



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

**LAS FERIAS ARTESANALES Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA
TURÍSTICA DE LA COMUNA OLÓN, SANTA ELENA, 2025.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

AUTOR:

ANGIE THALÍA MÉNDEZ SANTOS

TUTOR:

ECON. HUGO AGUSTÍN ÁLVAREZ PLUA MBA.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2025

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **Las Ferias Artesanales y su Incidencia en la Demanda Turística de la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena, año 2025**, elaborado por la Srta. Angie Thalía Méndez Santos, egresada de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Econ. Hugo Agustín Álvarez Plúa, MBA.
Profesor tutor

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Las Ferias Artesanales y su Incidencia en la Demanda Turística de la Comuna Olón, Provincia de Santa Elena, año 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.


Yo, Angie Thalía Méndez Santos con cédula de identidad número 2400053043 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



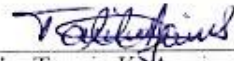
Angie Thalía Méndez Santos

C.C. No.: 2400053043

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Leda. Maria F. Alejandro Lindao, MSc.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



Leda. Tannia K. Aguirre Suárez Mgs.
PROFESORA ESPECIALISTA



Ecorry Eder A. Alvarez Plua MBA.
PROFESOR TUTOR



Ing. Esther del C. Mullo Romero, Ph.D
PROFESORA GUÍA DE LA UIC



Secret. Eject. Grace M. Lindao Quimi
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por partir mis conocimientos y a mi formación profesional, durante los últimos cuatro años, a mis maestros guías de la UIC, docente Ing. Palacios Trujillo Edison PhD, Ing. Ester del Carmen Mullo Romero, PhD.

A mis docentes guías de mi trabajo de investigación, Econ. Hugo Agustín Álvarez Plúa MBA. profesor tutor, Ing. Tannia Karina Aguirre Suárez MSs. profesora especialista, quienes me han asesorado durante todo el semestre, culminando de manera exitoso.

Angie Thalía Méndez Santos

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por darme la fortaleza de seguir viviendo, a mi madre, quien ha sido mi inspiración, motivación desde que nací. A mi padre que está en el cielo. A mis hermanos por su paciencia y creer siempre en mí. Se lo dedico también a esposo por brindarme su apoyo y amor incondicional, quien me ha acompañado en todo el proceso de estudio. A mis amigos, por cada palabra de aliento. Y a cada persona que de una u otra forma contribuyó en la culminación de mi proyecto.

Angie Thalía Méndez Santos

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR	2
AUTORÍA DEL TRABAJO	3
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	4
AGRADECIMIENTO.....	5
DEDICATORIA.....	6
ÍNDICE GENERAL	7-8
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10-11
ÍNDICE DE APÉNDICES.....	12-14
INTRODUCCIÓN	15-18
CAPITULO I.....	19
MARCO REFERENCIAL.....	19
1.1. REVISIÓN DE LITERATURA	20-21
1.2. DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTO	22
1.2.1. TEORÍA DEL TURISMO.....	22
1.2.1.1. CONCEPTO DE TURISMO	23-24
1.2.1.2. EL ARTESANO.....	25
1.2.1.3. ACTIVIDAD ARTESANAL.....	25
1.2.2. PRODUCTO ARTESANAL.....	25
1.2.2.1 FERIAS TURÍSTICAS.....	26
1.2.2.2 FERIA ARTESANAL.....	27
1.2.2.3 TIPOS DE FERIAS	27
1.2.3. SEGÚN EL SECTOR EMPRESARIAL, CULTURALES Y DE ENTRETENIMIENTO:.....	27
1.2.3.1 EL PROPÓSITO DE LAS FERIAS.....	28
1.2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LAS FERIAS ARTESANALES TURÍSTICAS.....	28

1.2.3.3. DEMANDA TURÍSTICA EN LAS FERIAS ARTESANALES	29
1.3. CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	30
1.3.1. ENFOQUES DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS FERIAS	31
1.3.2. FUNDAMENTOS LEGALES	31
1.3.3. LEY DEL ARTESANO.....	33
1.3.3.1. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR.....	33
CAPITULO II.....	34
METODOLOGÍA	34
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	36
2.3.1 RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	36
2.3.2 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	37-38
CAPITULO III	39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
3. 1 ANÁLISIS DE DATOS.....	39
3.1.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNA DE OLÓN.....	39
3.1.1.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA.....	40-55
3.2 ANÁLISIS FODA.....	56
DISCUSIÓN	57-59
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62-66
APÉNDICE.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Artículos de derechos constitucionales de los operarios y trabajadores de artesanos y trabajadores artesanos y su protección laboral en el Ecuador.	33
Tabla 2 Resultados Estadísticos de fiabilidad	38
Tabla 3 Género de los turistas encuestados.....	39
Tabla 4 Lugar de procedencia del turista	40
Tabla 5 Nivel de estudios del Turista	41
Tabla 6 ¿Usted ha visitado alguna feria artesanal en Olón durante el periodo 2024-2025?.....	42
Tabla 7 ¿La existencia de las ferias artesanales influiría en su decisión de visitar Olón?	43
Tabla 8 ¿Por qué medio usted se ha enterado que la comuna Olón realiza Ferias Artesanales?	44
Tabla 9 ¿Qué tan satisfactorio cree usted que sería la experiencia de visita en las Ferias Artesanales de Olón?.....	45
Tabla 10 ¿Considera usted que las ferias artesanales hacen que Olón un destino turístico más interesante?	46
Tabla 11 Si ni hubiese ferias artesanales en Olón ¿considera que su interés en visitar este lugar sería menor?.....	47
Tabla 12 ¿Compraría usted algunos de los productos artesanales que se distribuyen en las ferias de olón?.....	48
Tabla 13 ¿Cuál sería el presupuesto que usted estaría dispuesto a gastar en una Feria Artesanal de Olón?.....	49

Tabla 14 ¿Considera que las Ferias Artesanales le permiten conocer más sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena?	50
Tabla 15 ¿Cómo calificaría las ferias artesanales de la comuna de Olón?.....	51
Tabla 16 ¿Le gustaría a usted que las ferias artesanales de Olón se realizaran con más frecuencia?	52
Tabla 17 ¿Usted recomendaría a otros turistas visitar las ferias artesanales de Olón?	53
Tabla 18 ¿Cuáles serían los medios de difusión o comunicación que usted recomendaría para que las ferias artesanales se dieran a conocer más?	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Enfoque de la demanda turística.....	31
Figura 2 Escala para la interpretación del Alfa de Cronbach.....	38
Figura 3 Genero de los Turistas encuestados	39
Figura 4 Lugar de procedencia del turista.....	40
Figura 5 Nivel de estudios del turista.....	41
Figura 6 ¿Usted ha visitado alguna feria artesanal en Olón durante el periodo 2024-2025?	42
Figura 7 ¿La existencia de las ferias artesanales influiría en su decisión de visitar Olón?	43

Figura 8 ¿Por qué medio usted se ha enterado que la comuna Olón realiza Ferias Artesanales?	44
Figura 9 ¿Qué tan satisfactorio cree usted que sería la experiencia de visita en las Ferias Artesanales de Olón?	45
Figura 10 ¿considera usted que las ferias artesanales hacen que Olón un destino turístico más interesante?	46
Figura 11 Si ni hubiese ferias artesanales en Olón ¿considera que su interés en visitar este lugar sería menor?	47
Figura 12 ¿Compraría usted algunos de los productos artesanales que se distribuyen en las ferias de Olón?	48
Figura 13 ¿Cuál sería el presupuesto que usted estaría dispuesto a gastar en una Feria Artesanal de Olón?	49
Figura 14 ¿Considera que las Ferias Artesanales le permiten conocer más sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena?	50
Figura 15 ¿Cómo calificaría las ferias artesanales de la comuna de Olón?	51
Figura 16 ¿Le gustaría a usted que las ferias artesanales de Olón se realizaran con más frecuencia?	52
Figura 17 ¿Usted recomendaría a otros turistas visitar las ferias artesanales de Olón?	53
Figura 18 ¿Cuáles serían los medios de difusión o comunicación que usted recomendaría para que las ferias artesanales se dieran a conocer más?	54

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1 Encuesta	68
Apéndice 2 Entrevista	69
Apéndice 3 Perfil de Facebook del grupo de ferias de la comuna Olón	70
Apéndice 4 estrategias para la promoción de las ferias artesanales que se realizan en la comuna de Olón, parque central Guancavilca.....	70
Apéndice 5 Estrategias 1. Socialización con los encargados de realizar las ferias....	71
Apéndice 6 Estrategias 2. Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar”	72
Apéndice 7 Estrategia 3 Creación de códigos QR del medio digital creado y Facebook existente de la comunidad	73
Apéndice 8 Códigos QR.....	74
Apéndice 9 Matriz de consistencia	75



“LAS FERIAS ARTESANALES Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNA OLÓN, SANTA ELENA, 2025”

AUTOR:

Angie Thalía Méndez Santos

TUTOR:

Econ. Hugo Agustín Álvarez Plúa MBA.

RESUMEN

La presente investigación se centra en las ferias artesanales y su incidencia en la demanda turística de Olón, Santa Elena, 2025. Actualmente la falta de información, promoción y un marketing adecuado ha impedido que la demanda de turistas tanto locales, nacionales e internacionales conozcan la oferta turística de las ferias artesanales, por ende, esa disminución de turistas hace que la economía de los artesanos sea vea afectada en la realización de las ferias, tanto como los fines de semana o en días de feriados. El objetivo principal es evaluar la demanda de las ferias artesanales organizadas por el comité comunal, mediante la investigación científica, para identificar de qué manera influyen en el desarrollo económico de la comuna de Olón periodo 2024-2025. El análisis aplicado mediante la metodología de la investigación es el enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo. Se realizó un análisis descriptivo apoyado en el instrumento de la encuestas y entrevista. Con la recopilación de datos, se determinaron que eran necesarios implementar algunas estrategias, como códigos QR, fortalecer la plataforma de Facebook, rediseñar las ferias llamada Guancavilca, por otro lado, se creó un sitio web para recopilar toda la información de las ferias que se realizaran y datos que el turista está interesando en saber. Dado a la conclusión, Olón tiene un gran potencial de turistas que están interesados en visitar las ferias artesanales, sin embargo, con la poca información y difusión apropiada de los atractivos que posee en las redes sociales de la comunidad ha hecho que incida mucho en la baja demanda y visitas de los turistas.

