños de negocios turísticos para que progresen, con la participación de voluntarios con conocimientos en el área turística, tanto profesionales, docentes y estudiantes de turismo.

Este proyecto genera grandes beneficios tanto para quienes reciben la ayuda como para quienes la entregan, a los profesionales y estudiantes, porque genera una gran experiencia enriquecedora en conocimientos, un plus para sus currículos, un crecimiento profesional, y a los estudiantes que aún no hayan completado sus horas de prácticas pre profesionales también los beneficiaría, a la universidad ya que al no haber algún tipo de institución que realice este tipo de proyectos se convertirá en una de las pioneras en realizar este tipo de voluntariado, además recibiría reconocimientos por sus proyectos realizados con éxitos y la carrera mejoraría aún más en su estándar de calidad educativa y académica. Las comunidades y personas serán unas de las primeras beneficiadas, ya que son a las que se les desarrollarán los proyectos de crecimiento turístico para su mejora y calidad de vida.

Antecedentes

América Latina se distingue por el comportamiento de su gente, todos son muy amables y cooperativos entre sí, se conocen o no, siempre están dispuestos a brindar una mano al necesitado, muchos de ellos pueden dejarlo todo por acudir al encuentro de quien pasa hambre, dolor, angustia y apoyar en lo que le sea posible.

En Ecuador, aún se conserva esa característica especial, la cual se manifiesta desde época de los antepasados cuando era un pueblo nómada, ya se observaba el comportamiento amistoso y generoso de la comunidad, todos se ayudaban entre todos, e implementaron el trueque para de una u otra forma proporcionar aquello que le falta al hermano y así mejorar el estilo de vida de toda la comunidad.

Otra manifestación de voluntariado en tiempos pasados, se nota en la unión que tenían los pueblos, las comunidades se juntaban para realizar tareas como por ejemplo las tan recordadas mingas, que hasta el día de hoy se siguen realizando. En esta actividad todos los integrantes de la comunidad trabajan en equipo, realizan limpiezas del terreno en el que habitan, pintan escuelas, colegios, colaboran para el mejoramiento de hospitales, iglesias, todo esto se podía dar en campos, bosques, ciudadelas, etc.

El voluntariado mediante las mingas se convierte en voluntariado comunitario, al participar todo el pueblo en conjunto bajo un mismo fin, también gracias a la iglesia católica se fomentó el voluntariado de caridad, por así llamarlo, consistía en que una persona para sentirse realizada y practicar las normas de su religiosidad, busca ayudar a su hermano en Cristo, asistirle en lo que mayor pueda, sin pedir nada a cambio, con este tipo de voluntariado la persona logra llenarse de una alegría y felicidad de saber ayudar.

Según se lee en el artículo El voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas Benítez (2008), poco a poco, las personas fueron involucrándose mucho más, es de esta manera que a finales del siglo XVIII e inicios del XIX en Guayaquil surge una idea muy inspiradora, que se mantiene hoy en día, la creación de una institución que mediante voluntarios pueda ayudar a la sociedad, es la Junta de Beneficencia de Guayaquil y posteriormente el Benemérito Cuerpo de Bomberos

de Guayaquil. Es así que nacen las ONG, instituciones dispuestas ayudar sin querer obtener ningún tipo de lucro. (p.16)

Es desde el año 2000 que en Ecuador el voluntariado toma mayor, actualmente se desarrollan varias opciones de voluntariado, como Quito Adventure, el mismo que es una agencia de viajes que proporciona esta opción de turismo para los visitantes extranjeros, la Comuna de Salango también ofrece voluntariado turístico para jóvenes colegiales del país que deseen colaborar con la comunidad, existen muchas instituciones que apoyan esta labor. A nivel internacional las Naciones Unidas ofrecen variedad de programas de apoyo, entre ellos la fundación Themis.

Día tras día, el voluntariado va tomando mucho más impulso en todas las áreas del desarrollo del hombre, medicina, turismo, religión y muchas más, por tal motivo es bueno impulsar este cambio positivo de la sociedad, dejar de ser uno para convertirse en todos. Cada año para conmemorar a aquellos que ofrecen su tiempo, conocimiento, energía a cambio de los demás, se celebra el 5 de Diciembre como Día Internacional del Voluntario desde el 17 de Diciembre de 1985, que la Asamblea General de las Naciones Unidas así lo decretó en la resolución 40/212. ONU. (1985)

Planteamiento del problema

A continuación se presenta una figura del árbol del problema, en el cual:

- Los recuadros de color celeste son las causas del problema.
- Los recuadros de color lila son las consecuencias del mismo.
- El círculo es la formulación del problema.



Figura 1 - Árbol del problema

Fuente: Elaboración propia

Formulación del Problema

¿La conformación de una oficina de voluntariado turístico podrá contribuir al desarrollo de comunidades?

Justificación:

La Propuesta para la conformación de una oficina de voluntariado turístico de la UCSG surge a través de notar que Ecuador posee grandes riquezas naturales poco conocidos, no solo los lugares que la mayoría de los turistas visitan, hay muchas otras comunidades con grandes riquezas, que se podrían desarrollar mediante la aportación de proyecto de voluntariado turístico.

El voluntariado tendrá específicamente fines turísticos, es decir trabajará sólo en las líneas turísticas como desarrollo de destinos, emprendimiento, cursos y capacitaciones para mejorar el turismo local; además éste no sólo se realizará en la ciudad de Guayaquil, sino que se desarrollará en distintos sectores del país. Ésta actividad estará abierta para toda persona mayor de edad que esté dispuesta a ayudar, especialmente para los jóvenes universitarios estudiantes de la carrera de turismo de

la UCSG ya que esto les podría servir como pasantías en sus carreras o adquirir experiencia.

Un caso vigente de la escasa formación de los ciudadanos es la Isla Santay, la cual a poco tiempo de ser abierta al público ya tiene gran parte de los senderos dañados, y cuenta también con basura en sus alrededores; así como esta isla existen muchos otros lugares que con el tiempo y el descuido de los visitantes se van deteriorando. El proyecto no intenta desestimar el trabajo que hacen las instituciones encargadas, sino que intenta ser un apoyo en su trabajo realizado, pensando así en un Ecuador más limpio, con gente que considere los atractivos turísticos para que se mantengan impecables y preservados como desde su primer día de apertura.

Objetivo general:

Proponer la implementación de una oficina de voluntariado turístico en la UCSG para el desarrollo local de comunidades de Ecuador.

Objetivos Específicos:

1. Determinar de acuerdo a la oferta educativa que posee la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras el tipo de lineamiento técnico que se seguirá.
2. Elaborar un estudio de mercado con el fin de conocer las preferencias de los interesados en este tipo de voluntariado.
3. Propuesta para la conformación de una oficina de voluntariado turístico en la UCSG.

MARCOS

CAPÍTULO I

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Metodología aplicada al turismo

Existen dos tipos de metodologías que pueden ser aplicadas al turismo y estas se dividen en teorías espaciales y teorías sistemáticas.

1.1.1.1 Modelos teóricos espaciales

Se refieren principalmente a aquellas que usan el origen y el destino como sus principales elementos, involucrando así al turista y el análisis entre los elementos antes mencionados, por tal motivo como referente principal de esta teoría se ha tomado en consideración el modelo de Lundgreen que presenta tres tipos de criterios de estudio según Oliveria Santos (2007), considerando que:

1. Las localidades pueden emitir y recibir turistas al mismo tiempo y analiza la relación entre volumen de turistas en cada sentido.
2. Centralidad geográfica: jerarquía de las localidades según su papel dentro del contexto regional.
3. Atributos del lugar. (p.96- 100)

En base a los criterios antes detallados, el autor define que existen cuatro tipos de destinos turísticos:

1. *Destinos metropolitanos*: fácil acceso al lugar ya que están conectados con vías de transporte internacional e intercontinental, esto puede ser debido a su buena ubicación, por lo general son destinos muy poblados; el conjunto de todo esto hace que tenga gran afluencia de turismo emisor y receptor.
2. *Destinos urbanos periféricos*: su población es de nivel medio, se encuentran ubicados en zonas cercanas a los destinos metropolitanos pero no son tan desarrollados como los anteriores, al ser destinos periféricos sus vías de acceso son un poco limitadas; se practica mucho el turismo receptor que el emisor.

3. *Destinos rurales periféricos*: tienen cierta dependencia de los centros regionales, por lo general son campos o pequeños terrenos, poseen poca cantidad de pobladores, un atractivo general en estos destinos son sus paisajes únicos, la cantidad de turistas que reciben es significativa y la emisión de turistas es muy baja.
4. *Destinos de ambiente natural*: totalmente dependiente de los centros regionales, posee realmente pocos pobladores, no emiten turistas y reciben muy poca cantidad de los mismos.

Este proyecto está enfocado en apoyar y ser un aporte para mejorar cada uno de los destinos antes descritos; si uno de sus pobladores así lo requiere.

1.1.1.2 Modelos sistemáticos

Se refiere como su nombre lo indica a manejar todo un sistema y su relación con el turista, este sistema está enfocado principalmente en la oferta y demanda, lo que significa que toma en consideración todos aquellos elementos que generan turismo como la plaza turística, los atractivos, etc. Y los elementos que generan demanda como el turista y sus intereses; como modelo de las teorías sistemáticas se ha considerado la teoría de Sergio Molina quien en México para el año 1982 propuso observar al turismo desde tres perspectivas, así lo manifiesta Osorio (2000) en su libro Nuevos caminos para el estudio del turismo desde la teoría de sistemas. (p.220)

1. *Como una industria*: consideró que el turismo explotaba ciertos recursos naturales para la transformación de los mismos creando así productos para los turistas lo cual generaba demanda.
2. *Como un fenómeno*: por ser este una manifestación al ocio, es decir al tiempo libre que posee el hombre lo que le permite tener creatividad y voluntad para conocer nuevos lugares y realizar toda serie de tareas al aire libre.
3. *Como un sistema*: Molina expresa que el turismo... está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen son:

- La superestructura - organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
- La demanda - turistas residentes en el país y en el extranjero.
- La infraestructura - aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, etcétera.
- Los atractivos - naturales y culturales.
- El equipamiento y las instalaciones - Hoteles, moteles, campings, trailer parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albercas, canchas de tenis, etc.
- La comunidad receptora - residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo (Molina, 1986).

Todo esto conlleva a entender que el turismo es toda una actividad dinámica que permite el desenvolvimiento de todos los sectores sean estos crecimiento humano, cultural, social, económico; es todo un trabajo en conjunto entre la comunidad y las distintas entidades encargadas.

1.2 Marco legal

Para la creación de la propuesta de voluntariado turístico de la UCSG, se han seleccionado los fundamentos, lineamientos y reglamentos legales como la actual Constitución del Ecuador; la Ley Orgánica de Participación Ciudadana Vigente 2010, Planes del Buen Vivir 2013-2017, el PlanDeTur 2020, Ley Orgánica de Educación Superior vigente desde el 2010.

1.2.1 Sobre la Constitución vigente de la República del Ecuador (2008)

Sobre la Carta Magna aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente en el año 2008, menciona que:

1.2.2 En el título I - Los elementos constitutivos del Estado:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable (...), para acceder al buen vivir.

7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

1.2.3 Título II – Derechos - Capítulo segundo - Derechos del buen vivir - Sección segunda: Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

1.2.4 Sección cuarta: Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales (...); a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

1.2.5 Sección sexta: Hábitat y vivienda

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. (...).

1.2.6 Capítulo cuarto - Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

1.2.7 Capítulo sexto Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

2. El derecho a una vida digna, que asegure (...), descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

24. El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

1.2.8 Capítulo noveno - Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.

1.2.9 Sección segunda -Organización colectiva

Art. 97.- (...). Se reconoce al voluntariado de acción social y desarrollo como una forma de participación social.

1.2.10 Título VI Régimen de Desarrollo - Capítulo primero - Principios generales

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

1.2.11 Según la Ley Orgánica de Participación Ciudadana vigente (2010)

1.2.12 Título IV - De las organizaciones sociales, el voluntariado y la formación ciudadana - capítulo segundo

El voluntariado de acción social y desarrollo

Art. 37.- El voluntariado.- El Estado reconoce al voluntariado de acción social y desarrollo como una forma de participación social, como una actividad de servicio social y participación libre de la ciudadanía y las organizaciones sociales en diversos temas de interés público, con independencia y autonomía del Estado. La ciudadanía y las organizaciones sociales también podrán establecer acuerdos con las autoridades de los diversos niveles de gobierno para participar de manera voluntaria y solidaria en la ejecución de programas, proyectos y obra pública, en el marco de los planes institucionales.

Art. 38.- Protección al voluntariado.- Los acuerdos que se realicen entre las organizaciones sociales y las instancias del Estado involucradas para apoyar tareas de voluntariado se establecerán en convenios específicos, en los cuales se fijarán las condiciones de la labor solidaria, sin relación de dependencia. (...).

1.2.13 De acuerdo al PLANDETUR 2020, vigente desde septiembre del 2007

1.2.13.1 Objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para

garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.

7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.

1.2.13.2 De acuerdo a las políticas principales del PLANDETUR 2020, lideradas por el ministerio de turismo

-Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integrados.

-Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.

-Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.

1.2.14 Según el Plan Nacional del Buen Vivir

Este proyecto concuerda con uno de los principios del buen vivir donde se defiende los derechos de la sociedad, el principio define *La justicia social y económica como base del ejercicio de las libertades*, todas y cada una de las personas gozan del mismo acceso a los medios materiales, sociales y culturales necesarios para llevar una vida satisfactoria. La salud, la educación y el trabajo son las bases primordiales de la justicia social. Con dichos medios, todos los hombres y mujeres podrán realizarse como seres humanos y reconocerse como iguales en sus

relaciones sociales, mediante este proyecto toda persona necesitada de ayuda para desarrollar estudios turísticos, implementación de herramientas o tan solo una pequeña ayuda por más diminuta que parezca ofrece gran importancia para la persona que lo requiere.

De la planificación con “enfoque de derechos” a la planificación para el Buen Vivir se ha seleccionado los siguientes objetivos:

1.2.14.1 Objetivo 2: “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad”.

2.1. Generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza, en el literal h Desarrollar e implementar procesos de capacitación, aprendizaje vocacional, formación profesional y de talento y demás instrumentos que promuevan habilidades productivas y capacidades para el trabajo (...).

2.11. Garantizar el Buen Vivir rural y la superación de las desigualdades sociales y territoriales, con armonía entre los espacios rurales y urbanos.

a. Incorporar la pertinencia cultural, la capacidad de acogida de los territorios y la coordinación y corresponsabilidad con el tejido y las organizaciones sociales en la planificación y el ordenamiento de los territorios rurales.

e. Impulsar mecanismos de interlocución y comunicación entre las redes sociales rurales que fortalezcan sus vínculos y coordinen el cuidado de los bienes comunes, la deliberación y la propuesta de alternativas económicas, productivas y sociales.

1.2.14.2 Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”.

3.7. Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población

e. Impulsar la generación de actividades curriculares y extracurriculares y la apertura de espacios que permitan desarrollar y potenciar las habilidades y destrezas de la población, de acuerdo a la condición etaria, física, de género y características culturales y étnicas.

3.8. Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente

b. Impulsar desde los gobiernos autónomos descentralizados el adecuado y eficiente ordenamiento territorial, la planificación y la consolidación equilibrada de las ciudades, con especial atención a los espacios rurales.

l. Promover e incentivar la recuperación y restauración de las construcciones, edificaciones y barrios patrimoniales.

m. Promover la difusión y la práctica de hábitos, costumbres y tradiciones que permitan recuperar la identidad cultural de los pueblos, siempre que estos no atenten contra los derechos, la seguridad y la vida de las personas.

1.2.15 Conforme la Ley Orgánica de Educación Superior, vigente desde 12 de Octubre del 2010

Art. 87.- Requisitos previos a la obtención del título.- Como requisito previo a la obtención del título, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior.

Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

Art. 88 Servicios a la comunidad.- Para cumplir con la obligatoriedad de los servicios a la comunidad se propenderá beneficiar a sectores rurales y marginados de la población, si la naturaleza de la carrera lo permite, o a prestar servicios en centros de atención gratuita.

1.3 Marco conceptual

Este proyecto tiene como una de sus metas ser puente principal para el *Desarrollo local* que “Se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo” así lo menciona Albuquerque (2003).

La integración de cada una de las áreas antes mencionadas conlleva al siguiente paso que es el *Desarrollo de destinos*: para poder entender que es desarrollo de destinos se debe principalmente entender que:

Destino según Reyes y Barrado (2005) se refiere a un espacio físico y social con unas determinadas características y calidades que ofrece una yuxtaposición de valores ambientales, territoriales, sociales, culturales cuyo conjunto lo convierten en algo que merece la pena experimentar, que ofrece una vivencia integral al visitante. (p.31)

Reyes et al. (2005) expresan también que el destino en sí debe convertirse en una experiencia en sí misma, situándose en la mente de los consumidores del mismo modo en que lo hace una marca cualquiera, que más allá de un producto acaba vendiendo una imagen. (p.31)

De esta manera desarrollo de destinos, se lo podría interpretar como el progreso que tiene un destino sea este un pueblo, cantón, ciudad o tan solo un pequeño espacio de tierra, si cuenta con las facilidades turísticas necesarias para que sus visitantes se sientan como en casa, se lo puede considerar destino turístico; además como lo mencionan los autores, el destino debe constituirse y ofrecer una experiencia en sí mismo, un lugar mágico que ningún visitante pueda fácilmente olvidar sino por el contrario todo aquel que llega quiera pronto regresar.

La realización de los puntos anteriores genera *Turismo*, según la Organización Mundial del Turismo (1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”

Uno de las principales razones por las que llegan visitantes al país se debe a la gran *Diversidad cultural* que posee, la cual consiste en una amplia variedad de culturas que interactúan entre ellas y es una gran ventaja para el desarrollo de los diferentes ámbitos sociales, desarrollo económico y cultural.

El implemento del turismo ha generado la creación de *Microempresas* que Rivero et al (2001) la definen como “[...] pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos” este concepto lo usa González (2005) en su artículo Problemas en la definición de microempresas.

Un factor generado por la globalización es el *Voluntariado*, que según Olabuénaga (2001) “implica básicamente, a diferencia del socio, un comportamiento por el que un individuo (socio o no de una organización no lucrativa) toma parte, a favor de ésta, en actividades que, ordinariamente, serían remuneradas por ella.” (p.71)

Para entender mucho mejor el voluntariado y sus generalidades, el mismo autor Olabuénaga (2001) manifiesta que existen dos tipos de voluntarios, aquellos que son denominados voluntarios en sentido amplio, quienes prestan una hora al mes como mínimo para tal organización y los voluntarios estrictos, quienes dedican más de 16 horas al mes con un fin único. (p.40)

Mediante esta propuesta de voluntariado, se pretende ayudar en las poblaciones para su *desarrollo sostenible* que es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades este concepto es conocido a nivel mundial y fue definido por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo. (Riechmann, 1995)

1.4 Marco de referencial

1.4.1 Fundación THEMIS

Para la creación de la oficina de voluntariado turístico de la UCSG se ha seleccionado como referencia a la fundación THEMIS, la cual fue creada en 1998 por la OMT y el Gobierno del Principado de Andorra, estableciendo su sede en Andorra la Vella. (Bigné, et al, 2000) Esta organización tiene como finalidad apoyar y fortalecer las relaciones entre naciones, especialmente para trabajar en proyectos que impulsen el turismo de cada país.

El equipo de voluntarios está conformado por profesionales mayores de 21 años, quienes libremente han tomado la decisión de unirse mediante la participación en un curso de capacitación dictado por la fundación, el cual dura dos meses online más dos semanas presencial, una vez que el aspirante haya aprobado el curso, pasa a ser parte del cuerpo de voluntario de turismo. Sabiendo que no tendrán ninguna remuneración económica por sus acciones, ya que lo único que la fundación costea es el transporte desde su lugar de origen hasta el lugar de destino, manutención durante su estadía y un alojamiento digno, esos costos pueden ser tanto por parte de la fundación como por el país de destino u otros fondos provenientes de alguna otra organización que desee colaborar.

Todos los voluntarios deberán trabajar en terreno, esto significa que deberán estar en el lugar que necesite ya sea un proyecto de desarrollo, desarrollo de productos, realización de inventarios turísticos, brindarán capacitaciones a sus habitantes, realizaran planes de promoción turística, brindarán apoyo a las microempresas ya sean hoteles, bares, restaurantes, agencias de viajes, y todo aquello que envuelve al mundo del turismo.

Para que el equipo de voluntarios ayude en un proyecto, los interesados deben poner en contacto con la fundación y enviar los datos pertinentes: nombre del proyecto, dirección del mismo, especificar en qué necesariamente solicitan ayuda, definir el perfil del tipo de voluntario que desee y el número de personas que necesita. De esta manera, la fundación conocerá con exactitud el medio para ayudar, tomará de su base de datos los perfiles adecuados y enviará a esos voluntarios a realizar su mejor labor, quienes se sentirán siempre motivados por un espíritu de solidaridad.

El ex secretario de la ONU, Koffi Annan (s.f.) en el Brochure Voluntarios en Acción expresa que: “En el corazón del voluntario residen las ideas de servicio y solidaridad, y la creencia que juntos podemos hacer un mundo mejor. En este sentido podemos asegurarnos que el voluntariado, es la más alta expresión del sentido de las Naciones Unidas.”

1.4.2 Fundación PRODECI.

En Ecuador la Fundación PRODECI (2014), es una institución no gubernamental, tiene su sede principal en la Provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra. Esta fundación trabaja en favor de los derechos de los ciudadanos, mediante proyectos y estrategias que permiten mejorar el nivel de vida de los pueblos y comunidades principalmente de la Provincia de Imbabura y luego de todo el Ecuador.

Esta fundación trabaja gracias a la colaboración de la fundación española Ayuda en Acción, quienes brindan asesoría en los proyectos realizados, además proporcionan soporte económico para la realización de las actividades, a través de un sistema de auspiciantes donde se crea un lazo de unión entre las comunidades beneficiadas y los donantes. Otro medio de sustentación económica es por medio del aporte de ciertas entidades financieras interesadas en el desarrollo comunitario, PRODECI realizan un estudio de financiamiento y envían la propuesta de los proyectos a realizar para que las empresas puedan revisar el monto del financiamiento y puedan decidir la cantidad económica con la que podrían colaborar.

Entre los principales proyectos que la fundación participa, los cuales se leen en la página principal de la fundación, se encuentran las áreas de educación, salud, producción, infraestructura, turismo, fortalecimiento organizativo y gestión ambiental. En relación al turismo posee dos grandes proyectos:

Uno de ellos se realiza en la Zona del Intag que se encuentra al sur de la provincia de Imbabura, éste lo ha venido desarrollando desde 1996 la Fundación Ayuda en Acción y, desde el 2005, la Fundación PRODECI ha tomado la responsabilidad total del mismo, actualmente el proyecto requiere mejorar la economía local, satisfacer las necesidades básicas, trabajos para mejorar la gestión de turismo comunitario, le gestión ambiental, gestión ecológico ambiental. (PRODECI, 2014)

En el territorio Chota-Mira está localizada la otra área de desarrollo, denominada Valle Intercultural de los ríos Chota y Mira, la cual se trabaja desde el 2007 en conjunto con la fundación Ayuda en Acción. El principal objetivo de este proyecto es identificar las necesidades de las comunidades y proponer un proyecto de desarrollo a mediano o largo plazo, para alcanzar, todo esto se están realizando eventos

programados tanto culturales como deportivos, así se permite sana participación para el desarrollo del ocio y el fortalecimiento de las relaciones sociales para todas las comunidades tanto de Imbabura como de Carchi. (PRODECI, 2014)

1.4.3 Universidad del Desarrollo

Ubicada en Santiago de Chile, esta universidad ofrece doce actividades extracurriculares para sus estudiantes, las cuales se convierten en una referencia muy importante para este proyecto ya que tiene similitud con lo que se propone en esta investigación. La variedad de actividades que la UDD ofrece se desarrollan con un equipo de jóvenes estudiantes (voluntarios) quienes libremente han formado, ideado y llevado en ejecución la mayor cantidad de los proyectos propuestos. Esta información se lee en la página web oficial de la Universidad del Desarrollo en la sección actividades para alumnos. (UDD, s.f.)

Una de las actividades que más se asemeja a la *Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG* es el proyecto SONRIE UDD, el cual se desarrolla cada año en aproximadamente 10 días, los estudiantes pueden inscribirse para participar en la visita a la comuna de Bulnes. Durante este tiempo, cada voluntario realiza diagnósticos educativos, brindan asesorías en diversas ramas, brindan servicios médicos y atención a los habitantes de la localidad. (UDD, 2015)

Otro proyecto similar es denominado Trabajos Voluntarios, éste se desarrolla cada verano. Durante las vacaciones, los jóvenes participan en proyectos de ayuda social material y espiritual; todo esto lo hacen con la intención de ayudar a quienes poseen menos recursos económicos. Tanto en este proyecto como en el mencionado anteriormente, pueden participar todos los estudiantes que deseen inscribirse sin importar la facultad a la que pertenecen. (UDD, 2015)

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO II

2.1 Metodología de investigación

En la metodología de investigación, de acuerdo al proyecto a realizar, es necesario establecer el tipo de estudio a utilizar, que permita facilitar la realización de la propuesta a presentar, para esto se utilizarán diferentes métodos de investigación, para la obtención de información más veras y precisa, con enfoques mixtos ya que se requiere varios tipos de estos estudios y los métodos a utilizar, lo cual dependerá de la naturaleza del problema de la finalidad de este.

2.2 Métodos

El método a utilizar será Hipotético-Deductivo ya que a través del mismo, permite una contemplación, que se inicia de un asunto que es netamente exclusivo, se plantea un dilema, y este contiene tanto el método de inducción que lleva hacia el camino de una hipótesis importante para lo que se está investigando. Para complementar y poder dar una aprobación correcta, también se utilizará el método deductivo, ya que este método es en base a los explicados anteriormente; para poder llegar al desarrollo final de lo planteado, que permitirá una mejor investigación y un desarrollo completo.

2.3 Enfoques

Se utilizará el enfoque cualitativo, porque este enfoque permite describir las características y cualidades que intervienen en el problema del proyecto a realizar, interpretando y midiendo la realidad de este. Según Ruiz (2012) “En la metodología cualitativa el investigador va al escenario y a las personas en los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo.” (p.15)

Enfoque cuantitativo permite recolectar datos y poder aprobar el problema planteado, mediante mediciones numéricas y estadísticas, que permiten establecer los patrones ya a utilizar en el proyecto.

2.4 Lineamientos turísticos del proyecto

Acorde a lo revisado en la malla curricular debidamente en el órgano de educación superior, se concluyó que los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería, tienen desarrollo en sus competencias profesionales, en tres lineamientos en particular como desarrollo de destinos turísticos, en emprendimiento y en cursos o capacitaciones; los mismo que serán priorizados en la oficina de voluntariado turístico.

2.4.1 Desarrollo de destinos turísticos

Para el proyecto de voluntariado turístico, se planteará el lineamiento de desarrollo de destinos turísticos, que permite diferentes comunidades poco conocidas y potenciales del Ecuador se desarrollen tanto de manera turística como cultural, social, política y económica con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus habitantes y alcanzar un beneficio para todos.

Esta es una de las razones principales por la cual se elige este lineamiento, porque en el país ya existen varios sitios explotados turísticamente, por este motivo mediante este proyecto se quiere incentivar el desarrollo de varios sitios para que se los pueda explotar y lograr incrementar los diferentes destinos turísticos que oferta Ecuador.

Dentro del desarrollo de destinos para poder lograr esto, se requieren de varias herramientas y estrategias para conocer si realmente constan con el potencial necesario como destinos o zonas de interés turístico; una de las herramientas útiles será realizar el diagnóstico turístico, el cual permite conocer las características, identificar sus problemas y plantear soluciones.

2.4.1.1 Sistema turístico de Molina (1986)

Citado por Osorio (2000) el cual cuenta con subsistemas que permiten conocer en profundidad cada elemento del lugar, poder dar un diagnóstico más certero y plantear soluciones. (p.221)

Entre los subsistemas de Molina que intervienen en el diagnóstico se identifican 7 elementos importantes:

- **La superestructura**, elemento que mayor influencia posee ya que incluye todos los organismos que regulan esta actividad en los lugares como los municipios, ministerios, gobiernos, etc.
- Los atractivos, es otro elemento, en este van todos los **atractivos turísticos** del lugar, todos los recursos naturales y las manifestaciones culturales del sitio.
- **La infraestructura** incluye todo lo que son servicios básicos y las carreteras que sirven para mejora del turismo.
- **Los equipos e instalaciones**, hace referencia a la planta turística que son los restaurantes, hoteles, bares, discotecas, etc. Todos los establecimientos que forman parte principal para que se desarrolle la actividad turística.
- **Las facilidades** son los senderos, señalética, miradores, objetos que faciliten a las actividades turísticas.
- **Comunidad receptora** en este caso son las comunidades que son parte del lugar que se benefician directa e indirectamente de la actividad.
- **La demanda** que se refiere a todos los turistas nacionales o extranjeros que visitan el sitio.

2.4.1.2 Plan de desarrollo

Consiste en estrategias que permiten la mejora de los sitios; tienen como objetivo el progreso y desarrollo ya sea social, cultural, turístico, etc. Todo esto se desarrolla en un determinado tiempo que se establece de acuerdo a lo que se vaya a ejecutar y se realiza sistemáticamente para poder establecer una acción. Este plan sirve también de guía para realizar todo lo propuesto, en los planes de desarrollo turísticos, generalmente se trabaja con entidades como municipios, gobiernos, ministerios, etc. Existen diversas metas que se diseñan para el plan, pero esto depende de las necesidades que requiere el lugar para el cual se desarrolla el plan turístico, ya que estos podrían ser para incrementar el número de turistas, fomentar una nueva actividad, dar a conocer nuevas rutas, promover el turismo sustentable, etc.

El objetivo es que se consiga crear planes realizables, los cuales se puedan aplicar y desarrollar; que sean de fácil creación para que las personas y comunas a intervenir

puedan ser partícipes de ellos y que se pueda llegar a la meta final establecida. Según García et al., (2005) “Para mejorar el servicio turístico y producto se deben desarrollar planes de mejora de la calidad y sostenibilidad con la finalidad que los destinos turísticos sean más competitivos.” (p.211)

2.4.1.3 Fichas de inventario

Para conocer el potencial del lugar, área, sitio cultural o natural, etc., se utilizará fichas de inventario las que permiten clasificar los destinos o atractivos, su potencial turístico, poder ordenar todos los factores físicos, biológicos y culturales para un óptimo conocimiento de un atractivo o destino. La propuesta del voluntariado busca que los voluntarios se capaciten, se dirijan hacia el lugar y realicen las fichas de inventario mediante la metodología de inventarios de atractivos turísticos.

Según el Ministerio de Turismo (2004)

Esta metodología permite unificar el registro de información sobre los atractivos turísticos. Posibilitan además brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de los atractivos, calidad, facilidades de acceso y disfrute en su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos de acuerdo a sus características (p.2).

2.4.1.4 Diagnostico turístico

El diagnostico turístico según Ricaurte (2007) es una herramienta que permitirá conocer, la situación del destino determinado, contribuye con una gran información ya que, permite saber qué puntos establecer una vez, analizado el destino turístico, que estrategias plantear y poder evaluar un posible éxito o fracaso. (p.3)

Esta herramienta será muy útil para poder, realizar los proyectos en diferentes comunidades, como mencionado antes, permitirá conocer si el destino tendrá, éxito o fracaso y que decisiones tomar en estos, siendo así será de gran utilidad en los proyectos a realizarse para el voluntariado turístico. Mediante ésta técnica también se identifica la categorización de destino, es decir si es descartable, malo, regular, bueno u óptimo para poder emprender planes turísticos.