Palabras claves: demanda turística, ferias artesanales, desarrollo económico, estrategias.



“LAS FERIAS ARTESANALES Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNA OLÓN, SANTA ELENA, 2025”

AUTHOR:

Angie Thalía Méndez Santos

ADVISOR:

Econ. Hugo Agustín Álvarez Plúa MBA.

ABSTRACT

This research focuses on craft fairs and their impact on tourism demand in Olón, Santa Elena, 2025. Currently, the lack of information, promotion and adequate marketing has prevented the demand of local, national and international tourists from knowing the tourist offer of the craft fairs, therefore, this decrease of tourists causes the economy of the artisans to be affected in the realization of the fairs, both on weekends and on holidays. The main objective is to evaluate the demand for craft fairs organized by the community committee, through scientific research, to identify how they influence the economic development of the commune of Olón period 2024-2025. The analysis applied through the research methodology is the mixed approach, quantitative and qualitative. A descriptive analysis was carried out using the survey and interview instruments. With the data collection, it was determined that it was necessary to implement some strategies, such as QR codes, strengthen the Facebook platform, redesign the fairs called Guancavilca, on the other hand, a website was created to collect all the information of the fairs to be held and data that the tourist is interested in knowing. Given the conclusion, Olón has a great potential of tourists who are interested in visiting the craft fairs, however, with little information and proper dissemination of the attractions it has in the social networks of the community has done much in the low demand and visits of tourists.

Keywords: tourism demand, craft fairs, economic development, strategies.

INTRODUCCIÓN

La comuna de Olón perteneciente al cantón Santa Elena, de la provincia de Santa Elena está ubicada específicamente en la parroquia Manglaralto, cuenta con una demanda muy alta en turistas, es considerando tanto por su ubicación geográfica y por los recursos naturales que posee, para poder desarrollarse turísticamente la comuna de Olón, con su rica herencia cultural y natural, posee un potencial turístico considerable Larrea (2022).

En la actualidad, la organización de la comunidad en la exposición de las ferias artesanales de Olón, en comparación con hace cuatro años atrás tiene algunos aspectos negativos y otros positivos, incluida la falta de comunicación entre los artesanos, la despreocupación por hacer de esto uno de los atractivos turísticos más importantes de la Provincia y por qué no del País, puesto que se deben aprovechar los recursos del lugar para crear los productos artesanales, es por eso que la desorganización ha generado ingresos económicos bajos y sobre todo poca afluencia de turistas en el área del artesano Gavilanes (2019).

Existen diversas tipologías de ferias y en la que se va a enfocar son las ferias artesanales turísticas que realizan los fines de semana en Olón y según con lo investigado, estas ferias son permanentes. Aquellas ferias representan un espacio crucial para la promoción de los productos artesanales, así como para atraer a los visitantes. Estas ferias operan de manera constante en esta comunidad y tienen un lugar fijo, su ubicación: Parque central de la comuna de Olón. Permiten a los artesanos exhibir y vender sus productos o creaciones artesanales durante todo el año. En este caso, Olón por la baja afluencia de turistas hace que baje la economía no solo de las ferias, si no que de los demás atractivos.

Sin embargo, para que estas ferias tengan un funcionamiento adecuado y continuo es muy importante considerar algunos aspectos como infraestructura, una adecuada promoción turística y capacitación al artesano constantemente enseñándoles nuevas tendencias de marketing y técnicas de ventas.

Durante los últimos años se observó una disminución en la demanda de las ferias artesanales, eventos que históricamente han presentado un atractivo considerable para los visitantes. Esta situación plantea interrogantes sobre los factores que influyen en la participación de los turistas en dichas actividades, así como las estrategias necesarias para revitalizar esta oferta turística.

Previo al planteamiento del problema, Olón además de ser un atractivo turístico muy reconocido por sus playas y pesar de tener una riqueza cultural y natural, las ferias artesanales también son una actividad turística muy importante en aquella comunidad; Consecuentemente con la variedad de productos artesanales que ofrecen estas ferias, se observa una limitada afluencia de turistas, donde se plantea una interrogante; las ferias artesanales enfrentan diversas problemáticas que han limitado su potencial como atractivo turístico. Actualmente la falta de información, promoción y un marketing adecuado ha impedido que la demanda de turistas tanto locales, nacionales o internacionales desconozcan la oferta turística de las ferias artesanales, por ende, esa baja de turistas hace que la economía de los artesanos sea afectada en la realización de las ferias, tanto como los fines de semana o en días de feriados.

Por otra parte, la ausencia y falta de apoyo de las políticas públicas debilita el desarrollo de las ferias ya que limita su crecimiento y sostenibilidad para la comunidad lo que requiere una atención urgente para la mejora de este.

Con este planteamiento de problema busco identificar y analizar estas problemáticas para proponer estrategias de mejoras y potenciar la demanda turística de las ferias que se llevan a cabo para que el artesano fortalezca su crecimiento y la economía local crezca Núñez (2023), investiga que la artesanía tradicional es percibida como un conjunto de actividades de carácter básicamente manual, vinculadas al uso de conocimientos y técnicas tradicionales, transmitidas de generación en generación y que son referentes identitarios locales y/o nacionales. Esta actividad tiene una extensión comercial y cultural en Ecuador, que se ha coordinado de acuerdo con la protección del Patrimonio Cultural Inmaterial lo cual manifiesta la UNESCO (2025).

Las Ferias artesanales y su incidencia en la demanda turística de la comuna Olón, Santa Elena, 2025. Previo al planteamiento del Problema de investigación, surgen algunos cuestionamientos: ¿Cuál es la demanda de las ferias artesanales realizadas en la comuna Olón y de qué manera influye el desarrollo económico? al mismo tiempo se respondió otras dudas como:

¿Qué tipo de características de ferias Artesanales les llama más la atención a los turistas y de qué manera influye su interés para que tomen la decisión de visitar la comunidad? ¿De qué manera impactan las Ferias Artesanales en la economía de la localidad y en la generación de empleo en el año 2024-2025? ¿Cuáles estrategias se utilizaría para promocionar los productos que ofrecen las ferias artesanales y poder despertar el interés de los turistas? Una vez que se haya sintetizado el problema, es necesario responder los cuestionamientos.

Objetivo general de la investigación es “Evaluar la demanda turística de las ferias artesanales organizadas por el comité comunal, mediante la investigación científica, para identificar de qué manera influyen en el desarrollo económico de la comuna de Olón periodo 2024-2025”. Los objetivos específicos que ayudan al logro del objetivo general son: 1) Analizar la situación actual de la demanda en las ferias artesanales de la comuna Olón a través de un diagnóstico situacional. 2) Identificar los impactos positivos y negativos que presentan las ferias artesanales de Olón. 3) Proponer estrategias que impulsen el desarrollo económico de la comuna Olón para aumentar el interés del turista mediante marketing digital.

Una vez que se ha sintetizado los objetivos. Esta investigación se justifica por la relevancia que tiene la comunidad de Olón, buscar como desarrollar y comprender la dinámica entre la oferta artesanal y la demanda turística en Olón. Observar las percepciones de los actores clave y su relación con la evolución de las ferias artesanales, buscando oportunidades de mejora y diseñar estrategias que contribuyan al desarrollo del turismo en la comunidad, fortaleciendo la economía local y preservando la identidad cultural.

En la comuna Olón, las ferias artesanales aportan una valiosa oportunidad para el desarrollo económico local. Sin embargo, el impacto verdadero tanto como; la economía y la atracción de turistas aún no ha sido un tema de análisis profundizado, a pesar de que estas ferias se llevan a cabo con frecuencia, en los últimos años las ferias carecen de información sobre su influencia en el crecimiento económico y la demanda turística de la comunidad. Previo a esto se gestionará lo siguientes:

Capítulo I Luego de que se abordó el planteamiento del problema mediante un estudio investigativo del lugar, consecuentemente se realizó una búsqueda de autores, mediante análisis históricos, hallazgos teóricos y literatura a profundidad del tema planteado.

Capítulo II Se realizó un análisis sistemático y bibliográfico utilizando sitios web confiables de temas que se han alineado al estudio, mediante investigación científica generación del diseño y el método utilizado. Se calculó la población y muestra mediante encuestas y la entrevista a la persona encargada de realizar las ferias artesanales de Olón.

Capítulo III Se desarrolló el marco metodológico mediante la investigación mediante un diagnóstico situacional, aplicando el método cuantitativo y cualitativo para sacar, analizar cuál fue mi población utilizando mis herramientas para poder contrastar la información que he desarrollado en los capítulos anteriores. Además, crear estrategias que sean beneficiosas para que los artesanos puedan aprovechar al máximo sus recursos que poseen en la comunidad de Olón.

CAPITULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1. Revisión de Literatura

Según Gonzabay (2023), analiza que el incremento de la actividad turística está volviéndose cada vez más significativo en las economías de muchos países, convirtiéndose en un implemento clave para el desarrollo social y económico. Este fenómeno no solo genera ingresos fundamentales, sino que también crea empleo y promueve el intercambio cultural entre naciones. El turismo, en este sentido, está ganando mayor interés, y las naciones que ofrecen servicios turísticos se están preparando constantemente para atender a los visitantes. Estos, a su vez, se vuelven más exigentes con el tiempo, demandando experiencias personalizadas y de alta calidad. Por otro lado, es clave dar gusto a sus deseos y llenar lo que esperan, o sea, usar ideas raras que hagan un servicio genial y siempre mejorar lo que hay para ver. También, es importante que los sitios turísticos piensen las causas que afectan el planeta y cómo cuidar del mismo, para que las futuras generaciones no se vean afectadas.