Según Ricaurte (2007) en el manual para diagnósticos turísticos local ha identificado que: “el diagnostico turístico 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”. (p.11-12)

Un claro ejemplo de este lineamiento es el de la OMT en su fundación Themis en la cual todos los voluntarios son capacitados de una manera muy amplia en diferentes áreas, diseñando diversas tareas, para luego desarrollarlas, según se lee en la página web de la Organización Mundial del Turismo (OMT,2008) “Este programa contribuye al desarrollo sostenible a través del turismo, promoviendo la integración de voluntarios en proyectos de desarrollo para que aporten sus conocimientos trabajando al servicio del equipo técnico encargado de formular e implementar estas iniciativas.”

Uno de los proyectos que ellos realizaron fue en México en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, junto con una universidad de allá, en el cual su objetivo o su propuesta era ofrecer una gestión turística, a un destino emergente, Según Trujillo. J (2010) “Para lograr este objetivo, el proceso de la investigación se dio a partir del criterio transversal de la sostenibilidad y de la recuperación de sus tres ejes: ambiental, socio-cultural y productivo” (p.220)

En el cual participaban junto con los gobiernos sectoriales, provinciales, direcciones de turismo, entre otros, y como ejemplos ellos buscaban otros destinos turísticos y comparaban como crecían en turismo.

Este proyecto duró tres años, durante este tiempo al los estudiantes y voluntarios se enriquecieron de grandes experiencias y acercamiento más a la realidad laboral. Todo este equipo de trabajo estableció estrategias para el desarrollo de destino

turístico como estrategias de fortalecimiento, como conocer los flujos migratorios, etc.

Estrategias de expansión entre otras, las cuales poco a poco y, mediante los objetivos planteados y una buena planificación, con una idea de desarrollar más de 400 acciones, esquemas, inventarios en el lugar que lograban que el destino se desarrolle considerablemente. En cuanto a la gobernación del lugar se logró que participaran más en proyectos turísticos y que se dieran presupuesto para realizarlos y una parte importante es que sus pobladores y empresarios del lugar, permitieron construir un lugar más competitivo y crear mejores cosas para su propio beneficio y poder ver con el paso del tiempo como este lugar progresa y crece turísticamente.

2.4.2 Emprendimiento

Para verificar si se acepta o no un proyecto, se deberá realizar un estudio de factibilidad; se analizarán presupuestos y planes; además se brindarán cursos y capacitaciones a los interesados, a los microempresarios y a las comunidades intervenidas para que sepan mantener viable los proyectos desarrollados.

2.4.2.1 Estudio de factibilidad

Se desarrolla a base de una investigación para determinar si el proyecto propuesto tiene posibilidades concretas para ser realizado a futuro, se analiza si la propuesta es de beneficio para la sociedad o el medio en el cual se desarrollará, además para un estudio de factibilidad se deberá invertir no solo tiempo, sino también materia prima, dinero, equipos y toda herramienta que sea útil para medir los objetivos planteados.

Los objetivos que se deben plantear para un estudio de factibilidad de cada proyecto que se proponga emprender:

- Conocer si la sociedad está interesada en contar con la ayuda.
- Definir el tipo de costos y gastos que generará el trabajo de los voluntarios.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la sociedad y universidad para la realización de proyectos turísticos.

- Definir el tipo de ayuda y capacitación que el proyecto brindará a la ciudadanía.
- Identificar si es un proyecto alcanzable y realizable.
- Hacer un plan de trabajo y promoción.
- Aprovechar al máximo los recursos propios con los que se cuenta.

Para cumplir con los objetivos del estudio de factibilidad se trabajará a base de la recopilación de datos a través de un estudio de campo y de esta manera conocer el interés de la ciudadanía en contar con la ayuda de esta oficina. El resultado de la información obtenida será de gran utilidad para identificar qué tipo de capacitaciones se brindará a los voluntarios, y que tipo de servicio se facilitará a los interesados en contar con los servicios de los distintos voluntarios.

Una vez que ya se conoce si el proyecto es factible o no, los voluntarios realizarán un presupuesto de los gastos y costos necesarios para llevar a cabo el proyecto; además se especificará el tiempo de duración del mismo.

2.4.2.2 Análisis del estudio de factibilidad de este proyecto.

Factibilidad operativa: La oficina de voluntariado turístico de la UCSG, contará con el respaldo de la universidad para implementar proyectos de vinculación con la sociedad, estableciendo lazos cooperativos entre los estudiantes universitarios y los docentes para que formen parte del equipo de voluntarios de esta oficina.

Factibilidad económica: los gastos se sustentarán con el aporte de los solicitantes del voluntariado, es decir de las empresas o personas quienes soliciten la ayuda de esta oficina, pero cabe recalcar que los gastos serán mínimos ya que serán utilizados principalmente para transportación de los estudiantes si el objeto de estudio se encuentra fuera de la provincia del Guayas, ya que se considera que los gastos de transportes, alimentación u otros generados durante la investigación en territorio guayasense pueden ser claramente sustentados por los propios voluntarios. De igual manera los beneficiarios del proyecto se encargarán de brindar alojamiento a los estudiantes voluntarios en caso que deban quedarse a pasar la noche en el lugar de estudio.

Factibilidad técnica: cada uno de los requerimientos técnicos que presente esta oficina serán bajo la responsabilidad de directorio de la misma, quienes contarán con los conocimientos necesarios para brindar una ayuda eficaz, además también tendrán la responsabilidad de elegir correctamente quienes serán parte del cuerpo de voluntarios, sin embargo esta decisión se tomará a base de varias capacitaciones que se otorgarán como formación para otorgar un trabajo de calidad.

Factibilidad legal: la oficina de voluntariado se regirá bajo las normas y estatutos de la UCSG, trabajando como un proyecto de vinculación, por lo cual no deberá generar costos y gastos para subsistir como parte de esta entidad.

2.4.3 Cursos y Capacitaciones

Otra función importante que se desarrolla en el área de emprendimiento, son las capacitaciones que se brindarán frecuentemente tanto a los voluntarios como a los comuneros y pequeños emprendedores; entre los cursos que se pondrán a disposición se pueden mencionar:

¿Cómo crear una empresa?: en este curso se estudiará cómo pasar de una idea de negocios a crear una propuesta para realizar un plan de negocios, conocer las fuentes de acceso al financiamiento y los pasos para constituir una compañía.

Marketing y publicidad: los asistentes aprenderán a manejar las 4P del Marketing Mix, se les enseñará a crear planes de marketing, a crear una marca para su empresa y mantener una buena imagen de la compañía.

Contabilidad y administración: los asistentes adquirirán conocimientos básicos sobre el manejo de caja, libro diario, y los principales balances que permitirán conocer el estado económico de su empresa; además aprenderán los fundamentos básicos de administración (planear, organizar, dirigir y controlar).

Atención al cliente: aprender a dar buena impresión al visitante, manejo de quejas, y pronta solución de problemas.

ESTRATEGIAS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO III

3.1 Tipo de estudio

Los tipos de investigación o estudio a utilizar, que permiten una descripción de manera continua las características del tema a presentar y de una manera más verás son las investigación exploratoria, descriptiva y explicativa. Según Grajales (2000) dice que: “Esta clasificación usa como criterio lo que se pretende con la investigación, sea explorar un área no estudiada antes, describir una situación o pretender una explicación del mismo.” (p.2)

La investigación exploratoria, permitirá realizar un estudio más profundo sobre al lugar a investigar, permite ir más allá de lo investigado ver todos los detalles, los investigadores podrán recolectar todos los datos posibles, realizar un resumen detallado del tema y poder resolver todas las dudas que quedan para un mejor desarrollo del tema.(Grajales 2000)

En la investigación descriptiva, como su nombre lo indica permitirá la descripción precisa de los datos obtenidos y consentirá entender datos más precisos y poder analizar con mayor facilidad los puntos a tratar en el proyecto y realizar un mejor trabajo de investigación. (Grajales 2000)

La investigación explicativa de acuerdo con Grajales (2000) da a conocer que: “Pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales.” (p.3)

El objetivo de utilizar estos tipos de investigación es obtener todos los datos precisos y necesarios para el tema a tratar, conocer todo acerca del lugar, cultura, actividades, objeto, proceso y personas al cual se va a dirigir y enfocar los lineamientos a seguir y lo que se requiere realizar.

3.2 Técnicas de recolección de datos:

Para la recolección de datos de la investigación y obtener las informaciones requeridas se usarán las siguientes técnicas o herramientas:

Entrevista: se realizarán a habitantes de las comunidades y personas dueñas de pequeños negocios, para de esta manera conocer si realmente estarían dispuestas o no a participar en los proyecto, y así poder definir el nivel de aceptación que llegará a tener el proyecto y su viabilidad para su puesta en marcha.

Encuestas: serán realizadas a los jóvenes universitarios para conocer si poseen algún tipo de interés por participar en este tipo de proyectos, es decir brindar sus servicios de manera gratuita pero realizando las tareas encomendadas de manera totalmente profesional.

3.2.1 Encuesta

3.2.1.1 Universo o población

La población del estudio serán todos los estudiantes y profesionales de turismo de la ciudad de Guayaquil, porque se requiere que los voluntarios quienes deseen participar en el proyecto tengan conocimientos necesarios y relacionados al turismo, principalmente deberán conocer sobre desarrollo de destinos y emprendimientos, de esta forma desempeñarán sus actividades con prontitud, eficiencia y eficacia.

3.2.1.2 Muestra

La muestra del proyecto, se escogió a los estudiantes de turismo de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, quienes voluntariamente serán participes de los proyectos que se desarrollarán.

3.2.1.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra a realizar será la probabilística, por medio de esta se pueden obtener resultados al azar, a la vez permite que todos tengan oportunidad de participar en el estudio.

3.2.1.4 Calculo de la muestra

Para el cálculo del tamaño de muestra a obtener, se debe tener en cuenta 3 consideraciones:

3.2.1.5 El grado de confianza

El grado de confianza y no de probabilidad, es la parte que se va a estimar o establecer, para dar esa seguridad de los resultados obtenidos de la muestra hacia la

población. Lo que permite generalizar los casos y estudiar su totalidad generalmente se usa un nivel de confianza de 95%, 99%, 99.9%.

De acuerdo con Gallegos (2004) dice que: “Una alternativa mejor es la estimación por intervalos; se da con ella un rango de valores que contendrá el valor del parámetro con una cierta confianza o seguridad, que habitualmente es del 95%” (p.6)

Teniendo en cuenta, este dato y este caso de investigación para un menor costo de esta, se tendrá un nivel confianza menor que vendría a ser el del 95%, ya que sería más conveniente en los supuestos casos de que haya una imposibilidad del estudio de todos los casos.

3.2.1.6 El porcentaje de error

En el porcentaje de error o errores muestrales, varia siempre entre 1% al 5% que estos vendrían a ser porcentajes de error de confianza, permiten conocer la probabilidad de éxito o fracaso, el porcentaje de error se da por las variaciones en la muestra es como decir el margen de error del estudio, si se acepta o no se acepta la hipótesis. En esta investigación se trabajará con un margen de error del 4,99%.

3.2.1.7 Nivel de probabilidad

En el nivel de probabilidad o porcentaje también se mide la probabilidad de éxito y la probabilidad de fracaso, quiere decir que si se aceptó o rechazó la hipótesis planteada en algún otro estudio anterior o un estudio previo a la actual.

La probabilidad de éxito se la denota como “p” y la probabilidad de fracaso o de rechazo de la hipótesis de estudio, se la denota o denomina como “q”

Esto generalmente son complementarias se cumplen cuando $p+q=1$ en caso de éxito que eso sería $q=1-p$ en fracaso. En caso de una probabilidad mayor y no exista algún otro estudio previo entonces los valores de probabilidad serian $p = q = 0.5$.

Una vez establecidos ya los parámetros, las características a utilizar y el tamaño de la población utilizar entonces se utilizara la siguiente fórmula para calcular el tamaño de una muestra de población finita:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra, es la cantidad que se requiere buscar mediante la resolución de la fórmula expuesta.

K² = grado de confianza, es una constante que dependerá del nivel de confianza que nosotros le asignemos los valores que suelen utilizarse para el nivel de confianza son el 95%, 99% y 99.9%

N = Universo

p = Probabilidad del éxito

q = Probabilidad del fracaso

e = Error muestral, varia (entre el 1% y 5%)

De acuerdo con la formula tomamos los siguientes datos para realizar el calculo

- Población: 562 estudiantes
- Grado de confianza 95% que es igual a 1.96
- Un error muestral del 4.99% es igual a 0.0499
- Probabilidad de éxito o fracaso 50% es igual a 0.5

Cálculo:

$$n = \frac{1.96^2 * 562 * 0.5 * 0.5}{(0.0499)(562 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 228.97164207$$

$$n = 229$$

3.2.1.8 Tabulación, análisis e interpretación de los resultados

Las encuestas fueron realizadas en las instalaciones de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para los estudiantes de primer a octavo semestre de la carrera de Turismo y Hotelería, los cuales suman un total de 562, habiendo realizado la fórmula del muestreo dio un total de 229 encuestas a realizar.

El método aplicable de muestreo fue aleatorio simple el cual indica que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra y esta probabilidad es conocida (Torres y Paz 2006)

3.2.1.9 Preguntas generales:

Edad:

Tabla 1- Edad de los encuestados.

Edad	Fr.	%
38	1	0%
29	1	0%
28	1	0%
27	2	1%
26	3	1%
25	11	5%
24	14	6%
23	12	5%
22	30	13%
21	44	19%
20	29	13%
19	15	7%
18	1	0%
17	1	0%
No Especificado	64	28%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

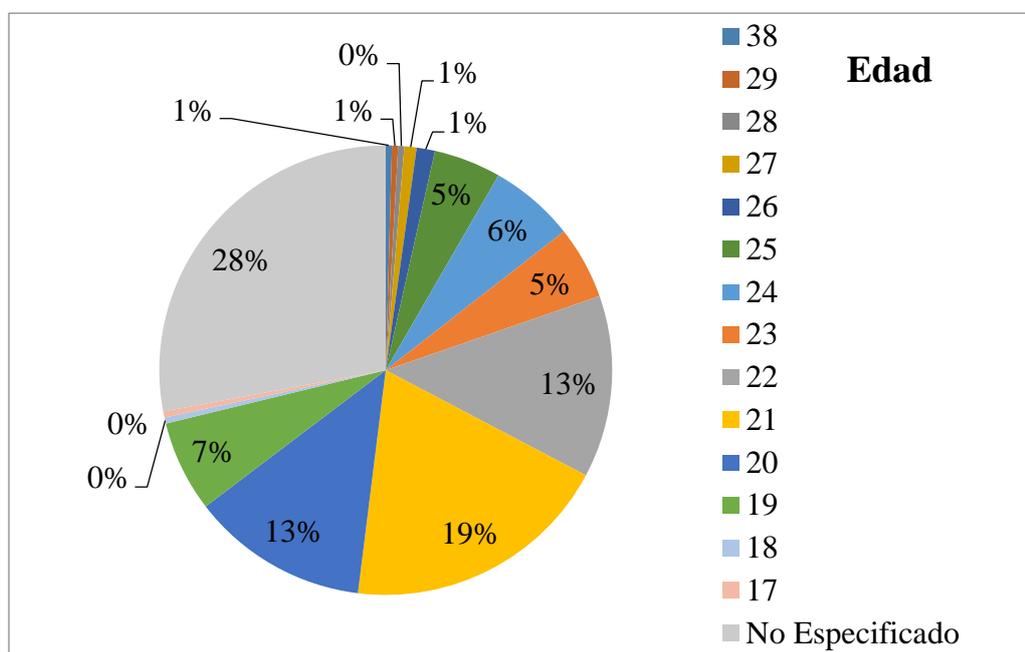


Figura 2 - Distribución de la edad de los encuestado

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Los resultados reflejan que de los 229 estudiantes encuestados, el 28% no especificó su edad, mientras que la mayoría de los estudiantes se encuentran entre los 20 y 22 años de edad; lo cual significa que se cuenta con un grupo joven que podría pertenecer al equipo de voluntarios.

Semestre:

Tabla 2 - Semestre de los encuestados.

Semestre	Fr.	%
No especificado	138	60%
Octavo	10	4%
Séptimo	31	14%
Sexto	9	4%
Quinto	4	2%
Cuarto	15	7%
Tercero	14	6%
Segundo	5	2%
Primero	3	1%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

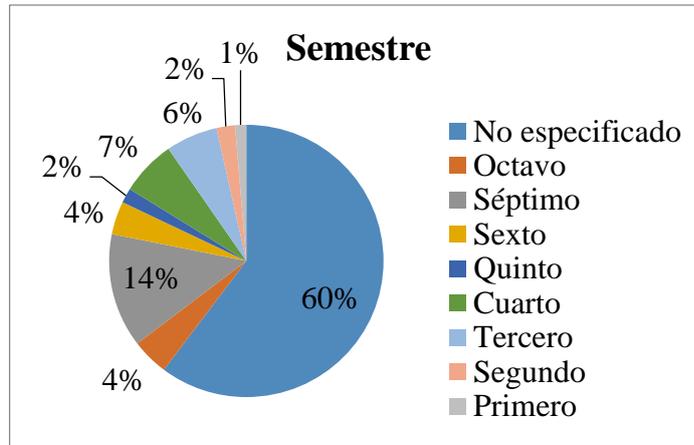


Figura 3 - Distribución del semestre de los encuestados

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: El 60% de estudiantes encuestados no especificó el semestre al que pertenece; sin embargo el 14% de estudiantes pertenecen al séptimo semestre, lo cual significa que al cursar semestres superiores se encuentran capacitados para dar respuesta, solución y llevar a cabo con eficacia los proyectos de voluntariado.

Género:

Tabla 3 - Género de los encuestados.

Género	Fr.	%
Femenino	152	66%
Masculino	77	34%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

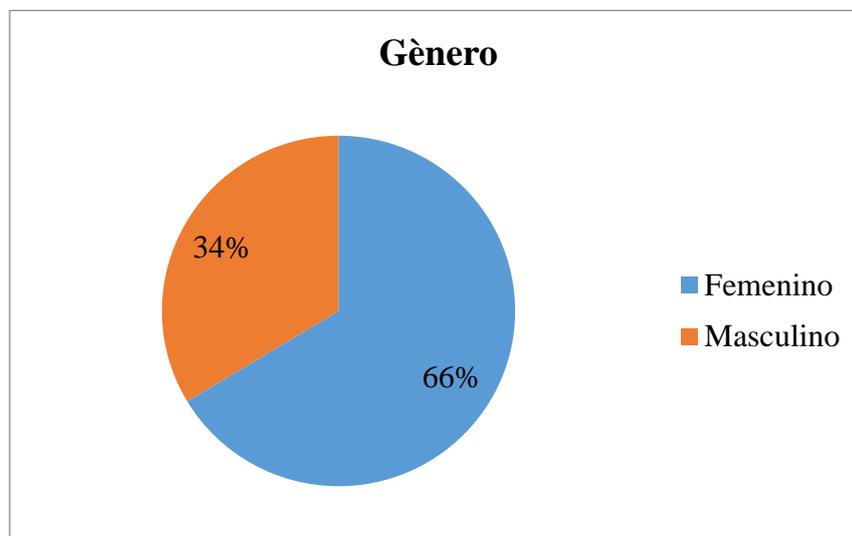


Figura 4 - Distribución del género de los encuestados.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Las encuestas reflejan que en su mayoría los posibles voluntarios pertenecerían al género femenino con un 66% equivalente a 152 chicas; mientras que los chicos reflejan un 34% que equivale a 77 varones. Esto indica que la mayor parte de los estudiantes que eligen la carrera de Turismo y Hotelería son mujeres, además se interpreta que al momento del envío habrá al menos un chico acompañando al grupo de compañeras.

3.2.1.10 Preguntas específicas:

¿Conoce Ud. acerca de los voluntariados turísticos?

Tabla 4 - Conocimiento de los estudiantes sobre los voluntariados turísticos.

Variable	Fr.	%
Si	101	44%
No	128	56%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

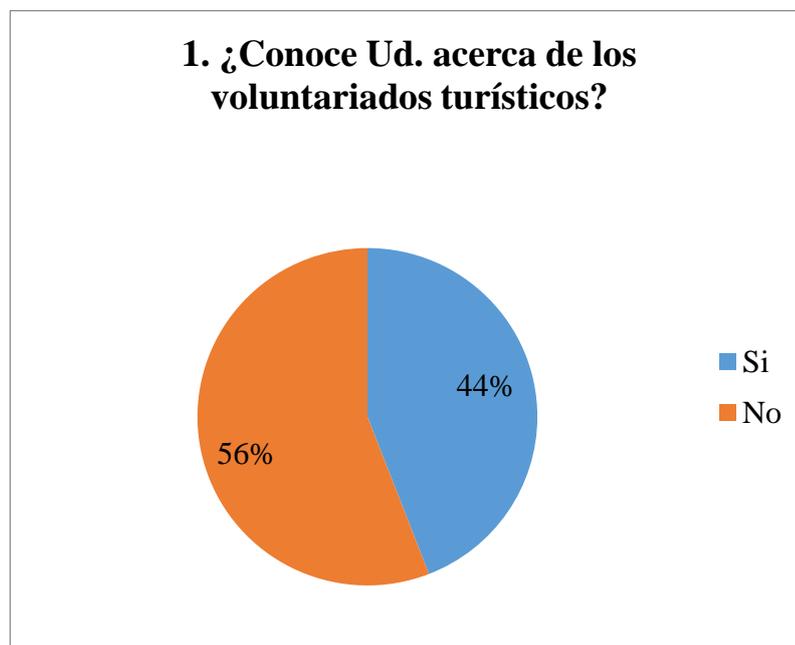


Figura 5 - Distribución del conocimiento de los estudiantes sobre los voluntariados turísticos.
 Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Las encuestas reflejan que los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería de la UCSG se encuentran paralelamente informados ya que el 56% de estudiantes mencionó que no conocen sobre los voluntariados turísticos, siendo el porcentaje no tan separado de aquellos que manifestaron que si tienen conocimiento de los voluntariados turísticos pertenecientes a un 44% de encuestas; es decir el proyecto no será considerado desconocido para los estudiantes.

¿En qué área le gustaría participar?

Tabla 5 - Área de preferencia para el desarrollo de proyectos.

Área	Fr.	%
Emprendimiento	108	47%
Desarrollo de destinos	121	53%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

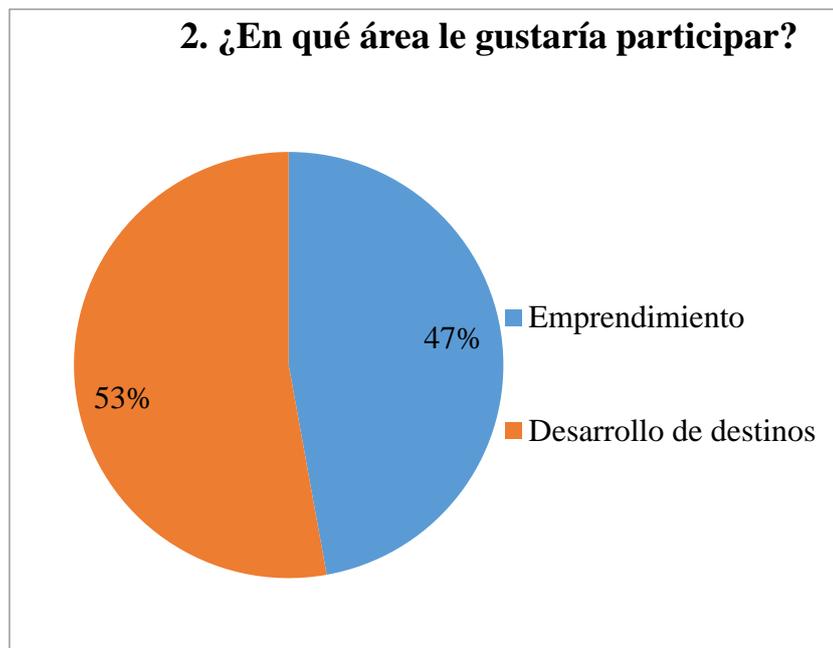


Figura 6 - Distribución del Área de preferencia para el desarrollo de proyectos.
 Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Al preguntar el área de preferencia en que les gustaría participar como voluntarios, tampoco se pudo observar una gran brecha entre ellas, siendo así que el 47% de encuestados seleccionó la opción emprendimiento, mientras que el 53% marcó la opción de desarrollo de destinos; esto nos lleva a la conclusión de que se puede ofrecer los dos tipos de proyectos, los cuales con seguridad contarán con participantes que quieran ayudar y no existirá déficit alguno en ninguna de las dos áreas.

¿Cree Ud. que es importante que la universidad cuente con este tipo de programas que a su vez le ayuda como pasantías dentro de la carrera?

Tabla 6 - Importancia de que la Universidad cuente con este proyecto.

Variable	Fr.	%
Si	216	94%
No	13	6%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

3. ¿Cree Ud. que es importante que la universidad cuente con este tipo de programas que a su vez le ayuda como pasantías dentro de la carrera

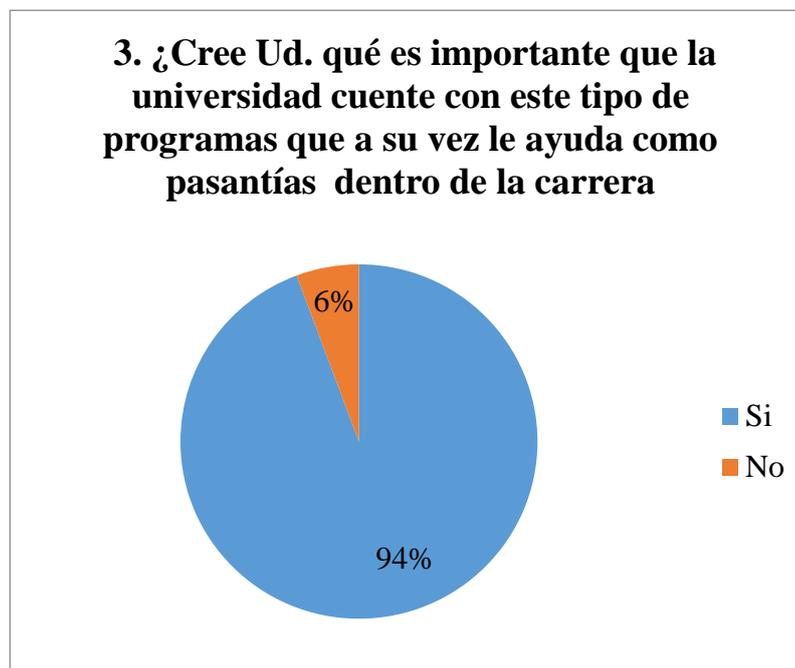


Figura 7 - Distribución de la Importancia de que la Universidad cuente con este proyecto.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: En esta pregunta para identificar el grado de importancia o ayuda que puede ofrecer este tipo de proyecto para la carrera de Turismo y Hotelería, los estudiantes en su mayoría han manifestado que si es beneficioso contar con este tipo de proyectos, tan solo el 6% de encuestados equivalentes a 13 personas seleccionaron la opción negativa. Por tal motivo se interpreta que el proyecto contará con el interés de los estudiantes.

¿Dónde realizaría Ud. los proyectos de voluntariado turístico?

Tabla 7 - Preferencia geográfica para realizar el proyecto.

Ubicación	Fr.	%
Fuera de la ciudad	66	29%
Dentro de la ciudad	52	23%
Ambas	111	48%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

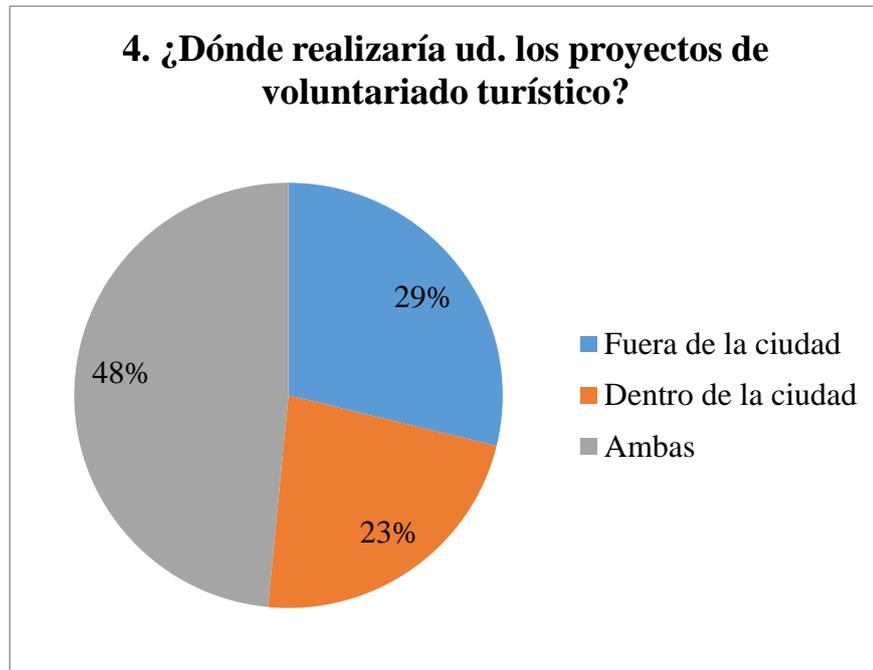


Figura 8 - Distribución de la preferencia geográfica para realizar el proyecto.
 Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Para identificar el área en el cual considerar realizar la mayor parte de los proyectos sean de emprendimiento o desarrollo de destinos, se consideró preguntar el área donde las personas prefieren realizar los trabajos, teniendo como resultados que el 48% de encuestados no tiene problema al momento de desplazarse tanto dentro como fuera de la ciudad, ya que ha seleccionado la opción ambas); mientras que el 29% seleccionó que prefiere brindar su ayuda fuera de la ciudad y el 23% prefiere realizarlo dentro de la misma. Es decir prácticamente les resulta indiferente porque ambas áreas son de preferencia de los encuestados.

¿Considera Ud. que puede ser un beneficio participar en un voluntariado?

Tabla 8 - Beneficio de participar en un voluntariado.

Variable	Fr.	%
Si	213	93%
No	16	7%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

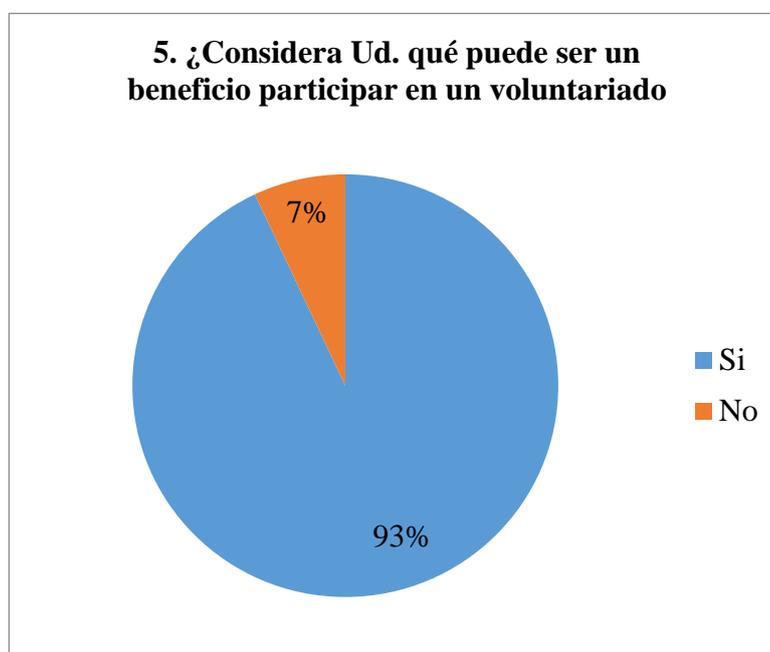


Figura 9 - Distribución de las opiniones sobre el beneficio de participar en un voluntariado.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Esta pregunta se la realizó para conocer qué opinión presentan los estudiantes a nivel personal sobre los voluntariados; el 93% de encuestados considera que si es un beneficio participar en un voluntariado mientras que el 7% ha manifestado que no hay ningún beneficio en la participación de este tipo de programas. Se interpreta que la mayor parte de los estudiantes están de acuerdo con este proyecto, porque encuentran un beneficio para sí mismos.