Previo al concepto sobre el análisis de Gonzabay (2023) destaca que los turistas cada vez son más exigentes especialmente en las experiencias personalizadas y de calidad. Esto implica que las Ferias Artesanales de Olón deben de adaptarse y cumplir las expectativas del Turista, ofreciendo en si productos de calidad y únicos poniendo como prioridad la satisfacción del turista, así resaltaría la autenticidad de la cultura local. Así mismo la sostenibilidad se presenta como un aspecto importante que permite generar estrategias de cuidado del planeta por ende tener consciencia del impacto ambiental de las actividades turísticas.

Para Reyes (2017), su estudio sobre las investigaciones previas sugiere que en la comunidad existen más problemas que fortalezas en lo que respecta al desarrollo turístico. Esta situación puede ser atribuida a diversos factores, como la falta de

infraestructura adecuada, la escasez de formación en atención al cliente y la limitada promoción de los recursos locales.

Es importante tener en cuenta que, en la comuna de Olón, está en una fase de desarrollo, lo que conlleva que las necesidades requieren mejoras y se hacen más visibles a medida que la evaluación de los servicios ofrecidos avanza. Esta búsqueda curiosa es crucial para detectar oportunidad y definir objetivos claros que permitan no solo satisfacer las expectativas de los turistas que llegan a Olón, sino también fomentar un desarrollo sostenible que beneficie a la comunidad local. Mediante un enfoque colaborativo y la implementación adecuada estrategias, es posible convertir estos desafíos que fortalezcan el turismo de la comunidad en oportunidades.

De acuerdo con Orgaz y Moral (2016), en su estudio investigativo, consideran que el turismo es uno de los sectores económicos más relevantes a nivel mundial sobre todo en múltiples destinos geográficos, lo cual indican que es un objeto de análisis de suma importancia. Esto funciona como un motor de oportunidades en la actividad económica para la modernización cultural y socioeconómica de una localidad; el patrimonio cumple un papel fundamental debido a las importantes sensibilidades que se involucran en la unión social. Como resultado, se observa un aumento en la prevalencia de modelos enfocados en el desarrollo sostenible del turismo en los diversos destinos.

El festival de artesanía de América se ha asentado como el mayor evento de artesanía de calidad en el Ecuador. Este lugar, creado para impulsar la promoción y comercialización de trabajo artesanal, explora cada edición para destacar el valor de la creatividad, innovación, destreza técnica, y el ingenio presente en numerosas demostraciones culturales y materiales del Ecuador, América y a nivel global. Uno de los principales objetivos del dicho festival de Artesanías de América es respaldar el fortalecimiento de las artesanías y manifestaciones culturales de los pueblos, promoviendo, impulsando actividades productivas que actúan como primera imagen de identidad mejorando la artesanía en las diferentes fases.

El Cidap (2025) considera que, en la actualidad en el sector artesanal, la artesanía de calidad es un medio para el crecimiento exhaustivo y una forma

innovadora para promover el cambio del origen y cadena productiva sociocultural para impulsar las economías locales.

Actualmente la labor del Cidap (2025), en la producción y comercialización de trabajos de los Artesanos es primordial para el desarrollo del sector artesanal, especialmente dentro del ámbito de las ferias artesanales de la comuna de Olón.

En este sentido, Martínez (2017) y Stylidis et al. (2014) realizaron una investigación sobre ferias turísticas y su impacto en la demanda turística donde debe considerar la recolección de datos a través de encuestas estructuradas y entrevistas. Estos métodos permiten captar tanto la percepción de los turistas como la de los organizadores de eventos, lo que resulta esencial para entender la dinámica entre las ferias y la demanda en la comuna de Olón. Además, la combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos en el diseño de la investigación proporciona una visión más completa y contextualizada del fenómeno estudiado.

Un artículo de la revista llamada *habitus* semilleros de investigación, donde Navides y Redondo (2021) realizaron una investigación llamada estrategia para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales, y nos manifiestan que, la artesanía es un componente de identidad comunitaria de los pueblos y son una importante vía para la preservación del patrimonio cultural u natural. El sector artesanal de Colombia sobresale por contribuir a la economía de la región local, nacional y regional, gracias a la participación de más de 350000 de todas las áreas y etnias, gracias a los diferentes oficios artesanales que se dedican. Esto ha representado un 15% de ocupación en el sector productor, de lo cual el 70% se dedica exclusivamente en la industria.

Lo que hace única y autentica de la artesanía es el método tradicional que se utiliza y de eso se aprende y se transmite de generación en generación, es decir, la misma familia se ha encargado de diseñar y elaborar los productos para mantener la cultura y su tradición. Sin embargo, solo el 10,5% aprende y emprende este trabajo capacitándose mediante alguna institución Artesanías colombiana (2019), lo cual ha sido un muy bajo porcentaje, por lo cual estos productos se ven afectados a nivel internacional.

Los autores definen ferias solamente de manera descriptiva, quiere decir, a las ferias no las tienen en cuenta como una herramienta de marketing. Pero este enfoque final ha tenido una mayor importancia debido a los desarrollos que ha experimentado el concepto de feria, como ya mencionado en el concepto citado, ha pasado de ser un espacio para establecer vínculos y operaciones de negocio a una importante medio de comunicación y una gestión de relaciones con clientes actuales y potenciales Crespo y Demetrio (2012).

Según Suárez y González (2024) en la investigación titulada “PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNA OLÓN”, nos manifiestan que el impulso del turismo dentro de las comunidades es gran relevancia para el desarrollo socioeconómico de la misma, por lo tanto, se debe considerar una investigación estructurada de aspectos culturales y sociales que tengan un gran impacto con la sociedad y el ambiente en la comuna Olón, provincia de Santa Elena.

1.2. Desarrollo de Teorías y Concepto

1.2.1. Teoría del Turismo

De acuerdo con Penosso (2014) en su investigación, argumenta que el turismo es un fenómeno complejo que implica diversas interacciones entre ejes sociales, culturales y económicos. Indica que no solo existe un único modelo turístico en cada comunidad, puesto que hay varias formalidades que se van adaptando a las diferentes modalidades. La obra enfatiza la relevancia de entender las interrelaciones entre los factores como la cultura, la política y la economía para que la gestión del turismo cree un enfoque integral en la comunidad. También subraya la importancia de un modelo sistémico que fomente la armonía y la eficiencia en el sector, facilitando así la realización de negocios y promoviendo un crecimiento sostenible.

Es importante ver como la obra de Penosso (2014) en su investigación, enfatiza la significancia de dependencia mutua entre la cultura, economía y política para crear un enfoque de gestión del turismo a nivel global. Esto es especialmente importante

para Olón, porque la falta de promoción y marketing ha reducido la visibilidad de las ferias artesanales.

Según la ONUT (2025), define el turismo como un evento que integra a la sociedad, la cultura y el sector económico, implicando el movimiento de personas hacia lugares distintos, ya sea países o de su entorno habitual, impulsado por diferentes motivos; por razones personales, profesionales o de negocios. Aquellas personas conocidas como viajeros son las que se desplazan de un lugar a otro, que pueden ser turistas o excursionistas, así como residentes o no residentes. El turismo comprende todas las actividades que se realizan por las personas, muchas de las cuales implican un gasto asociado con su viaje.

Según Adamini, Busso, Cafferata, Deleo, y Gallo (2001) en su investigación nos manifiestan que La Feria Regional de Bolsón (Argentina), no estuvo irrelevante en el impacto socioeconómico que atravesó el país en el año 2001. Por ende, esto se vio reflejado en los nuevos ingresos que tuvieron los artesanos y una breve modificación en el volumen de las ventas. Con un aproximado de 75% de los artesanos y vendedores comerciantes consideran que hubo un notable y significativo incremento en el número de artesanos desde la crisis en el 2001.

A diferencia de los eventos artesanales de Olón, estas representan varias limitaciones debido a la falta de promoción y un marketing adecuado. Por lo tanto, esta ausencia ha resultado una visibilidad de ofertas turísticas baja, lo cual las ferias artesanales realizadas en el parque central de Olón han disminuido la afluencia del turista, tanto locales como nacionales. Así mismo, la falta de información no solo impacta la demanda, sino que también influye negativamente en la economía del sector y de los artesanos locales, quienes dependen de las ventas del producto para su sustento diario.

1.2.1.1. Concepto de turismo

El término de turismo está relacionado a la definición del turista, así se puede entender que es un fenómeno que se presenta cuando uno o más personas se trasladan

a uno o más sitios que sean diferentes a los de su residencia común por un periodo menor de 180 y mayor a 24 horas días, sin involucrarse en las diferentes actividades ya sea en mercados o economía de aquellos sitios. Las características fundamentales del concepto anterior radican en los cambios y estancias sin considerar aquellas relacionadas a la de motivación, debido a los atributos y variaciones que usualmente se presentan en los movimientos de los viajeros. Así mismo, como cualquier otra actividad económica donde será un aspecto clave para la estructura de producción y de oferta que por último habrá de definir dentro del contexto global ya que, al momento que una persona consume bienes o servicio relativo al turismo en una economía, según los requisitos señalados (traslado, estadía y que uno participe ya sea en mercados o capitales de aquellos sitios) pasa a formar parte de la misma demanda de la rama sin importar la motivación para hacerlo Ibáñez y Cabrera (2016)

Según Gurria (1999), define turismo como la una suma de interacciones y servicios que se emergen a partir de un desplazamiento temporal y voluntario de gente, el cual, por motivos relacionados con comerciales o profesionales, con estas actividades el turista no se encuentra motivado. Así mismo esta actividad abarca una amplia gama de experiencias que incluyen el ocio, la cultura, la recreación y el descubrimiento de nuevos entornos. Así mismo, el turismo implica una relación entre los viajeros y las comunidades locales, lo que significativamente genera un intercambio cultural, contribuyendo al desarrollo económico de los lugares visitados.

El turismo como herramienta para el desarrollo rural: La actividad turística en áreas rurales desempeña un papel crucial en la solución de los desafíos que enfrenta el mundo rural, gracias a los estrechos vínculos que existen entre el turismo y la vida en el campo Ballesteros (2017).

En la demanda turística se define como el interés y la capacidad de los viajeros para consumir productos y servicios turísticos en un destino particular, siendo afectada por elementos tales como la oferta disponible, los precios y las preferencias individuales de los consumidores Gutiérrez (2021).

1.2.1.2. El Artesano

Según la Junta Nacional de Defensa del Artesano Suárez (2023), el artesano calificado tiene la obligación a la afiliación del trabajador artesano en el seguro social; esto incluye a su favor aspectos relacionados como enfermedades, maternidad, invalidez, vejez, muerte, accidente de trabajo. La peculiaridad a favor del artesano calificado es que la ventaja de la afiliación se extiende al grupo familiar, hacen que esto contribuya a la actividad artesanal con el trabajo que realicen; tal aspecto es evaluado por el Instituto Ecuatoriano de seguridad para la sociedad a partir de un acuerdo de cesión de beneficiaria que se realiza.

Los artesanos profesionales son fundamentales para la identidad cultural del Ecuador. Mediante sus creaciones, saberes ancestrales y leyendas transgeneracional. Estas labores son más que un sustento para sus hogares, son una forma de vida que fortalece la conexión de las comunidades y de esta manera les permite expresar su creatividad Ecuador Stores (2021).

1.2.1.3. Actividad artesanal

Según Flores (2009), Manifiesta en su investigación que es indispensable demostrar que la artesanía es un componente esencial para el desarrollo económico y social. Los nuevos empleos no siempre tienen relación con el nivel de aumento de las exportaciones de este sector. Un componente clave de esta diferencia parece consistir en las ventas de artesanías a los turistas, cuando aumenta el turismo el sector artesanal se extiende rápidamente.

1.2.2. Producto artesanal

Mendoza, Mullo, y Peralta, (2024) en su estudio realizado, llamado “Puesta en valor turístico de las artesanías autóctonas como un elemento diferenciador en el turismo cultural” informan que “para adquirir un proceso adecuado de comercialización de artesanías a nivel internacional y nacional, es muy preciso abordar dos características que actualmente presentan debilidades: la marca y el empaquetado del producto”.

1.2.2.1 Ferias turísticas

De acuerdo con Herrero (2008) expresa que las ferias turísticas son eventos dirigidos para promover intercambios comerciales y la generación de desarrollo de nuevos mercados de oferta y demanda, permitiendo el contacto directo entre; vendedores, ambos actúan como compradores de productos o servicios de un sector específico, quienes participan como visitantes y expositores. Estos eventos se caracterizan por su capacidad de segmentar el mercado, atrayendo a públicos específicos a través de su diseño y enfoque temático. Existen ferias abiertas al público en general, así como eventos profesionales dirigidos a nichos de mercado particulares, de los cuales presenta algunas características.

Salazar (2022), indagó que las ferias internacionales constituyen plataformas comerciales que brindan a los empresarios la oportunidad de exhibir y comercializar sus productos y servicios. Además, permiten establecer contactos con posibles compradores, analizar la competencia, identificar tendencias del mercado y descubrir nuevos productos, todo ello en un período de tiempo relativamente corto.

Las ferias artesanales aparecen como eventos en Europa Occidental de la Baja Edad Media, durante el periodo de desarrollo económico debido a la expansión de la época feudal. Estas ferias tuvieron lugar en las ciudades que estaban experimentando donde atravesaban la artesanía y exposiciones de arte tuvieron un momento de gran éxito en el comercio durante una larga distancia, las ferias artesanales se transportaron a lugares donde se podían comercializar y encontrar productos que iban más allá de la producción rural. De esta manera, los comerciantes y artesanos viajaban de comunidad en comunidad para vender sus mercancías y productos, tal y como manifiesta Somos eventos (2020).

La causa real de por qué se celebran las ferias artesanales va más allá de vender el producto, en este caso uno de los principales motivos por lo cual se realizan las ferias artesanales es la tradición del lugar. Las exposiciones de ferias se han convertido en una oportunidad para que los artesanos puedan mostrar su arte y la importancia de su labor cultural y demostrar la historia de su localidad. Así mismo, las ferias artesanales ofrecen una oportunidad única para que los turistas puedan conocer de

primera mano las habilidades y técnicas artesanales que se han ido transmitiendo con el pasar de los años.

1.2.2.2 Feria artesanal

Una feria artesanal es una exposición comercial que reúne a un grupo de personas en algún lugar establecido donde el artesano exhibe su producto y lo comercializa a un público consumidor de la población para que visiten las ferias, para que visualicen o adquieran ya sean artículos, mercancías y creaciones de los artesanos. Las ferias se han convertido en un área donde el artesano tiene la potestad de generar un ambiente de negociación muy efectivo y confiable con el fin de generar un proceso productivo Artesanal, la comercialización, una acción decisiva para concluir un periodo con ganancias para el artesano Navarrete, C. Marcela, D (2010).

Para Gianella y Pazos (2017) nos comparten que la artesanía es una de las actividades donde es muy crucial el canal de comercialización y promoción son las ferias. Estos entornos públicos pueden ser nacionales, locales, regionales e internacionales, los grupos de artesanos venden sus artesanías o producto artesanal interactuando con las personas directamente. Considerando que las ferias generalmente están buscando aproximarse al mercado, identificar las preferencias, diferencias del consumidor por último la competencia del mercado para generar estrategias para atraer a los clientes futuros.

1.2.2.3 Tipos de ferias

1.2.3. Según el sector empresarial, culturales y de entretenimiento:

Antiguamente las ferias han sido un punto de encuentro para la interacción de la sociedad, para intercambiar diferentes tipos de culturas, para la promoción de productos o diferentes tipos de prestaciones. A continuación, están las diferentes tipologías de ferias: Ferias gastronómicas, Ferias artesanales o de arte, Ferias culturales, Ferias turísticas, Ferias de música, Ferias de libro, Ferias medievales o renacentistas, Ferias folclóricas o tradicionales, Ferias agropecuarias o rurales, Ferias universitarias o educativas, Ferias de salud y bienestar, Ferias de ciencia y tecnología.

Hoy en día, las ferias se han expandido, adaptándose a las diferentes necesidades y preferencias de la sociedad, para las ferias artesanales de Olón esto es unos de los puntos importantes y de mucho interés donde hay una concentración de más turistas en el ámbito turístico.

1.2.3.1 El propósito de las ferias

Se define ferias como “una concentración recurrente de la oferta y la demanda a través del espacio y del tiempo”.

Basándose en Navergne (2023), revela que, las ferias cuentan con las siguientes finalidades; Venta o compra de productos o servicios, hallazgos y elección de agentes comerciales y/o proveedores, reforzar la percepción de la empresa, ampliar o crear lista de clientes potenciales, proteger el proceso de ventas, Realizar estudios de mercado según Crespo y Demetrio (2012).

Por otro lado, tenemos el propósito de una feria lo cual pueden ser variados, desde la creación de contratos hasta estabilizar las relaciones con los clientes, siempre y cuando reforzar las metas claras y concisas.

Para Olón el propósito de estas ferias no solo es para tener un sustento para su hogar, más allá de esto, está la cultura y tradiciones que las demuestran mediante la exhibición de sus productos para el público, la capacidad y la creatividad de los artesanos de esta comunidad hace esto algo único e irremplazable, por el simple hecho de hacer arte con sus manos.

1.2.3.2. Clasificación de las ferias Artesanales Turísticas

Estas tipologías de ferias se enfocarán según como se clasifican como primer punto tenemos; Feria artesanal local, Es un evento donde participan los artesanos o comerciantes locales y representan la base económica local. Seguido de eso tenemos la Feria regional, se deriva como un evento donde los empresarios se intercambian el comercio y crean una base económica a nivel de provincia. Posteriormente tenemos la

Feria nacional, en estas ferias pueden participar diferentes empresas de cualquier parte del país. Luego tenemos la feria internacional, donde son orientadas a un público de cualquier parte del mundo, los empresarios tienen la oportunidad de vender y exhibir sus productos y servicios. Y por último tenemos la feria virtual, esta tipología de feria ha tenido más presencia desde el COVID- 19 IDcongress (2021).

En la comuna de Olón las ferias artesanales solo se enfocan en lo local, pero recibiendo abiertamente a las personas, nacionales o internacionales, el proceso y los materiales para desarrollar cada producto es netamente sacado de la misma comunidad local.

1.2.3.3. Demanda turística en las ferias artesanales

Según Bieger y Laesser (2019), en su investigación de la demanda turística de las ferias artesanales, hace referencia al interés y la capacidad de los turistas para adquirir productos y servicios en un destino específico. La demanda turística se ve influenciada por factores económicos, sociales y culturales. Por otro lado, Smeral E (2020), Demanda Estacional; Este concepto hace referencia a las variaciones en el número de turistas que visitan las ferias artesanales o un destino a lo largo del año, las cuales se ven influenciadas por factores tales como el clima y las festividades. Para Wang Y (2021), indaga en su investigación sobre la demanda Potencial de las ferias; Este término hace referencia a la cantidad de turistas que tienen la posibilidad de visitar un destino determinado, teniendo en cuenta aspectos como la accesibilidad, las estrategias de promoción y la calidad de la infraestructura.

Sin embargo, es importante señalar que no todos estos turistas llevarán a cabo efectivamente el viaje. Basándose a Lui y Li X (2022), nos revelan en su estudio de investigación de la demanda Internacional de las ferias: Este concepto se refiere al volumen de turistas que se desplazan de un país a otro para exhibir sus productos de manera internacional, siendo afectado por diversos factores, tales como las condiciones políticas, las variables económicas y la disponibilidad de conexiones aéreas.

Con relación a la demanda turística de las ferias artesanales de Olón en comparación a la investigación de Bieger y Laesser (2019), se destaca el poco interés que han tenido las autoridades hacia la realización, la organización y el monitoreo de las ferias, por lo tanto, esto no solo ha afectado a los artesano, sino que también ha hecho que el turista pierda el interés de visitar las ferias por un motivos relevantes, uno de ello es, la poca promoción por parte de la página existente que maneja de la ferias Guacavilca. Tras esto como menciona Smeral E (2020), se está refiriendo al número de personas que visitan las ferias. Según lo investigado en Olón no consta con un monitoreo de turistas que visitan las ferias al menos en un año, solo existen cifras en general.