¿Con que frecuencia realizaría actividades de voluntariado?

Tabla 1 - Frecuencia con que realizaría actividades de voluntariado.

Frecuencia	Fr.	%
1 vez a la semana	91	40%
2 veces a la semana	59	26%
1 vez al mes	79	34%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

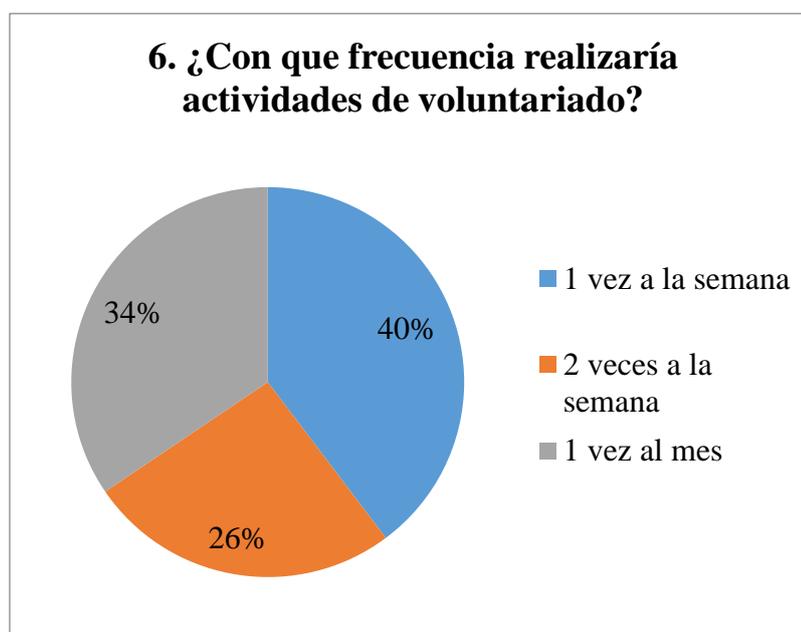


Figura 10 - Distribución de la frecuencia con que realizaría actividades de voluntariado.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: La frecuencia con que la mayoría de los encuestados realizarían esta ayuda es del 40% para actividades una vez a la semana, 34% para actividades una vez al mes y el 26% para actividades 2 veces a la semana; por lo que sería más conveniente obtener proyectos que sean realizados a largo plazo para de esta manera contar con la mayoría de estudiantes sin ocupar gran parte de su tiempo, así se ayudaría a los estudiantes que estarán a disposición tan solo una vez a la semana.

¿Qué le motivaría a participar como voluntario?

Tabla 20 - Motivación para participar como voluntario.

Motivación	Fr.	%
La experiencia	132	58%
Motivo de pasantías	75	33%
Motivo de ayuda	22	10%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta



Figura 11 - Distribución de la motivación para participar como voluntario.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: En una de las preguntas anteriores la finalidad era conocer si encontraban algún beneficio en la participación como voluntario; en esta pregunta la finalidad es conocer cuál es el beneficio que encuentran, cuál es la motivación que les inspira a participar; la gran mayoría de encuestados (58%) manifestó que su principal motivación es obtener experiencia, lo cual se convierte en un beneficio personal; el 33% de ellos seleccionó la casilla motivo de pasantías, el cual se convierte en un beneficio académico; y el 9% manifestó que su participación sería por motivo de ayuda, este se convierte en un beneficio para la comunidad, ya

que los proyectos serán realizados a personas y comunas que no cuentan con los recursos económicos para contratar consultores y promotores profesionales.

¿Cree Ud. que mediante proyectos de voluntariado se puede desarrollar la actividad turística?

Tabla 3 - Consideración de que los proyectos de voluntariado pueden desarrollar la actividad turística.

Variable	Fr.	%
Si	218	95%
No	11	5%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

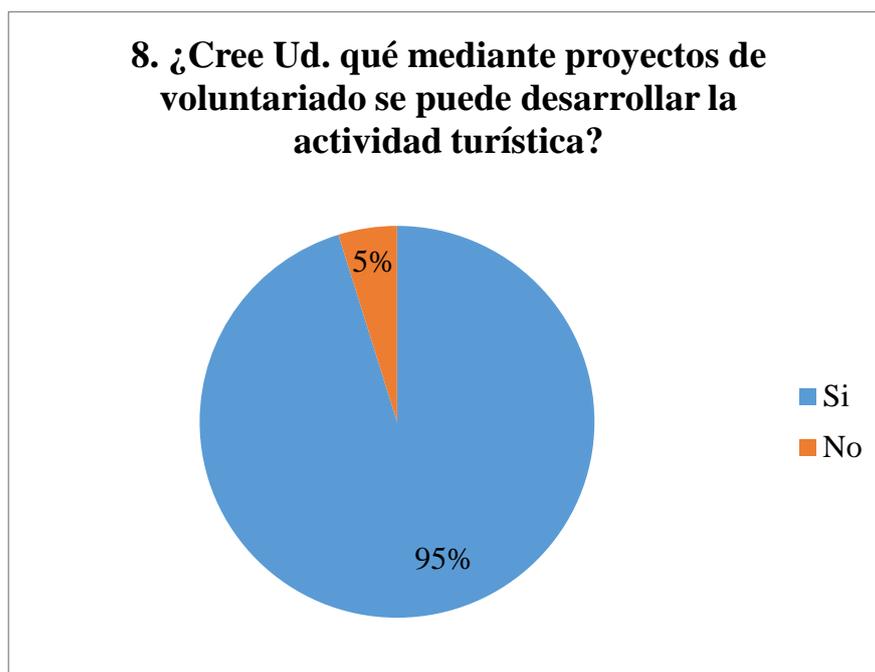


Figura 12 - Distribución de la consideración de que los proyectos de voluntariado pueden desarrollar la actividad turística.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: La base de esta pregunta es a nivel profesional, para determinar si la realización de este proyecto ayuda, beneficia, incrementa la actividad turística de un cantón, comuna, pueblo o lugar donde se vayan a realizar los

proyectos de voluntariado; la mayor parte de los encuestados el 95% seleccionó la casilla SI, es decir consideran que mediante este tipo de propuestas si se puede desarrollar la actividad turística y tan solo el 5% no están de acuerdo con que esta es una herramienta útil para el desarrollo turístico.

¿Le gustaría participar en un voluntariado turístico?

Tabla 42 - Participación de los encuestados como voluntarios turísticos.

Variable	Fr.	%
Si	202	88%
No	27	12%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

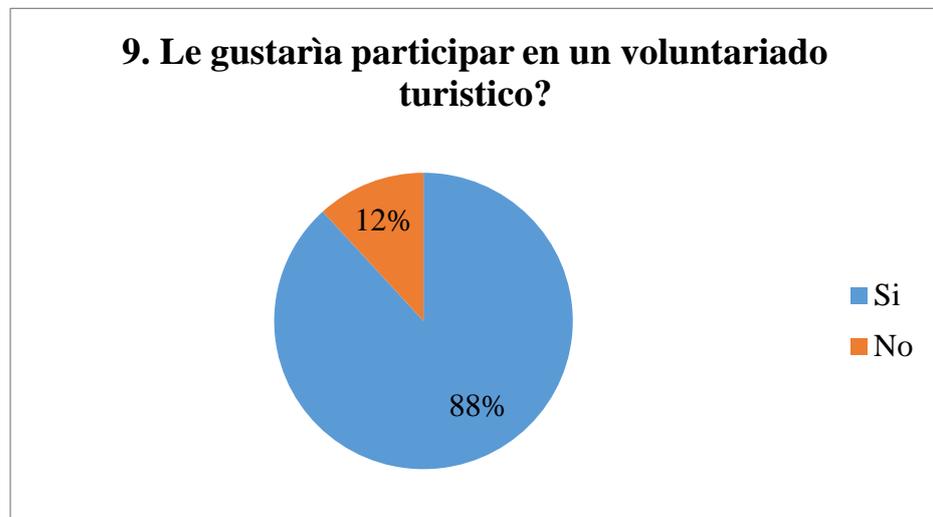


Figura 13 - Distribución de la participación de los encuestados como voluntarios turísticos.

Fuente: Encuesta de Creación de una Oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG
 Elaborado por: Mercedes Morán – Ericka Pauta

Interpretación de los resultados: Muchas veces las personas apoyan o están de acuerdo con proyectos, ideas, de los cuales encuentran más de un beneficio pero sin embargo en ocasiones las personas no están dispuestas a participar, por este motivo era importante realizar esta pregunta para aclarar si se cuenta o no con el respaldo

personal de cada uno; de esta manera el 88% de los encuestados (202 estudiantes) manifestaron que si están de acuerdo y les agradaría participar en este proyecto mientras que el 12% de ellos (27 estudiantes) seleccionaron que no estarían dispuestos a participar.

3.2.2 Entrevistas

Para las entrevistas se escogió al azar el lugar siendo principalmente en la Provincia de Cañar donde se realizó la mayor parte de las mismas, a moradores de la Parroquia Ingapirca, Parroquia Cojitambo y Cantón Azogues.

En la Provincia del Guayas se realizó una entrevista en el Cantón Milagro.

La entrevista está compuesta por cinco sencillas preguntas, las cuales tienen como finalidad dar a conocer que piensan los habitantes de las comunas, pequeños emprendedores y público en general sobre la realización de este proyecto e identificar si están de acuerdo o no, que los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería ejecuten uno o más planes en beneficio de la localidad.

Además se desea comprender sobre el interés que presentan los habitantes de los sectores entrevistados en relación al turismo, es decir si su comunidad presenta vocación turística o prefiere realizar actividades de otra índole.

3.2.2.1 Entrevista # 1

Entrevista a la Sra. Azucena Urgirles

Moradora de la Parroquia Cojitambo

Cantón Azogues- Provincia Cañar- Ecuador

1.- ¿Le gustaría recibir turistas en su comunidad?

Sí, pero no tenemos lugares que puedan visitar.

2.- ¿Qué obras piensa Ud. que deberían realizarse en su comunidad?

Necesita un parque de diversiones, que significa tener juegos infantiles.

Necesita zonas recreativas para que los jóvenes puedan jugar y divertirse, parques, canchas de fútbol, una sala donde haya instrumentos musicales para que los jóvenes

puedan aprender con la música, porque es algo que llama mucho la atención a los jóvenes.

¿Cree Ud. que las ruinas de Cojitambo puedan ser un atractivo turístico?

Sí, pero la gente casi no les presta atención y no las conoce.

3.- *¿Cree Ud. que los habitantes de la comuna necesitan ser capacitados para mejorar el turismo de la comunidad?*

Sí, porque no pueden dar información acerca de las pocas cosas bonitas que tenemos, entonces la gente se decepciona y se quiere ir.

4.- *¿Cree Ud. que si se realizan estas obras en su comunidad será de beneficio para todos?*

A lo mejor, porque con mis compañeros de la comuna podemos brindar nuestros servicios y podríamos tener un ingreso extra.

5.- *¿Estaría Ud. de acuerdo con que los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de la UCSG lleven a cabo los proyectos de desarrollo o emprendimiento en su comuna?*

Me gustaría que hubiera personas profesionales para llevar a cabo los proyectos ya que si son estudiantes no están capacitados y pueden desperdiciar el poco dinero que tenemos.

3.2.2.2 Entrevista # 2

Entrevista al Sr. Manuel Cabrera

Taxista Cantón Azogues

Provincia Cañar- Ecuador

1.- *¿Le gustaría recibir turistas en su comunidad?*

Sí, es algo muy bueno que la gente venga a visitar

2.- *¿Qué obras piensa Ud. que deberían realizarse en su comunidad?*

No sé. Hay unas piscinas termales muy cerca de aquí, la gente podría ir allá. Y pueden ir también al Santuario de la Virgen de la Nube, pero la gente casi no conoce

mucho. Hay lugares como la Plaza de la Juventud pero es muy oscuro y la gente casi no va para allá aunque está en el centro de la ciudad.

3.- *¿Cree Ud. que los habitantes de la comuna necesitan ser capacitados para mejorar el turismo de la comunidad?*

Sí, porque no saben mucho que hay aquí en Azogues y no pueden decir a los turistas.

4.- *¿Cree Ud. que si se realizan estas obras en su comunidad será de beneficio para todos?*

Sí, porque eso mejora la economía de la comunidad, la gente viene y compra cosas, utiliza el transporte eso es bueno para nosotros.

5.- *¿Estaría Ud. de acuerdo con que los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de la UCSG lleven a cabo los proyectos de desarrollo o emprendimiento en su comuna?*

Sí, estoy de acuerdo porque eso ayudará a que muchos proyectos se desarrollen, y sería bueno que trabajen junto a los jóvenes de acá, así ellos también aprenden.

3.2.2.3 Entrevista # 3

Entrevista a la Sra. María Arias

Parroquia Ingapirca

Cantón el Tambo- Provincia Cañar- Ecuador

Dueña de Restaurante (Sin Nombre)

1.- *¿Le gustaría recibir turistas en su comunidad?*

Sí, la gente viene mucho acá a visitar las Ruinas de Ingapirca.

2.- *¿Qué obras piensa Ud. que deberían realizarse en su comunidad?*

No sé. Las Ruinas llaman mucho la atención pero la gente va para allá, y no visita nada más, no vienen al centro a visita la Iglesia y los parques que tenemos.

3.- *¿Cree Ud. que los habitantes de la comuna necesitan ser capacitados para mejorar el turismo de la comunidad?*

Sí, porque la gente viene mucho, y deberían decir a los que van a las ruinas que vengán a visitar también el centro, aquí la gente es buena con los que llegan a visitar.

4.- *¿Cree Ud. que si se realizan estas obras en su comunidad será de beneficio para todos?*

Sí, porque los que vivimos aquí estamos viendo que es bueno que la gente venga y ponemos restaurantes y tienditas donde la gente puede comprar principalmente comida, algunos ponen también tienditas de artesanías y recuerdos; pero muchos aún no tienen la posibilidad de poner cosas grandes sino pequeños puestitos cercanos a las vías de las Ruinas que es lo que más llama la atención.

5.- *¿Estaría Ud. de acuerdo con que los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de la UCSG lleven a cabo los proyectos de desarrollo o emprendimiento en su comuna?*

Sí, porque yo quisiera agrandar mi negocito, tengo un pequeño restaurante y quisiera aumentar las ventas, la gente no viene mucho acá.

3.2.2.4 Entrevista # 4

Entrevista a la Sr. Augusto Arregui

Cantón San Francisco de Milagro

Provincia Guayas – Ecuador

Dueño de Local de Artesanías “Artes Piquín”

1.- *¿Le gustaría recibir turistas en su comunidad?*

Sí, es muy importante la llegada de turistas a esta hermosa ciudad que a los pocos que llegan los recibe con los brazos abiertos, esperamos siempre aumenten el número de visitantes.