1.3. Clasificación de la demanda turística

La clasificación de la demanda está vinculada con la motivación de viaje, por lo tanto, hay personas que desean viajar y otras que por razones explicitas no lo hacen entre ellas pueden ser por: la inseguridad del trabajo, tener mala salud, economía baja, y más factores concurrentes Lluart y Martínez (2022).

La demanda se divide en dos categorías; El actual número de personas que intervienen en la actividad turística como los que compraran servicios y tienen la voluntad y dinero para hacerlo. Este es el grupo que se mide más fácil y son reflejadas en las estadísticas mundialmente. Es formada por las personas que no participan en las actividades turísticas (personas que no viajan), ya sea por algún motivo en específico relacionado con las variables que afectan la demanda. Dentro de este círculo se halla; Demanda potencial de las ferias, esto hace referencia que por algún motivo específico, el turista no ha viajado o visitado alguna feria artesanal. Demanda diferida: el turista no ha podido viajar o visitado alguna feria durante años por algún problema asociado con el entorno causado por dificultades de oferta. La NO demanda ferial: identificada por un grupo de personas que evitan las ferias o los viajes según González y Conde Pérez (2011).

Comparando todos los puntos de vista de los de los autores sobre los tipos de demandas de las ferias turísticas, para Olón es muy probable que algunas personas en

este momento tengan planeado realizar un viaje; ya sea empresarial, vacacional, o para una investigación científica, pero para la visita de las ferias artesanales turísticas existe poca probabilidad en su decisión por visitar, por esta razón es muy fundamental hacer mejoras, ya sea en las ofertas, mejoramiento de los productos.

1.3.1. Enfoques de la demanda turística en las ferias

Figura 1. Enfoque de la demanda turística



Fuente: Naranjo, M. & Martínez, M. (2022).

Nota. Extraída de Naranjo y Martínez (2022)

En el cuadro anterior demuestra los tipos de enfoques que llevan las demandas turísticas de las ferias, en este caso; en lo económico, las ferias artesanales de Olón son una fuente de ingreso económico para la comunidad y los artesanos, la mayoría de los turistas van a las ferias artesanales es para consumir algunos de los productos que ofrecen los diferentes Stand.

Por otro lado, tenemos la posición Geográfica en la que está posicionada la comuna, lo cual se destaca mucho porque es uno de los atractivos más visitados de la provincia de Santa Elena. Psicológico- Sociológico, existen turistas que visitas las ferias artesanales de Olón por el siempre hecho de vivir una experiencia con los productos artesanales exclusivamente si no tienen algún proceso de industria.

1.3.2. Fundamentos Legales

Según la reformas a la ley del turismo, se definen como actividades turísticas aquellas llevadas a cabo por individuos o entidades que se dedican a ofrecer, de manera remunerada, una u otras de las siguientes modalidades: 1. Alojamiento; 2. Servicios de alimentos, bebidas y entretenimiento; 3. Agenciamiento turístico; 4. Movilidad turístico; 5. Organización de eventos, congresos, convenciones, reuniones, incentivos,

conferencias, ferias y exhibiciones; 6. Centros de convenciones, salas de recepción y banquetes; 7. Guía turística; 8. Centros de desarrollo turístico comunitario; 9. Parques temáticos y atracciones permanentes; y 10. Balnearios, termas y centros de recreación turística. Estas actividades deben cumplir con los requisitos establecidos en la normativa vigente.

Los proveedores de servicios turísticos que realicen una o más de estas actividades están obligados a adquirir el correspondiente Registro de Turismo y la Licencia Única Anualmente de Funcionamiento por cada actividad turística que ofrezcan, salvo en el caso de las unidades de negocio integrales, que podrán operar con un único Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento Martínez y Naranjo (2024).

Conforme al “Manual de participación en ferias artesanales turísticas internacionales” (2018), expresa que, las ferias turísticas, que también son conocidas como ruedas de negocios; constituyen un elemento fundamental en la promoción del sector, con propósitos que abarcan el establecimiento de relaciones comerciales; la formación de alianzas, la investigación, la comunicación mediática, así como el desarrollo tecnológico y profesional. Estos eventos permiten una interacción directa entre los proveedores de servicios, productos y la oferta turística representada por la demanda, tanto a nivel local como regional e internacional, compuesta por compradores o consumidores. Ahora bien, una de las estrategias más efectivas y rápidas para acceder a nuevos mercados es la participación en ferias turísticas donde se presenta ya sea por nicho o por ubicación geográfica. Sin embargo, estas ferias brindan oportunidades únicas que se reúnen en un mismo espacio y al mismo tiempo, con la oferta de uno o varios sectores específicos.

En los últimos años, se ha notado que se han convertido en herramientas muy eficientes, puesto que proporcionan beneficios significativos en comparación con otros métodos de promoción generan resultados más rápidos.

La participación en una feria turística representa una oportunidad valiosa para llevar a cabo un análisis más profundo del mercado y se convierte en un canal prácticamente indispensable para las empresas que buscan darse a conocer en dicho

ámbito. El propósito principal de una feria es facilitar la compra y/o venta de productos y servicios. Además, este tipo de evento permite identificar las características de la competencia, establecer estándares de calidad, evaluar la respuesta del público ante la oferta, investigar el potencial del mercado, generar un amplio número de contactos en un corto período de tiempo y conocer los precios para agilizar la incorporación en el mercado. El concepto de “feria” tiene un objetivo bien definido: fomentar la realización de negocios. Los productores, al exhibir sus productos o servicios en un stand, tienen la oportunidad de formar alianzas comerciales y establecer conexiones con otros productores y proveedores de servicios, lo que les permite mejorar su oferta y, en consecuencia, aumentar la demanda según el Manual de participación en Ferias (2018).

1.3.3. Ley del Artesano

1.3.3.1. Constitución del Ecuador

Tabla 1 *Artículos de derechos constitucionales de los operarios y trabajadores de artesanos y trabajadores artesanos y su protección laboral en el Ecuador.*

Artículos de derechos constitucionales de los operarios y trabajadores artesanos y su protección laboral en el Ecuador	
Art. 15	De acuerdo con la Ley de Defensa del Artesano fue transmitida por el Congreso Nacional en el año 1953, fue modificado en el 2008, poco antes del referéndum que pone en vigencia la Constitución de la República por el Tribunal Constitucional mediante Resolución No. 0038-2007-TC mediante la declaración inconstitucional que regulaba la obligatoriedad de asociación y restringía el derecho al trabajo.
Art. 16	Para resguardar la Ley de Defensa del Artesano, y los beneficios y excepciones determinadas, es necesario contar con la calificación artesanal; tal aspecto que integra beneficios tanto como a los artesanos, y a las personas jurídicas artesanales. La calificación artesanal a la que se hace referencia es emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano a favor de los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos. Esta calificación está sujeta a una recalificación periódica, sujeta a la pérdida de la calificación, y, por lo tanto, de los beneficios que se ejercen bajo esta.

Nota. Extraído de la Constitución de la República del Ecuador (2023)

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la investigación

El método de investigación tiene enfoque cualitativo y cuantitativo, en los datos cuantitativos incluyeron estadísticas de afluencia turística, ingresos generados por las ferias en el año presente y encuestas a los turistas correspondientes. Los datos cualitativos se obtuvieron a través de entrevistas a los diferentes artesanos, organizadores de las ferias y ciudadanos de la comunidad, a fin de comprender mejor sus percepciones y experiencias.

Martínez (2017), nos relata que, dentro de los distintos enfoques cuantitativos, resaltan las encuestas estructuradas, las cuales facilitan la obtención de información acerca de las particularidades y conductas de los visitantes, además de evaluar su nivel de satisfacción y preferencias.

Consecuentemente el uso del método cualitativo según Stylidis y Sit (2014), conllevó a la realización de entrevistas semiestructuradas dirigidas a organizadores de ferias donde se información más detallada sobre la planificación y el impacto de estos eventos en la comunidad.

2.2 Métodos de la Investigación

Al ser una investigación cuantitativa y cualitativa o mixta, este enfoque cobra relevancia en el campo del turismo, puesto que las interacciones sociales, percepciones y experiencias de los turistas desempeñan un papel fundamental en los parámetros de la demanda. En primer lugar, se utilizarán encuestas estructuradas como método principal de recopilación de datos cuantitativos.

Puesto que estos cuestionarios se elaborarán con preguntas cerradas y con ítems a seleccionar, las cuales proporcionarán información precisa sobre varios aspectos a tratar. Dentro de los temas a tratar se hallarán el motivo de visita del turista;

cuales otras razones lo llevan a acudir a las ferias y el impacto de dichos eventos en su elección de visitar Olón.

Consecuentemente las encuestas serán entregadas únicamente a los visitantes que tienen conocimiento sobre las ferias de la comuna, personas que colaboran en la organización o estén vinculadas a las actividades comerciales. La recopilación de datos se realizará de manera digital, garantizando que la muestra sea representativa y refleje la diversidad de los asistentes. Más adelante, se procederá a llevar a cabo un análisis estadístico de los datos recopilados utilizando herramientas especializadas como SPSS o Excel. Esto posibilitará la identificación de patrones, correlaciones y tendencias en la demanda turística asociada a las ferias.

Además de realizar las encuestas, se llevó a cabo entrevistas semiestructuradas como parte de la metodología cualitativa. Se realizó entrevistas con los responsables de las ferias, los comerciantes locales y los líderes de la comunidad. El propósito principal de estas entrevistas es lograr una mayor comprensión de las motivaciones que impulsan la organización de las ferias que se realizan en el parque central llamado Guacavilca situado en la comuna Olón, así como conocer las percepciones acerca de su impacto en la comunidad y en la atracción turística.

La entrevista se lleva a cabo en un diseño flexible en lo cual se brindará la oportunidad a al participante de expresar sus opiniones y experiencias de forma confiable y libre. Esta recopilación de datos ayudara no solo a mejorar la información recopilada, sino también a brindar un valioso contexto sobre la perspectiva que tiene el visitante y el valor que le dan las ferias por parte de los diversos actores participantes.

Para enriquecer estas estrategias, se organizarán grupos de discusión que contarán con la participación de turistas de diferentes regiones. Estos grupos promoverán un intercambio dinámico sobre las vivencias de los participantes en las ferias, sus expectativas y la percepción que generan estos eventos en la comunidad. La comunicación entre los participantes puede dar lugar a opiniones u ideas que no surgirían en entrevistas individuales, puesto que se brindaría así una visión alta y profunda de como las ferias son afectadas por la demanda turística.

Finalmente, se hará un análisis de cada pregunta situada al entrevistado u encuetado que ayudará a profundizar y comprender de una manera más fácil y conciso lo que se quiere obtener mediante la recopilación de estos datos.

2.3 Población y Muestra

La demanda turística en la provincia de Santa Elena específicamente en la comunidad de Olón está compuesta tanto por turistas nacionales como internacionales que visitan la región impulsados por diferentes actividades asociadas al turismo. Las características tanto objetivas como subjetivas de estos visitantes facilitan la formación de segmentos homogéneos dentro de cada grupo y heterogéneos entre ellos.

Estos turistas provienen de diferentes lugares, poseen costumbres variadas y presentan diferencias en su capacidad de gasto y duración de estancia.

Según el Municipio de Santa Elena (2023), en la comunidad de Olón existe una población aproximada de 5000 habitantes son locales, 500 son extranjeros lo cual han elegido su hogar a esta comuna. Además, la población de turistas aumenta a 8000, durante los fines de semanas o en feriados, lo cual refleja un crecimiento notable de 40% de población total durante 10 años. A partir de esta estadística, se llevó a cabo el cálculo a través de un muestreo por conveniencia sacando un numero en específico de encuestas.

2.3.1 Recolección y Procesamiento de Datos

En la recopilación de datos se realizará a través de una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de obtener una visión completa y detallada de la demanda turística asociada a las Ferias Artesanales y su incidencia en la demanda de Olón.

1) *Encuestas*: Las encuestas fueron entregadas tanto a personas que conocen la comuna y turistas, además investigar cuál fue el motivo de visita. Los habitantes que colaboraron en la organización o estuvieron vinculados a la actividad comercial durante el evento. La recopilación de datos se llevó a cabo para las personas que tienen conocimiento de las ferias Artesanales de la comuna de Olón. Posteriormente, se procedió a realizar un análisis estadístico de los datos recopilados.

2) *Entrevistas*: Se realizaron entrevistas con los responsables de las ferias, el organizador de las ferias. El propósito principal de estas entrevistas fue obtener una mayor comprensión de las motivaciones que impulsaron la organización de las ferias, así como conocer las percepciones sobre su impacto en la comunidad y en la atracción turística.

2.3.2 Validación de instrumentos

Para validar el diseño de la encuesta se utilizó el método Likert, y para medir el grado de confiabilidad, se calculó el Método del Alfa de Cronbach, que miden el valor de fiabilidad que corresponden al instrumento aplicado, conforme a esto para Nina y Eusebio (2021) explican que el Alfa de Cronbach es un factor que cobra sentido entre 0 y 1, entre más se aproxime al 1, la fiabilidad del instrumento es mayor.

Por otro lado, Rodríguez y Reguant (2020) indican que la constante del Alfa de Cronbach es comúnmente citada, utilizando la escala de Likert. El propósito de este artículo es facilitar una información general que permita comprender este índice y el proceso operativa para poder obtenerlo. Junto con el programa operativo estadístico llamado SPSS, de manera ágil y fácil, va a permitir calcular este valor.

Figura 2 Escala para la interpretación del Alfa de Cronbach*Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach*

Intervalos	Interpretación
0,00 a 0,53	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Confiabilidad excelente
1,00	Confiabilidad perfecta

*Nota:**extraído de Nina y Eusebio. (2021)*

Mediante una prueba piloto con 25 personas se ha utilizado la herramienta estadística del Spss, donde se realizó el análisis de fiabilidad a través del alfa de Cronbach en lo que se refiere Nina y Eusebio (2021) en la que el presente estudio se encuentra la escala de 831 lo cual su estimación de confiabilidad es excelente que demuestra una correlación en las preguntas.

Tabla 2 Resultados Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,831	12

Nota: información adaptada del programa SPSS (cálculo de Alfa de Cronbach) Elaborado por el autor

El propósito de evaluar exhaustivamente la excelencia del instrumento cualitativo utilizado para este estudio, para la validación se llevó a cabo el proceso de colaboración de los administradores de las ferias realizadas en la comuna Olón específicamente en el parque Guancavilca. Este proceso de validación es esencial, puesto que, permite asegurar que las preguntas de entrevistas sean una guía adecuada y segura para obtener una información más específica y acorde a lo que se quiere investigar.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

3.1.1 diagnostico situacional de la demanda turística de la comuna de Olón

3.1.1.2 resultados de la encuesta aplicada

➤ *Distribución de genero de los encuestados*

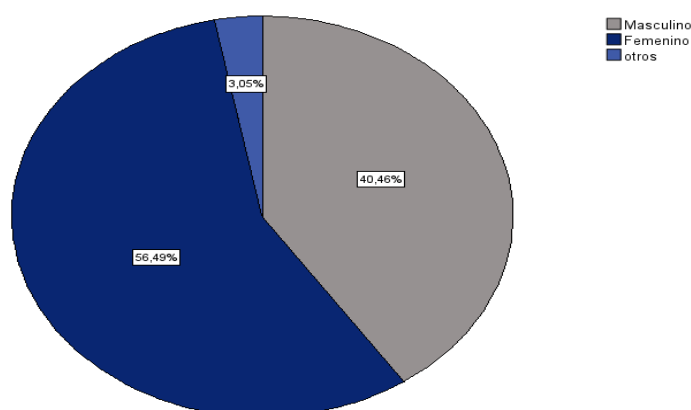
Tabla 3 Género de los turistas encuestados

variables	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	53	40,5%
Femenino	74	56,5%
otros	4	3,1%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 3 Genero de los Turistas encuestados



En la tabla 6 figura 3 indica que la mayor parte de los encuestado son del sexo femenino, seguidamente tenemos el porcentaje del sexo masculino y un pequeño porcentaje de otro género. Esta información es importante para adaptar las ofertas turística en la comuna de Olón, enlazándolas con las expectativas de los turistas como menciona Gonzabay (2023) sobre la experiencia de la demanda turística personalizada. Así mismo, se relaciona con la infraestructura y las necesidades de mejora y la atención al cliente mencionado por Reyes (2017).

➤ *Distribución de los encuestado según su lugar de procedencia*

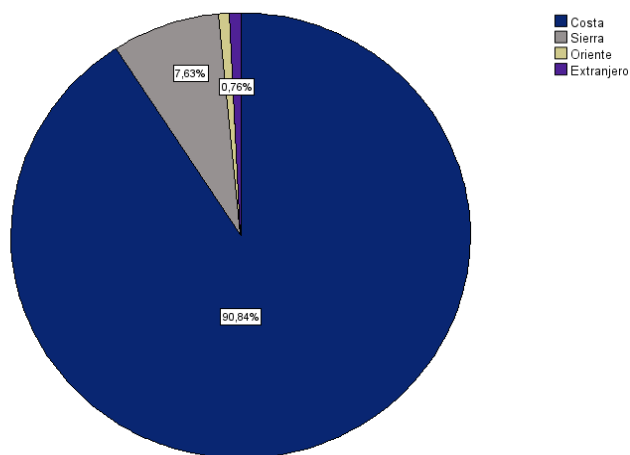
Tabla 4 Lugar de procedencia del turista

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Costa	119	90,8%
Sierra	10	7,6%
Oriente	1	0,8%
Extranjero	1	0,8%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 4 Lugar de procedencia del turista



La mayoría de los encuestados son procedente de la costa lo cual obtiene un 9,80%, mientras que solo un pequeño porcentaje llega desde la sierra, oriente y extranjeros. Esta regularidad refleja la fuerte afluencia de turistas nacionales específicamente de la región costa. Con respecto a los estudios de Gonzabay (2023) esto resalta la importancia de adaptar las ofertas y demandas turísticas, como la Ferias Artesanales de la comuna Olón, y así satisfacer la creciente demanda turística de un público nacional, brindando productos que resalten la cultura de la localidad.

➤ *Preparación del turista*

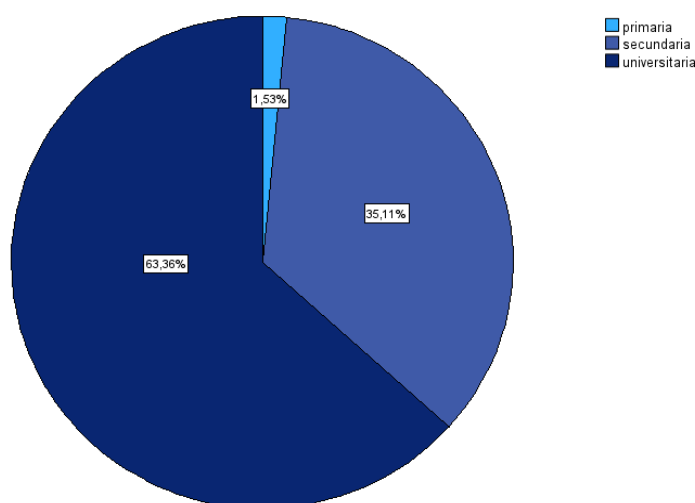
Tabla 5 Nivel de estudios del Turista

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	1,5%
Secundaria	46	35,1%
Universitaria	83	63,4%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 5 Nivel de estudios del turista



El nivel de estudios de los encuestados, la mayoría de los turistas tienen estudio universitario lo cual alcanza un 63,4%, seguidamente los que tienen estudios secundarios, sumando los dos porcentajes da como resultado da como resultado 98,5% y el porcentaje pequeño tiene estudio primario. Los datos recolectados son de suma importancia, dado que refleja sé que la mayoría de los turistas que han visitado las ferias artesanales de Olón tienen un nivel educativo es universitario, lo que conlleva a tener una mayor calidad en cuanto a los productos que ofrecen estas ferias. Además, Orgaz y Moral (2016) en su estudio resaltan la importancia de ofrecer experiencia que promuevan integración social y el desarrollo sostenible, algo viable mediante una oferta que valore la calidad y la autenticidad.