2.- *¿Qué obras piensa Ud. que deberían realizarse en su comunidad?*

Milagro tiene madera para realizar muchas obras turísticas, se podría recuperar el Río Milagro y realizar ahí actividades de remo, andar en bote, etc. esto se puede hacer por tramos del río ya que no podemos recuperarlo de golpe porque está muy sucio y la gente aún arroja basura y para comprometer a la gente y el proyecto transcurra varias generaciones se lo puede hacer a través de una fundación.

También se puede implementar una ruta turística dentro del cantón que inicie desde el Ingenio Valdéz, para que la gente conozca como es la plantación, cultivo y cosecha de la caña de azúcar, el proceso de convertir la caña en azúcar, luego de eso se puede pasar caminando por el puente que llega hasta la Iglesia de la ciudadela Valdéz que esta junto al museo del Ingenio; después de visitar este museo se puede llegar caminando hasta el Complejo Visaltur donde también hay un pequeño museo y aquí la gente puede llegar a almorzar y distraerse en las piscinas, esa es mi idea y se puede mejorar.

El municipio se debe fijar en el desarrollo de las Parroquias de Milagro, especialmente en la Parroquia de Chobo, esta posee mucha historia, tiene la casa embrujada que lastimosamente fue destruida por los moradores pero aún queda un pequeño corredor subterráneo que ésta tenía, en el camino hacia el centro de Chobo hay varias chimeneas decoradas naturalmente por ramas de árboles, una de ellas es atravesada por un árbol y la otra está totalmente envuelta por el árbol; meses atrás llevé a mi cuñado y quedo encantado con el lugar.

Otra actividad que se puede realizar es idear un plato típico de Milagro, hecho a base de piña, fruta por la cual Milagro es conocida a nivel nacional, antiguamente cerca del Colegio Técnico Milagro existía un restaurante llamado “El Piñal” ahí ofrecían ciertos platos hechos a base de piña. También se debería buscar crear algún dulce lo cual es mucho más fácil de realizar; se debería incentivar a la gente para que hagan mermelada de piña artesanal.

Algo importante también es que aquí no hay artesanías típicas de Milagro, yo soy el único que las vengo realizando desde 1982, la gente compra pero también deberían existir más artesanos interesados en promocionar así nuestro cantón ya que cuando viene un migrante nuestro, lleva artesanías representativas de Quito, Guayaquil y Galápagos que las tiene que comprar en Guayaquil porque en Milagro no hay.

3.- ¿Cree Ud. que los habitantes de la comuna necesitan ser capacitados para mejorar el turismo de la comunidad?

Sí, la gente debería educarse, hay muchas cosas buenas en Milagro pero los mismos milagreños no sabemos apreciar y no cuidamos; las capacitaciones deben

empezar desde nuestros gobernantes porque hay mucha falencia en el municipio, todos tienen conocimientos importantes en ciertas áreas pero no ayudan ni en lo que conocen peor en lo que no conocen, se debe crear en nuestros gobernantes un espíritu de vocación turística que cuide nuestro patrimonio y a partir de eso capacitar a la comunidad para que cuide lo que tenemos y no pase como ya sucedió con las Cataras que ya están destruidas.

4.- ¿Cree Ud. que si se realizan estas obras en su comunidad será de beneficio para todos?

Sí, seguramente será de mucho beneficio, mejorará la economía de Milagro y sus habitantes; Milagro será reconocido turísticamente.

5.- ¿Estaría Ud. de acuerdo con que los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de la UCSG lleven a cabo los proyectos de desarrollo o emprendimiento en su comuna?

Sí, es bueno que los estudiantes quieran ayudar a Milagro, pero me da pena que la ayuda venga de afuera es decir me da pena que los propios milagreños no se preocupen por mejorar la ciudad y cuidar lo que tenemos. Es muy bueno que los estudiantes de la Universidad vengan a ayudar para que los jóvenes Milagreños y de otras ciudades sigan ese buen ejemplo.

3.2.3 Análisis e interpretación de los resultados:

Las entrevistas indican que la mayor cantidad de las personas entrevistadas están de acuerdo en participar en este tipo de proyectos; les agrada que los estudiantes de la UCSG presenten esta alternativa y a su vez quieren que incentiven a los demás estudiantes de otras universidades a proponer o desarrollar proyectos similares. Cada uno de los entrevistados concuerda que el turismo es una actividad muy importante que genera ingresos económicos representativos en los lugares donde llegan gran parte de turistas, y manifiestan que es bueno para su lugar de vivienda que se desarrollen proyectos para aumentar el turismo en la localidad.

Las entrevistas realizadas en la Provincia del Cañar, se realizaron con propósito de demostrar la diversidad de proyección turística que posee cada parroquia

entrevistada, tanto la Parroquia Cojitambo como la Parroquia Ingapirca poseen ruinas naturales, sin embargo tan solo una de ellas es visitada y reconocida turísticamente; es decir en la Parroquia Ingapirca el Complejo Arqueológico del mismo nombre es muy concurrido por los turistas pero aun así la parroquia como tal no es visitada; mientras que el Complejo Arqueológico de Cojitambo es prácticamente desconocido aun para los mismos moradores del sector, no existe una proyección turística del lugar.

La entrevista realizada en el cantón Azogues se realizó con la finalidad de relacionar el lugar como puente de conexión para las Parroquias Cojitambo e Ingapirca, ya que está ubicada a 15 minutos de Cojitambo y aproximadamente 40 minutos de Ingapirca. Cabe recalcar que aunque Azogues es cantón, la persona entrevistada no mencionó lugares propios para visitar, sino que manifestó que se puede visitar los sectores aledaños.

En la región Costa, se entrevistó al Sr. Agustín Arregui, artesano del cantón Milagro, para evidenciar que pese a que el cantón es muy poblado, y es capital regional de la Zonal 5, su vocación puede no ser turística ya que al contar con los medios necesarios para crecer turísticamente no lo hace, además se relaciona con las Parroquias del Cañar porque pese a que Milagro podría tener recursos económicos para producir lugares turísticos se ha detenido en el camino, al igual que las parroquias antes mencionadas.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL EMPRENDIMIENTO

CAPÍTULO IV

4.1 Estudio Organizacional

4.1.1 Razón social o nombre del proyecto:

UCSG Volunteer

4.1.2 Objeto Social:

Brindar servicio de asistencia, sin fines de lucro, en proyectos de emprendimiento y desarrollo de destinos mediante el voluntariado turístico de jóvenes y docentes universitarios, para personas y comunas de bajos recursos económicos con la finalidad de mejorar el sistema turístico de la localidad.

4.1.3 Logo:

Toda institución debe tener un logo que lo identifique por tal motivo se propone el logo de la marca UCSG VOLUNTEER.



Figura14 - Logo UCSG VOLUNTEER

Fuente: Elaboración Propia

4.1.3.1 Análisis del Logo:

El logo presenta tres elementos importantes;

- *Logo de la carrera de Turismo y Hotelería:* se ha utilizado el logo de la carrera porque la oficina de Voluntariado Turístico pertenecerá a la misma, por tal motivo debe llevar el identificativo que los relacione directamente.
- *Manos abiertas:* simboliza a los voluntarios, las manos están abiertas sosteniendo el logo de la carrera en representación de los estudiantes que están disponibles y dispuestos a desarrollar gratuitamente los proyectos que la oficina requiera.
- *Nombre la de marca:* UCSG VOLUNTEER se convierte en el nombre de la marca, por tal motivo es importante que se vea reflejado dentro del logo que identifica a la oficina de voluntariado turístico.

4.1.4 Misión:

Motivar a jóvenes estudiantes y profesionales en la participación de proyectos que generen diversos beneficios para personas y comunidades de escasos recursos económicos mediante el desarrollo de la actividad turística.

4.1.5 Visión:

Ser líderes en el desarrollo del voluntariado turístico, promover en los jóvenes estudiantes y profesionales del Ecuador un espíritu de conciencia y ayuda social para que pongan a disposición de la sociedad en general sus conocimientos y tiempo sin solicitar retribución económica.

4.1.6 Valores:

- Tolerancia, para que puedan soportar el tiempo y los inconvenientes que pueden surgir a lo largo del desarrollo del proyecto.
- Honestidad, en todo momento ya que muchas veces se puede tener información confidencial.
- Lealtad y compromiso de querer ayudar y no dejar los proyectos realizados a medio camino.

- Respeto, para las creencias y costumbres de cada comunidad.
- Responsabilidad y compromiso tanto del equipo de voluntario como de las comunidades receptoras, en cada uno de los proyectos encomendados.

4.1.7 Principios:

- Incrementar la experiencia laboral de los jóvenes en su currículum vitae mediante la participación en el proyecto de voluntariado.
- Compromiso con el futuro: Promover el desarrollo de las comunidades ecuatorianas mediante la realización de proyectos turísticos permitiendo su sostenibilidad futura.
- Fortalecer el trabajo en conjunto para las instituciones universitarias y los pueblos comunales del Ecuador.
- Compromiso con el medio ambiente a no destruirlo y colaborar en su conservación.

4.1.8 Organigrama:

Existen varios tipos de organigramas, al ser ésta una oficina pequeña se ha elegido el organigrama de tipo informativo; la finalidad de este tipo de organigramas como su nombre bien lo indica es informar a quien revise la estructura de la organización para que de esta manera pueda comprender fácilmente cómo se maneja la oficina y en cuantas áreas de trabajo está dividida.



Figura 15 - Organigrama de la oficina de Voluntariado Turístico de la UCSG

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Mercedes Moran – Ericka Pauta

Como se observa en el organigrama, la oficina de voluntariado turístico estará a cargo del Coordinador(a) quien será la imagen de la oficina dentro y fuera de la Universidad; es decir dentro de la Universidad estar bajo la supervisión y atención del Director(a) de la carrera de Turismo y Hotelería; fuera de la Universidad su relación será con todos aquellos que soliciten la participación de los voluntarios para la realización de sus proyectos. El Coordinador(a) será un(a) docente de la carrera que labore a tiempo completo en la misma.

4.1.9 Estructura organizacional - DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

1. Identificación

1.1.1 Nombre del Puesto: Coordinador(a)

1.1.2 Nombre del Ocupante: _____

1.1.3 Fecha de Elaboración: 10 Agosto 2015

1.1.4 Superior Inmediato: Director(a) de la Carrera de Turismo y Hotelería.

Misión: El Coordinador(a) debe presentar informes para el Director(a) de la carrera, de esta manera llevar un control de las actividades de la oficina y comunicar cómo se desarrolla el desempeño de los voluntarios permitiendo que muchos jóvenes se sigan uniendo; además su principal función es buscar comunas y pequeños emprendedores que tengan proyectos pendientes para establecer planes de cooperación e iniciar el estudio del proyecto y determinar la viabilidad de los mismos.

Si un proyecto es debidamente aceptado, tiene que realizar un plan de desarrollo, organizar y dirigir cada proyecto para determinar el tiempo de duración que éste tendrá e identificar el número de voluntarios necesarios y garantizar el cumplimiento de las tareas encomendadas en los tiempos previamente pactados, luego de esto su tarea es notificar a cada voluntario sobre su participación en un proyecto, para confirmar su presencia y nombrar un líder y representante por proyecto y comunicar a la comunidad el número de participantes para que dispongan del hospedaje de los mismos.

Adicional a esto otra función que cumple el Coordinador(a) es brindar cursos de capacitación sobre emprendimiento para establecer fechas y duración de las capacitaciones e incentivar en la comunidad un espíritu emprendedor.

2. Áreas de Responsabilidad

A continuación se detalla el cuadro de las áreas de responsabilidad que debe cumplir el coordinador(a).

Áreas de Responsabilidad	Actividades	Resultados
1. Presentar informes para el Director(a) de la carrera	1. Llevar un control de las actividades de la oficina y comunicar cómo se desarrolla el desempeño de los voluntarios	1. Permitir que muchos jóvenes se sigan uniendo y su colaboración sea aceptada como pasantías.
2. Buscar comunas y pequeños emprendedores que tengan proyectos pendientes	2. Establecer planes de cooperación	2. Iniciar el estudio del proyecto y determinar la viabilidad de los mismos
3. Realizar un plan de desarrollo, organizar y dirigir cada proyecto.	3. Determinar el tiempo de duración que éste tendrá e identificar el número de voluntarios necesarios.	3. Garantizar el cumplimiento de las tareas encomendadas en los tiempos previamente pactados
4. Notificar a cada voluntario sobre su participación en un proyecto	4. Confirmar su presencia y nombrar un líder y representante por proyecto.	4. Comunicar a la comunidad el número de participantes para que dispongan del hospedaje de los mismos
5. Brindar cursos de capacitación sobre emprendimiento	5. Establecer fechas y duración de las capacitaciones	5. Incentivar en la comunidad un espíritu emprendedor

Figura16 - Áreas de responsabilidad del Coordinador(a)

Fuente: Elaboración Propia

3. Conocimientos requeridos:

- Tener amplios conocimientos en la industria de Turismo y Hotelería.
- Mantener familiaridad con los fundamentos administrativos (planificar, organizar, dirigir, controlar)
- Poseer capacidad de liderazgo, y buena comunicación.
- Dominar temas como marketing y publicidad, calidad del servicio y voluntariado.
- Dominar temas sobre la planeación, ejecución de proyectos de desarrollos de destinos y emprendimiento.

4. Relaciones: _____

4.1.1 Internas: Mantiene relación directa con el Director(a) de la carrera Turismo y Hotelería y estudiantes.

4.1.2 Externas: Mantiene relación con los representantes de las comunas y los pequeños emprendedores.

4.2 Mercado objetivo

El mercado objetivo son los jóvenes estudiantes universitarios y docentes profesionales de la carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, quienes formarán parte del equipo de voluntarios; además se considerará a las comunas y personas de escasos recursos económicos como parte de las instituciones y personas a intervenir a través de la agencia de voluntariado turístico.

4.3 Estudio técnico

4.3.1 Localización del proyecto

La ubicación adecuada de una entidad siempre será importante para su posicionamiento y su desempeño laboral, ya que esta debe ser de fácil acceso para tanto para el público como para sus contratantes. De ésta manera la Oficina de Voluntariado Turístico – UCSG Volunteer, estará ubicada en la Ciudad de Guayaquil perteneciente a la Provincia del Guayas.

Para una mejor explicación se detalla a continuación la localización del proyecto en dos aspectos principales:

- Macro localización
- Micro localización

4.3.2 Macro localización

El territorio donde se va a ubicar la oficina de voluntariado turístico, será dentro de las instalaciones de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, ubicada en la Av. Carlos Julio Arosemena Km 1^{1/2} Vía Daule, la ubicación se considera en ese lugar debido a que es un proyecto que presenta relación directa con la institución.

4.3.3 Micro localización

La micro localización será dentro de la Facultad de Especialidades Empresariales, específicamente en el aula perteneciente a los docentes a tiempo completo.

4.3.4 Distribución física del espacio

Se refiere al espacio físico que es muy importante para el entorno del lugar en este caso la oficina y las personas que trabajarán en este, ya que con un espacio adecuado las actividades y las funciones, se realizarían de manera eficaz y eficiente, y también para el cliente se sienta a gusto.

Para el aprovechamiento del espacio físico, se ha diseñado una oficina de 3m x 3m en la cual la oficina será para el Coordinador(a), que tomará lugar en la Oficina de Docentes a tiempo completo.

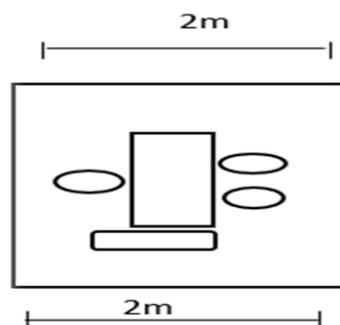
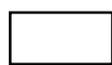
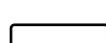


Figura17 - Distribución del espacio físico para la oficina de voluntariado turístico de la UCSG
Fuente: Elaboración propia

Cada figura representa como va estar distribuida la oficina y lo que se requiere teniendo en cuenta que:

 Será un escritorio sencillo

 Sillas para oficina

 Un archivador

La oficina contará con:

- 1 escritorio de 1m x 0.7m
- 1 archivador 1m de alto x 0.40m ancho
- 3sillas de escritorio de 0.50 de alto x 0.70 de ancho

4.3.5 Horario de funcionamiento

El docente coordinador de la oficina de voluntariado turístico de la UCSG trabajará las actividades de la oficina en el mismo horario que la secretaria de la Carrera de Turismo y Hotelería; es decir atenderá de lunes a viernes desde las 9am hasta las 5pm.