➤ *Ha visitado alguna feria artesanal durante el periodo 2024- 2025*

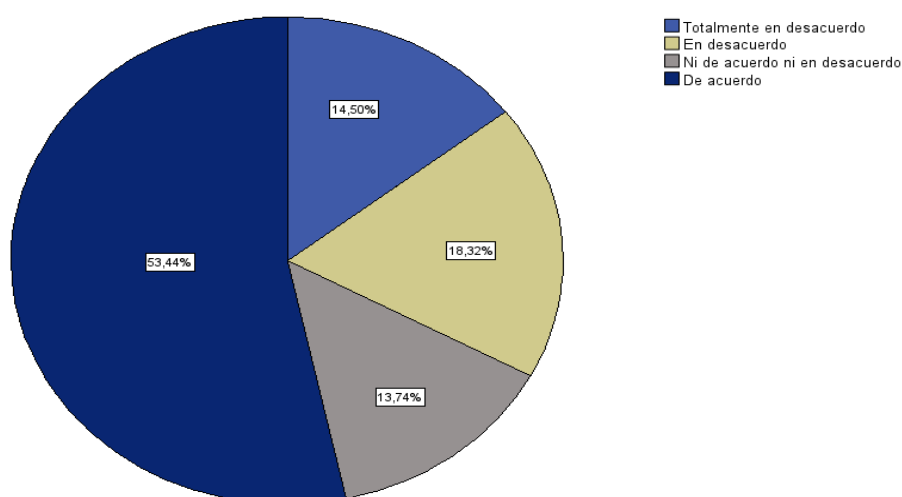
Tabla 6 *¿Usted ha visitado alguna feria artesanal en Olón durante el periodo 2024-2025?*

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	19	14,5%
En desacuerdo	24	18,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	13,7%
De acuerdo	70	53,4%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 6 *¿Usted ha visitado alguna feria artesanal en Olón durante el periodo 2024- 2025?*



En la tabla 9 y figura 6 se observa que la mayoría de los turistas 53,4 % han visitado las ferias de Olón lo cual refleja que los encuestados están de acuerdo en que han visitado una feria artesanal de Olón durante el periodo 2024-2025 mientras que el porcentaje siguiente está en desacuerdo, otro porcentaje no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el porcentaje menor está totalmente en desacuerdo que no ha visitado una feria. Este resultado da a entender que la feria artesanal tiene un impacto moderado. El análisis de Gonzabay (2023) sobre la creciente demanda, refleja la necesidad de las ferias de Olón en adaptarse a los diferentes estándares para mejorar la oferta y fortalecer las necesidades el turista.

➤ *Influencia del turista que ha visitado Olón*

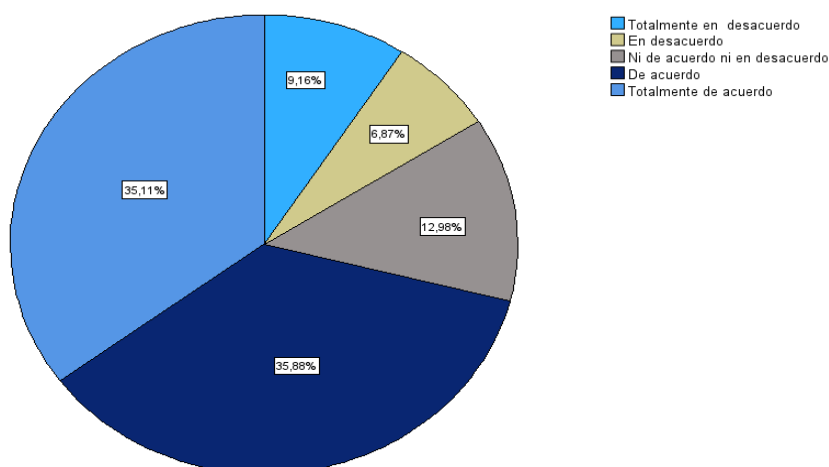
Tabla 7 ¿La existencia de las ferias artesanales influiría en su decisión de visitar Olón?

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	9,2%
En desacuerdo	9	6,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	13,0%
De acuerdo	47	35,9%
Totalmente de acuerdo	46	35,1%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 7 ¿La existencia de las ferias artesanales influiría en su decisión de visitar Olón?



Significativamente la mayoría de los turistas están de acuerdo 35,9% seguido de eso, está completamente de acuerdo 35,1% sumando estos dos resultados nos da un 71% dan respuestas positivas, esto quiere decir que influye mucho la decisión de visita del turista a las ferias artesanales de Olón, en concordancia con Martínez (2017) y Styliadis et al. (2014) lo cual investigaron sobre el impacto de la demanda turística de las ferias, los resultados obtenidos evidencian que las ferias artesanales además de atraer a los turistas, cumplen un papel crucial para fortalecer la identidad cultural de la comuna de Olón.

➤ *Alternativas de difusión*

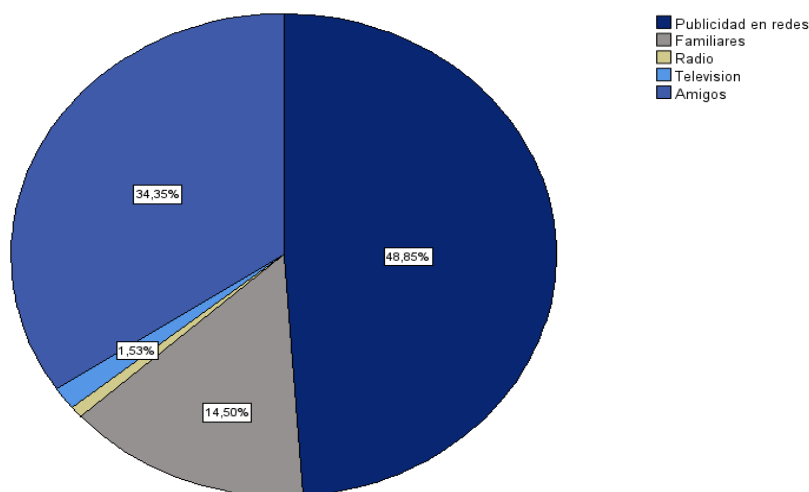
Tabla 8 ¿Por qué medio usted se ha enterado que la comuna Olón realiza Ferias Artesanales?

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad en redes	64	48,9%
Familiares	19	14,5%
Radio	1	0,8%
Televisión	2	1,5%
Amigos	45	34,4%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 8 ¿Por qué medio usted se ha enterado que la comuna Olón realiza Ferias Artesanales?



Se observa que la mayoría de los encuestados 48,9% se enteraron de la existencia de las ferias artesanales a través de las redes sociales, seguido de eso, por recomendaciones de amigos, familiares, televisión y solo un 0.8% por medio de radio. Esta regularidad de difusión destaca que las redes sociales son un medio muy importante para la promoción turística, algo que tiene una alianza con el análisis de Gonzabay (2023), que menciona la creciente demanda del marketing digital para la atracción de los turistas. La influencia de redes sociales de acuerdo con Orgaz y Moral (2016), quienes evalúan que las herramientas digitales modernas son fundamentales para el desarrollo socioeconómico de las actividades turísticas.

➤ *Satisfacción del Turista en la Experiencia de visita*

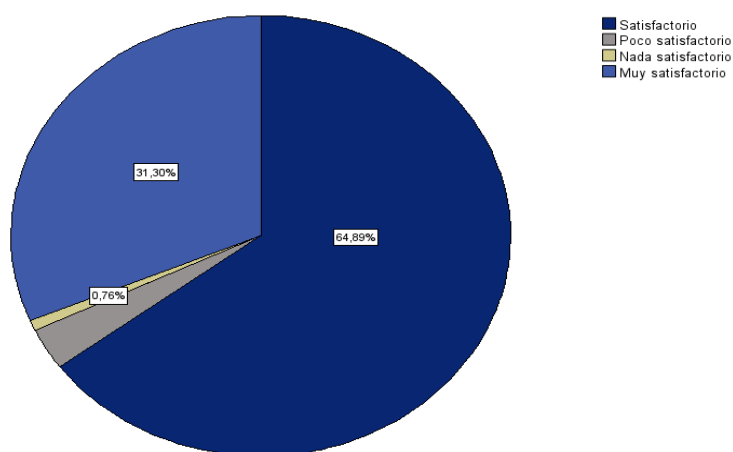
Tabla 9 ¿Qué tan satisfactorio cree usted que sería la experiencia de visita en las Ferias Artesanales de Olón?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Satisfactorio	85	64,9%
Poco satisfactorio	4	3,1%
Nada satisfactorio	1	0,8%
Muy satisfactorio	41	31,3%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 9 ¿Qué tan satisfactorio cree usted que sería la experiencia de visita en las Ferias Artesanales de Olón?



Los resultados de satisfacción con respecto a la experiencia de visita la mayoría de los encuestados consideran que es satisfactorio, seguido de eso califica como muy satisfactorio, sumando estos dos porcentajes positivos dan como resultado un 96,2%, solo un pequeño porcentaje ve como poco satisfactorio y otro nada satisfactorio. Estos resultados han indicado un alto nivel de satisfacción con la existencia de las ferias artesanales, lo cual destaca que mejorar la calidad es de suma importancia para los productos y servicios que se ofrecen.