4.3.6 Infraestructura necesaria:

La oficina de voluntariado turístico de la UCSG contará con un espacio de 2m x 2m en referencia al espacio físico necesario para montar la oficina, constará de un sistema de aire acondicionado, equipos de computación: una computadora, impresoras, software, antivirus, etc., equipos de oficina: muebles y enceres un escritorio, sillas de espera y silla de escritorio, y otros, suministros de oficina, etc.

4.3.7 Control de calidad:

La calidad dentro de todo establecimiento es muy importante ya que esto indica que se cumplen ciertos estándares para entregar servicios de primera a sus cliente; la industria turística no está distante de estos sistemas de calidad, es así que existen ciertas normas y reglamentos que ayudan a mejorar la atención del turista, y a su vez esto garantiza el prestigio y estabilidad económica de la entidad.

“Existen cuatro factores que definen la calidad de un servicio: la imagen, la funcionalidad, la seguridad y la higiene, tanto en la atención al cliente huésped como en las instalaciones y los equipos.” así se define en la Guía para autogestión de calidad servicios turísticos comunitarios de la Organización Internacional del Trabajo. (Maldonado, Hernández. 2011)

Para lograr la calidad en esta oficina de voluntariado se implementará la teoría del ciclo de Deming también conocido como el Ciclo de la Mejora Continua según detallan García, Quishpe y Ráez (2003), el Ciclo de Deming es “Sistema enfocado hacia la Gestión está muy relacionado con el Enfoque a los procesos, por que plantea el ciclo de mejora continua de los procesos PDCA o PHVA que significa "Planificar-Hacer- Verificar-Actuar" desarrollado por W. Shewarth (1920)”

De esta manera la realización de los proyectos de voluntariado se ejecutarán mediante:

- Planificación: establecer los objetivos necesarios para cada proyecto, y de esa manera trabajar por conseguir las metas planteadas en beneficio de las comunas y microempresarios como también de los voluntarios y el prestigio de la institución.
- Hacer: una vez planteados los objetivos de cada proyecto, se implementaran una serie de procesos para el alcance de los mismos.
- Verificar: luego de culminar un proyecto, se realizará una evaluación del mismo para medir si se ha cumplido no sólo con la realización del proyecto sino con las metas y objetivos propuestos al inicio de los mismos.
- Actuar: en base a los resultados de la etapa anterior, se tomaran medidas para mejorar continuamente el desempeño y evitar futuros errores.

4.3.8 Procesos para alcanzar la calidad:

Con el fin de alcanzar, mantener y establecer nuevos objetivos de calidad se trabajará mediante una serie de procesos como:

- Autoevaluación: al finalizar cada parcial académico se realizará una autoevaluación de las actividades que cumple la oficina, y su rendimiento en función a la calidad de los servicios que se brindan.
- Auditorías internas: se realizarán al culminar cada año académico, y se llevará a cabo por un auditor(a) que a bien lo disponga el Coordinador(a) de la carrera de Turismo y Hotelería.
- Corregir: se realizará cada vez que se obtenga resultado de la autoevaluación o auditoría interna; se realiza con la finalidad de tomar acciones para corregir los errores encontrados; una técnica que se considera para la corrección será establecer indicadores claros medibles de la calidad que contengan la cantidad, la calidad y el tiempo de lo que se quiere lograr.

4.3.9 Normalización:

La oficina de voluntariado turístico estará ubicada dentro de la Facultad de Especialidades Empresariales por ello debe cumplir ciertas normativas asociadas a la Norma ISO 9001:2008, ya que la oficina presenta relación con uno de los procesos en que la Norma interviene; este es en Programación Académica.

La relación se debe a que la oficina trabajará como una fuente de pasantías pre profesionales para los estudiantes de la carrera, por tal motivo la realización y aceptación de las pasantías se rigen mediante el *Instructivo* para prácticas pre profesionales y pasantías; sin embargo existe también otro documento fundamentado en la LOES, que tiene referencia en la norma de calidad antes mencionada.

Base Legal del Sistema de Gestión de Calidad UCSG (2014); en este documento existe un párrafo denominado **Prácticas pre Profesionales** el cual refiere que: Son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que un estudiante debe adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión. Estas prácticas deberán ser de investigación- acción y se realizarán en el entorno institucional, empresarial o comunitario público o privado, adecuado para el fortalecimiento del aprendizaje. Las

prácticas pre profesionales o pasantías son parte fundamental del currículo conforme se regula en el presente reglamento.

Cada carrera asignará, al menos, 400 horas para prácticas pre profesionales, que podrán ser distribuidas a lo largo de la carrera, dependiendo del nivel formativo, tipo de carrera y normativa existente. El contenido, desarrollo y cumplimiento de las prácticas pre profesionales serán registrados en el portafolio académico.

Realización de las prácticas pre profesionales.- Las instituciones de educación superior diseñarán, organizarán y evaluarán las correspondientes prácticas pre profesionales para cada carrera. Para el efecto las Instituciones de Educación Superior (IES) implementarán programas y proyectos de vinculación con la sociedad, con la participación de sectores productivos, sociales y culturales. Estas prácticas se realizarán conforme a las siguientes normas:

1. Las actividades de servicio a la comunidad contempladas en los artículos 87 y 88 de la LOES serán consideradas como prácticas pre profesionales. Para el efecto, reorganizarán programas y proyectos académicos que deberán ejecutarse en sectores urbano-marginales y rurales. Estas prácticas tendrán una duración mínima de 160horas.

2. Todas las prácticas pre profesionales deberán ser planificadas, monitoreadas y evaluadas por un tutor académico de la Institución de Educación Superior, en coordinación con un responsable de la institución en donde se realizan las prácticas (institución receptora). En la modalidad dual, se establecerá además un tutor de la entidad o institución receptora.

3. Toda práctica pre profesional estará articulada a una o varias cátedras. El tutor académico de la práctica pre profesional deberá incluir en la planificación de la cátedra las actividades, orientaciones académicas-investigativas y los correspondientes métodos de evaluación.

4. Para el desarrollo de las prácticas pre profesionales, cada Institución de Educación Superior establecerá convenios o cartas de compromiso con las contrapartes públicas o privadas. Como parte de la ejecución de los mismos deberá

diseñarse y desarrollarse un plan de actividades académicas del estudiante en la institución receptora.

5. En caso de incumplimiento de compromisos por parte de la institución o comunidad receptora, o del plan de actividades del estudiante, la institución de educación superior deberá reubicarlo inmediatamente en otro lugar de práctica.

6. Las Institución de Educación Superior organizarán instancias institucionales para la coordinación de los programas de vinculación con la sociedad y las prácticas pre profesionales, en una o varias carreras.

7. En el convenio específico con la institución o comunidad receptora, deberá establecerse la naturaleza de la relación jurídica que ésta tendrá con el estudiante:

a. Si es únicamente de formación académica, se excluye la remuneración y de ser necesario se utilizará un seguro estudiantil por riesgos laborales; la gratuidad de la educación superior pública no cubrirá el seguro estudiantil;

b. Si se acuerda una relación laboral que incluye fines formativos, es decir, una pasantía, ésta se registrará por la normativa pertinente e incluirá la afiliación del estudiante al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

4.4 Plan de Marketing

4.4.1 Segmentación del mercado:

Para realizar una segmentación de mercado debemos partir desde su definición que según Munuera, et al. (2007) expresa en el libro Estrategias de Marketing “Mercado es el conjunto de consumidores que comparten una necesidad o función y que están dispuestos a satisfacerla a través del intercambio de todos los productos que el consumidor estime que pueden satisfacer esta necesidad” (p.67). Es decir, mercado son todas aquellas personas que tienen una necesidad y que al encontrar los productos que esta oficina ofrece, se consideran que se convierten en una parte muy esencial, a tal punto que para satisfacer sus necesidades de esta manera, se convierten en el mercado para la empresa.

Para poder ofrecer productos o servicios a un determinado mercado, la empresa debe analizar qué tipos de necesidades presenta la ciudadanía; para de esta manera

crear el prototipo de “solución” es decir el producto que satisfaga su necesidad; a esto se lo conoce como *segmentación de mercado* y para lograrla se hace un estudio del tipo de persona en que la empresa fijara sus productos.

Existen varios criterios de segmentación de mercado, según expresa Munuera, et al. (2007) en el Libro Estrategias de Marketing; “se sugiere la clasificación de los criterios en tres grandes grupos: segmentación basada en el beneficio buscado por el consumidor (*¿Qué quiere?*), segmentación enfocada en su comportamiento (*¿Qué hace?*), segmentación apoyadas en las características del consumidor (*¿Quién y cómo es?*)”.(p.77)

La segmentación basada en el beneficio: Buscado por el consumidor abarca las necesidades que lo atraen a la elección de un producto, por qué tiene tal necesidad y el medio para conseguirla; entre estas la elección del producto puede depender de su economía, el diseño del producto, el prestigio que posea la empresa que lo ofrece, el tipo de servicio que se ofrece y con qué estilo se lo entrega, entre otros.

La segmentación enfocada a su comportamiento: Estudia lo que hace el consumidor, es decir la frecuencia con que obtiene tal producto, la categoría del producto que adquiere, y este tipo de consumidor se deja influenciar mucho por las estrategias de marketing.

La segmentación apoyada en las características del consumidor: Es mucho más extensa ya que esta estudia las características demográficas y socioeconómicas del consumidor (edad, sexo, religión, profesión, localización geográfica, entre otros); estudia su estilo de vida (aventurero, estable, extrovertido, relación familiar, relación social, etc.); y su personalidad (agresivo, afectivo, compulsivo, autoritario, y demás).

Luego de realizar un conocimiento de los tipos de segmentación, se ha decidido enfocarse en la segmentación basada en el beneficio buscado por el consumidor, ya que al ofrecer productos de voluntariado y al ser las comunas y pequeños empresarios quienes buscan a esta empresa para su colaboración, es importante basarse en satisfacer las necesidades que atrae a los consumidores hacia la institución.

4.4.2 Estrategias de Posicionamiento:

Una vez establecido el segmento de mercado se procede a establecer las estrategias con que se atraerá a los consumidores, las estrategias con que la empresa se involucrará con su mercado objetivo para lograr el posicionamiento en la mente del consumidor; este tipo de estudios ayuda a la empresa a identificar posteriormente cuáles serán las estrategias de marketing con las que se introducirá en el mercado.

Estrategia de concentración: la empresa dirige un producto específico a un solo mercado, y pone a disposición todos sus esfuerzos para alcanzar el objetivo deseado que es atraer la atención y colaboración del consumidor.

Sin embargo la estrategia de concentración no significa que el producto será ofrecido como un único producto con un solo atributo, sino por el contrario deberá manifestarse todos los atributos posibles que el producto posee para de esta manera llegar mediante distintos medios a un solo mercado.

Otra técnica de posicionamiento es establecer las percepciones y preferencias que poseen los consumidores con respecto al producto; en este se debe seleccionar el producto-mercado al cual está dirigido y establecer la competencia presente en el mercado, luego de esto se debe realizar un estudio sobre la percepción que poseen los consumidores en relación a la competencia, después se analiza la información obtenida de ese estudio y finalmente con esta información se establecen diferencias y semejanzas entre lo que la empresa puede distinguirse de la competencia para proceder a establecer las estrategias de marketing que lograrán que la empresa se posiciones como se desea.

4.4.3 Estrategias de Marketing:

Desarrollo de una marca: es importante crear una marca, esa se convertirá en la imagen de la empresa, es decir el nombre con que la oficina será conocida dentro del mercado objetivo y su competencia. En este caso la marca será UCSG VOLUNTEER.

Difusión de la marca: sea ésta a través de redes sociales, papeles escritos (periódicos, revistas, entre otros); es importante darle difusión y lograr que esta sea conocida; porque esto hace que sea mucho más fácil de identificarla y cada persona

que escuche el nombre de la marca lo relacionará inmediatamente con el desarrollo de los proyectos de voluntariado que se ofrecen.

4.5 Financiamiento para la Inversión Inicial de la Oficina de Voluntariado Turístico:

Tabla 5 - Detalle del Financiamiento – Inversión Inicial

Inversión Inicial			
Efectivo			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Imprevisto	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total efectivo			\$ 150,00
Equipos de computación			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora Acer	1	\$ 460,99	\$ 460,99
Impresora Hp	1	\$ 33,11	\$ 33,11
Total equipos de computación			\$ 494,10
Equipos de oficina			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono	1	\$ 11,61	\$ 11,61
Total equipos de oficina			\$ 11,61
Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Silla de escritorio	1	\$ 41,90	\$ 41,90
Sillas sencillas de espera	2	\$ 24,00	\$ 48,00
Archivador	1	\$ 50,23	\$ 50,23
Tacho de basura pequeño	1	\$ 1,90	\$ 1,90
TOTAL MUEBLES Y enseres			\$ 262,03
Suministros de oficina			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lápices (docena)	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Plumas (docena)	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Cartuchos de impresora	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Resmas de papel	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Caja de clips	1	\$ 0,65	\$ 0,65
Grapadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Caja de grapadora	1	\$ 0,80	\$ 0,80
Perforadora	1	\$ 1,80	\$ 1,80
Tijeras	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Resaltadores	2	\$ 0,46	\$ 0,92
Total de suministros de oficina			\$ 35,02
Total de inversión inicial			\$ 952,76

Fuente: Elaboración Propia

4.6 Análisis de la inversión inicial del proyecto:

En el análisis de la inversión del proyecto se obtuvo un monto de **\$952,76** dólares americanos, en los cuales sólo se incluyen los gastos, por equipos de cómputo, por muebles y enceres como se encuentra detallado en el recuadro, por suministros de oficina y en caso de algún imprevisto también.

Como el proyecto es un voluntariado turístico, lo que menos debe generar son costos, en la oficina de voluntariado solo habrá un coordinador quien se encargará de todo lo relacionado con el proyecto, que sería un profesor de tiempo completo, lo cual no generaría gastos. En lo que respecta con el terreno la oficina y el lugar, como es una oficina de voluntariado turístico para la UCSG, estará ubicada dentro de las de la misma por lo que no incurre un costo en edificio.

En el caso de las personas participes para el voluntariado, es decir los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería gastarán en transporte si el proyecto es dentro de la Provincia del Guayas, si se realiza fuera de la Provincia los gastos de transporte, alimentación y hospedaje si así se requiere, serán proporcionados por los beneficiarios de los proyectos realizables.

4.7 Impactos del proyecto:

4.7.1 Impacto ambiental

En el impacto ambiental, en el caso de voluntariado habría un impacto más positivo que negativo, siendo un voluntariado turístico, lo que menos se quiere dañar es la parte ambiental, ni los recursos de éste, como un voluntariado turísticos en los proyectos que se vayan a realizar, lo que se va a proteger bastante es este parte y se va a tratar de inculcar estos en las comunidades la apreciación del medio ambiente y cuidado de este.

4.7.2 Impacto social

En el impacto social, realmente a las comunidades participes del programa, tendrán gran cambios en su sociedad, mejorará en nuevos aspectos, la fomentación del turismo que esto también, traerá un impacto positivo en la parte económica de las comunidades, y esto lleva a mejorar también la calidad de vida de estas.

4.7.3 Impacto turístico

El impacto turístico tendría un gran cambio, puesto que escasamente se encuentra instituciones que ayuden de manera desinteresada a las comunidades pocas reconocidas o pequeñas empresas turísticas, en la parte turística será muy positivo, ya que generará, un crecimiento de turismo, mayor apreciación a lo nuestro, a los propios recursos del lugar. Lo que se logra es que haya un gran cambio en el turismo de las comunidades participes, que tenga mayor auge y que traiga todos los beneficios que tiene la actividad turística en la actualidad y a la vez generar más turismo interno, también darse a conocer internacionalmente, mejorando esta actividad y dando a conocer grandes y maravillosos lugares poco conocidos en el país.

4.7.4 Impacto cultural

En el impacto cultural será como algo con mucho cambio, obviamente se propone generar son cambios positivos en todo, en la parte cultural será como algo nuevo en lo cual tendrá grandes beneficios, se podría decir que para todos, ya que muchos de los voluntarios que hay no son netamente para el turismo y si, se tiene un voluntariado que sea netamente para la actividad turística, se hará que muchas personas participen en esta actividad, que crezca el turismo, y que se fomente la cultura de viajar y conocer primero lo propio del país las riquezas, naturales y culturales del país.

Conclusiones

- Este proyecto pretende promover el voluntariado con fines netamente turísticos, en los estudiantes de la UCSG para colaborar con el desarrollo turístico de comunidades.
- De acuerdo a la oferta académica de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, los estudiantes están en capacidad profesionales para realizar los proyectos de voluntariado turístico con sus respectivos lineamientos.
- El voluntariado turístico tendrá 3 lineamientos a seguir que son: para los proyectos que se vayan a realizar, ya sea desarrollar un destino turístico, un emprendimiento o participar en cursos y capacitaciones, dependiendo de las situaciones a presentar en las diferentes comunidades receptoras.
- De acuerdo al estudio de mercado se concluye que las comunidades y pequeños microempresarios estarían dispuestos a que la oficina de voluntario trabajen en sus proyectos.
- Los resultados del estudio de mercado fueron positivos y satisfactorios, así lo reflejan las encuestas, donde el 88% de estudiantes respondieron, que estarían dispuestos a participar en este proyecto pues creen que si se puede desarrollar un mayor turismo mediante un voluntariado.
- La conformación de la oficina de voluntariado turístico, tendrá un costo mínimo de inversión inicial ya que se planteó que será parte de los proyectos de vinculación de la carrera de Turismo y Hotelería.

Recomendaciones

- Incentivar la participación de las comunidades receptoras, mediante la existencia de un diálogo constante entre las comunidades y la Universidad.
- Permitir que todos los estudiantes participen libremente en los planes y proyectos turísticos que se realicen, para que logren obtener mayores conocimientos con el propósito de enriquecer su nivel académico.
- Estudiar e investigar temas de desarrollo de destinos, emprendimientos, cursos y capacitaciones, que permitan en un futuro implementar nuevas herramientas, técnicas, y propuestas para cada uno de los lineamientos seleccionados en la presente investigación.
- Incentivar a los estudiantes a vincularse con la comunidad, mostrando la importancia del proyecto y así, ellos pueden salir de su zona de confort y buscando nuevos horizontes que promuevan la industria del turismo en aquellas áreas aún no explotadas.
- Brindar a los estudiantes la posibilidad de desarrollar actividades profesionales relacionadas con la carrera y así adquirir experiencia laboral.
- Utilizar como estrategia de comunicación las redes sociales para brindar publicidad que permita dar a conocer la actividad de esta oficina con la finalidad que más personas se interesen en realizar tanto actividades de voluntariado como en participar en calidad de beneficiario.

5 Listado de Referencias

- Albuquerque, F. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local*. Chile
- Annan, K. (s.f.) *Brochure Voluntarios en Acción*. Recuperado de <http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/volinaction-es.pdf>
- Base Legal del Sistema de Gestión de Calidad UCSG, *Reglamento de Régimen Académico*, (pp 19- 20). Recuperado de [http://www2.ucsg.edu.ec/empresariales/dmdocuments/Anexo%201%20Base%20Legal%20Aplicable%20\(01-08-2014\).pdf](http://www2.ucsg.edu.ec/empresariales/dmdocuments/Anexo%201%20Base%20Legal%20Aplicable%20(01-08-2014).pdf)
- Benítez, J. C. (2008). *El voluntariado en Ecuador y su inserción en las políticas públicas*. Mesa de Voluntariado Ecuador. (pp. 16)
- Bigné, J. E., Alcañiz, J. E. B., Font, X., Aulet, X. F., Simó, L. A., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. (pp. 91) ESIC editorial.
- Cueto A. (2012) *Cobertura del mercado. Clases de marketing*. Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Recuperado de <http://anibalcueto.blogspot.com/2012/05/cobertura-de-mercado.html>
- De Oliveira Santos, G. E. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo. Estudios y perspectivas en turismo*. (pp. 96-110).
- Fundación PRODECI. (2014). *Fundación PRODECI*. Recuperado de <http://www.prodeci.org/prodeci.org/index.html>
- Fundación PRODECI. (2014). *Red Ecoturística del Intag*. Recuperado de <http://www.prodeci.org/prodeci.org/turismo.html>
- Fundación PRODECI. (2014). *Área de desarrollo territorial Chota-Mira*. Recuperado de <http://www.prodeci.org/prodeci.org/valle.html>
- Gallego, C. F. (2004). *Cálculo del tamaño de la muestra*. (pp. 5-13). Matronas profesión.

- García, F. A., López, M. C., Estarellas, P. J. B., & Abella, O. M. (2005). *Los planes de excelencia y dinamización turística* (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. (pp 201-226). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.
- García, M. O. (2000). *Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas*. (pp 23). Convergencia Revista de Ciencias Sociales.
- García, M., Quispe, C., & Ráez, L. (2003). *Mejora continua de la calidad en los procesos*. Industrial Data, 6(1), 089-094. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/5992/5187>
- González, T. (2005) *Problemas en la definición de microempresas*. Venezuela
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. *On line*(27/03/2.000).
- Maldonado C., Hernández G. (2011) *Guía para autogestión de calidad servicios turísticos comunitarios*. Organización Internacional del Trabajo. (3) (pp 76). Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_185118.pdf
- Molina, Sergio (1986), *Planificación del Turismo* (pp. 7). México: Nuevo Tiempo Libre.
- Munuera, J. L., Escudero, A. I., Alemán, J. L. M., & Escudero, A. I. R. (2007). Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección. (pp 67) ESIC Editorial. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=aj7wABSD7-MC&oi=fnd&pg=PA19&dq=libro+Estrategias+de+Marketing+&ots=nwJLTbPB51&sig=j2HmG5u9wYbQaojjxiqTCqg-jNo&redir_esc=y#v=onepage&q=libro%20Estrategias%20de%20Marketing&f=false
- Munuera, J. L., Escudero, A. I., Alemán, J. L. M., & Escudero, A. I. R. (2007). Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección. (pp 77) ESIC Editorial. Recuperado de

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=aj7wABSD7-MC&oi=fnd&pg=PA19&dq=libro+Estrategias+de+Marketing+&ots=nwJLTbPB51&sig=j2HmG5u9wYbQaojjxiqTCqg-jNo&redir_esc=y#v=onepage&q=libro%20Estrategias%20de%20Marketing&f=false

Olabuénaga, J. I. R. (2001). *El voluntariado en el contexto europeo*(pp. 40). Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración.

Olabuénaga, J. I. R. (2001). *El voluntariado en España* (pp. 71). Documentación social.

ONU (1985). *Día Internacional de los Voluntarios*. Resolución 40/212. Recuperado de <http://www.un.org/es/events/volunteerday/background.shtml>

Osorio, M. (2000). *Nuevos caminos para el estudio del turismo desde la teoría de sistemas* (pp. 220). México.

Reyes; A. y Barrado, D. (2005) *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Madrid.

Riechmann, J. (1995). *Desarrollo sostenible: la lucha por la interpretación*. RIECHMAN, Jorge [et al.]. De la economía a la ecología. Madrid, España, Trotta.

Ricaurte. Quijano C (2007). *Manual para el desarrollo turístico local*.

Sancho A. (s.f.) *Artículo Introducción al Turismo* (pp. 11).

Torres M.; Paz K.; Salazar F. (2006) *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. (pp. 2) Boletín electrónico. Recuperado de http://www.tec.url.edu.gt/BOLETIN/URL_02_BAS02.PDF

Trujillo Rincón, J. (2010). *Avances de la Gestión de Un Destino Turístico Emergente y Las Vicisitudes Ocasionadas Por La Construcción De Una Estrategia Competitiva a Partir De La Complejidad Territorial: Informe Final Del Caso de Tuxtla Gutiérrez, Capital de Chiapas, México* (Progress in the

Management of an Emerging Tourist Destination and the Vicisitudes of the Construction of a Competitive Strategy Based on Spatial Complexity: Final Report of the Case of Tuxtla Gutiérrez, Capital of Chiapas, Mexico) (in Spanish).(pp11, 219-239) Anuario Turismo y Sociedad.

World Tourism Organization (1998) *Fundación Themis, Voluntarios en acción*. Recuperado de <http://themis.unwto.org/es/content/voluntarios-en-accion>

Universidad del Desarrollo (s.f.) En *Actividades para alumnos*. Recuperado de <http://www.udd.cl/alumnos/santiago/actividades-para-alumnos/>

Universidad del Desarrollo (2015) En *Sonrie UDD*. Recuperado de <http://www.udd.cl/alumnos/santiago/actividades-para-alumnos/sonrie-udd/>

Universidad del Desarrollo (2015) En *Trabajos Voluntarios*. Recuperado de <http://www.udd.cl/alumnos/santiago/actividades-para-alumnos/trabajos-voluntarios/>

6 Anexos

6.1 Ficha de atractivo

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 001
ENCUESTADORES:
FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascadas de Latas
CATEGORÍA: Sitios Naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Cascadas

UBICACIÓN

PROVINCIA: Napo
CIUDAD y/o CANTÓN: Tena
LOCALIDAD: Pto. Misahuallí
LATITUD:
LONGITUD:

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: Tena **DISTANCIA:** 8 km
POBLADO: Napo **DISTANCIA:** 12 km

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Recreación
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO: No alterado
CAUSAS:
ENTORNO: Conservado
CAUSAS: buen trabajo por parte de la administración del lugar

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE: X

ACUÁTICO:

AÉREO:

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: todos los días

DÍAS AL MES: todos los meses

HORAS AL DÍA: abierto hasta las 4pm

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: X

ENERGÍA ELÉCTRICA:

ALCANTARILLADO:
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Buena

FOTO



Figura 18

Fuente: Elaboración propia

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
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	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

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.

Distancia a la cabecera parroquial (Km): _____

Distancia a la cabecera cantonal (km): _____

	1	2	3	4	5	6	7	8
Bus								
Camioneta								
Lancha								
Canoa								
Avión								
Avioneta								
Bestia								
Carriñando								

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADOQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	

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

a) VIAL

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

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

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		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 | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

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. OTRO _____

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

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

- A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
- Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
- 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 período 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	<input type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. Otras	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS _____	<input type="checkbox"/>

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)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

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

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Si | No |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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).

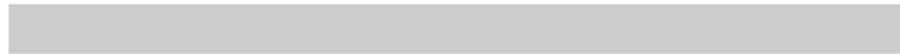
- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| | # de personas |
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

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.) | <input type="text"/> |
| 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) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 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) | <input type="text"/> |

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:

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |

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) | <input type="checkbox"/> |
| 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS) | <input type="checkbox"/> |
| 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO) | <input type="checkbox"/> |
| 4. INEXISTENTE | <input type="checkbox"/> |

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS") | <input type="checkbox"/> |

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. NACIONAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. REGIONAL | <input type="checkbox"/> |

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="checkbox"/> |

Fuente de información:

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

USD

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. TURISTAS | <input type="text"/> |
| 2. EXCURSIONISTAS | <input type="text"/> |

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 | <input type="checkbox"/> |
| 2. RESTAURANTES | <input type="checkbox"/> |
| 3. KIOSCOS DE COMIDA | <input type="checkbox"/> |
| 4. BARES | <input type="checkbox"/> |
| 5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 7. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |

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 recurso³ 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)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

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
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA	<input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO	<input type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA	<input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO	<input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO	<input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO	<input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO	<input type="checkbox"/>	12. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO	<input type="checkbox"/>
2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)	<input type="checkbox"/>

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	<input type="checkbox"/>
2. NO	<input type="checkbox"/>

¿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)	<input type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>

Fuente de información:

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

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

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

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

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

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 _____

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. sí
- 2. NO

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

¿Cuáles?

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

- 1. SI

<input type="checkbox"/>

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 | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROSABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

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	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		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	<input type="text"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input type="text"/>
3. BARES	<input type="text"/>
4. SERVICIO DE GUANZA LOCAL	<input type="text"/>
5. OTRO _____	<input type="text"/>

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 GUANZA 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 | <input type="checkbox"/> | 12. COMPRAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. PESCA DEPORTIVA | <input type="checkbox"/> | 13. GASTRONOMÍA | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAZA | <input type="checkbox"/> | 14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO | <input type="checkbox"/> |
| 4. DEPORTES DE CANCHA | <input type="checkbox"/> | 15. EVENTOS PROGRAMADOS | <input type="checkbox"/> |
| 5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO | <input type="checkbox"/> | 16. CAMPING | <input type="checkbox"/> |
| 6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 17. PICNIC | <input type="checkbox"/> |
| 7. CAMINATAS | <input type="checkbox"/> | 18. CICLISMO/BICICLETA DE MONTAÑA | <input type="checkbox"/> |
| 8. PASEOS EN BOTE/LANCHA | <input type="checkbox"/> | 19. PARAPENTE | <input type="checkbox"/> |
| 9. PASEOS A CABALLO/MULA | <input type="checkbox"/> | 20. BUCEO / SNORKEL | <input type="checkbox"/> |
| 10. VISITAS GUIADAS | <input type="checkbox"/> | 21. _____ | <input type="checkbox"/> |
| 11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA | <input type="checkbox"/> | 22. _____ | <input type="checkbox"/> |

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 | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |
| 4. MUELLE | <input type="checkbox"/> | 9. PASARELAS | <input type="checkbox"/> |
| 5. MIRADOR | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

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 | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |

6.2 Entrevista realizada en las comunidades

1.- ¿Le gustaría recibir turistas en su comunidad?

2.- ¿Que obras piensa Ud. qué deberían realizarse en su comunidad?

3.- ¿Cree Ud. que los habitantes de la comuna necesitan ser capacitados para mejorar el turismo de la comunidad?

4.- ¿Cree Ud. que si se realizan estas obras en su comunidad será de beneficio para todos?

5.- ¿Estaría Ud. de acuerdo con que los estudiantes de la carrera de Turismo y Hotelería de la UCSG lleven a cabo los proyectos de desarrollo en su comuna?

6.3 Encuesta realizada a los estudiantes de turismo de la UCSG

Edad:

Género: F

M

1.- ¿Conoce Ud. acerca de los voluntariados turísticos?

Si

No

2.- ¿En qué área le gustaría participar?

Emprendimiento

Desarrollo de destinos

3.- ¿Cree Ud. que es importante que la universidad cuente con este tipo de programas que a su vez le ayude como pasantías dentro de la carrera?

Si

No

4.- ¿Dónde realizaría Ud. los proyectos de voluntariado turístico?

Fuera de la ciudad

Dentro de la ciudad

Ambas

5.- ¿Considera Ud. que puede ser un beneficio participar en un voluntariado?

Si

No

6.- ¿Con qué frecuencia realizaría actividades de voluntariado?

1 vez a la semana

2 veces a la semana

1 vez al mes

7.- ¿Qué le motivaría a participar como voluntario?

La experiencia

Motivo de pasantías

Motivo de ayuda

8.- ¿Cree Ud. que mediante proyectos de voluntariado se puede desarrollar la actividad turística?

Si

No

9.- ¿Le gustaría participar en un voluntariado turístico?

Si

No