➤ *Visita de Interés de los encuestados*

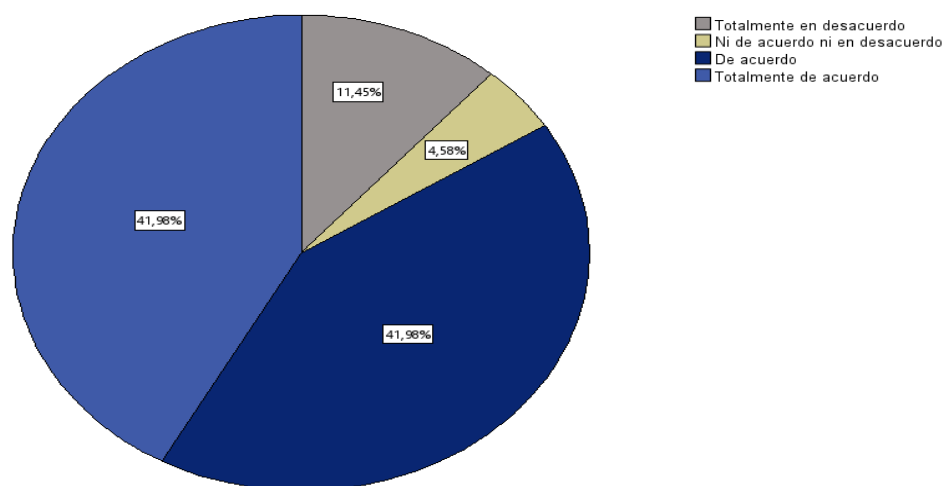
Tabla 10 *¿Considera usted que las ferias artesanales hacen que Olón un destino turístico más interesante?*

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	11,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	4,6%
De acuerdo	55	42,0%
Totalmente de acuerdo	55	42,0%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 10 *¿considera usted que las ferias artesanales hacen que Olón un destino turístico más interesante?*



De acuerdo con la encuesta sobre la opinión de los encuestados, respondieron totalmente de acuerdo y de acuerdo, sumando los dos resultados obtenidos con mayor respuesta positivas, equivalen a un 84% están a favor que las ferias artesanales hacen que Olón sea un destino más interesante. Esto también destaca la importancia de las ferias como una forma de impulsar la actividad turística, tal y como refleja el Cidap (2025) en su apoyo a la comercialización de los productos artesanales que ofrecen calidad para poder potenciar y fomentar un mayor interés turístico en la comunidad de Olón.

➤ *Decisión de interés del visitante*

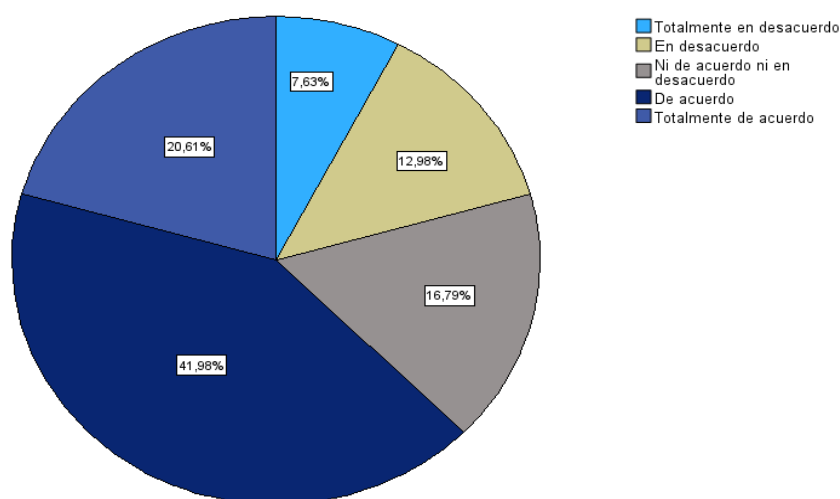
Tabla 11 Si no hubiese ferias artesanales en Olón ¿considera que su interés en visitar este lugar sería menor?

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	7,6%
En desacuerdo	17	13,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	16,8%
De acuerdo	55	42,0%
Totalmente de acuerdo	27	20,6%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 11 Si no hubiese ferias artesanales en Olón ¿considera que su interés en visitar este lugar sería menor?



El interés de visita del encuestado tiene dos resultados positivos, su contestación fue (de acuerdo y totalmente de acuerdo) sumando estas dos variables dan como resultado un 62,6% un factor importante para su decisión de visitar el lugar. Sin embargo, las demás respuestas (en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) están neutrales. Estos datos demuestran que las ferias realizadas en Olón tienen un impacto positivo significativo en cuando al interés del turista, lo cual se relaciona con la investigación de Gonzabay (2023), que demuestra el aumento de demanda en la actividad turística y ofrecer experiencias únicas al turista.

➤ *Compra de productos artesanales que se distribuyen en las ferias de Olón*

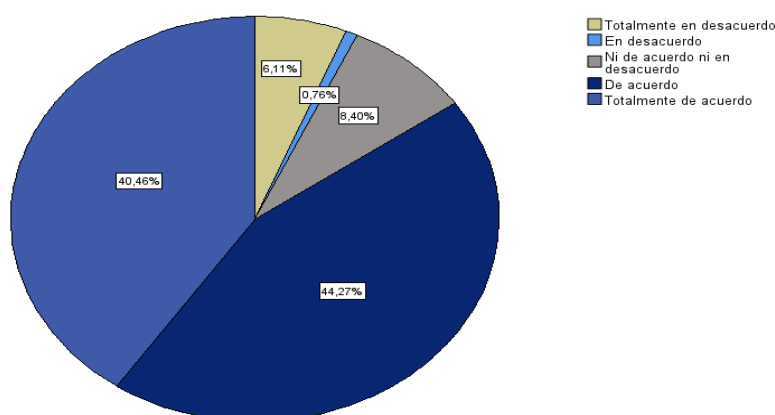
Tabla 12 *¿Compraría usted algunos de los productos artesanales que se distribuyen en las ferias de Olón?*

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	6,1%
En desacuerdo	1	0,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	8,4%
De acuerdo	58	44,3%
Totalmente de acuerdo	53	40,5%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 12 *¿Compraría usted algunos de los productos artesanales que se distribuyen en las ferias de Olón?*



Con el propósito de conocer las preferencias del turista dio a conocer el alto interés de compras de productos artesanales en las ferias de Olón donde reflejan dos resultados positivos (de acuerdo y totalmente de acuerdo) que dan como resultado 84,8% mientras que los tres porcentajes bajos (desacuerdo, totalmente en desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo) de los turistas que no están interesados en la compra de los productos que ofrecen. Estos son resultados significativos lo cual puede estar relacionado con Cidap (2025), que nos resalta lo importante que es ofrecer un producto de calidad para el turista, puesto que esto hace que el turista satisfaga sus expectativas de visita en las ferias artesanales.

➤ *Presupuesto que estaría dispuesto a gastar el turista*

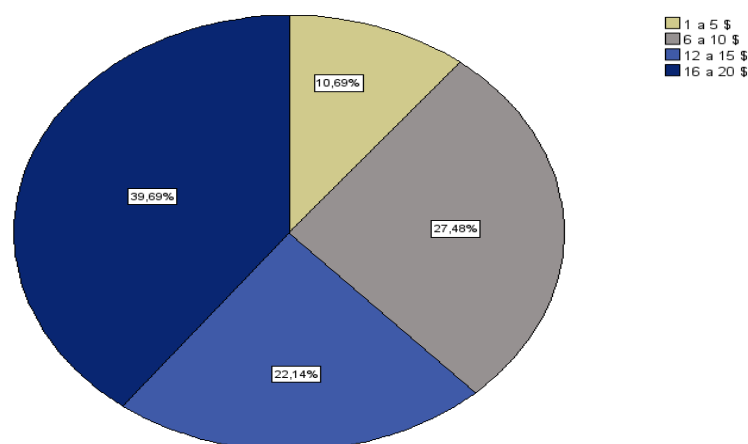
Tabla 13 *¿Cuál sería el presupuesto que usted estaría dispuesto a gastar en una Feria Artesanal de Olón?*

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 \$	14	10,7%
6 a 10 \$	36	27,5%
12 a 15 \$	29	22,1%
16 a 20 \$	52	39,7%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 13 *¿Cuál sería el presupuesto que usted estaría dispuesto a gastar en una Feria Artesanal de Olón?*



Los resultados sobre el presupuesto que el turista estaría dispuesto mayoritariamente a gastar en los productos artesanales que ofertan en Olón están entre 6 a 20 dólares, lo cual, sumando las tres opciones más relevantes, nos da un resultado de porcentaje de 89,3%, solo un pequeño porcentaje estaría dispuesto a gastar entre 1 a 5 dólares. Estos resultados reflejan el interés considerable en la compra de los productos de calidad que debería de ofrecer las ferias artesanales de Olón. El presupuesto que los turistas están dispuestos a gastar respalda la versión de Orgaz y Moral (2016) sobre el impacto económico turístico, las ferias artesanales contribuyen mucho al desarrollo económico de las localidades al atraer a los turistas con los productos que ofrecen.

➤ *Percepciones sobre la cultura y tradiciones*

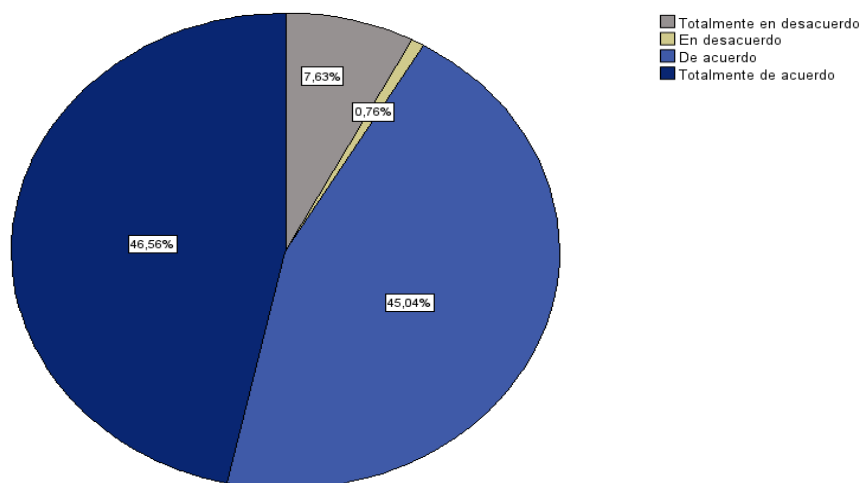
Tabla 14 *¿Considera que las Ferias Artesanales le permiten conocer más sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena?*

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	7,6%
En desacuerdo	1	0,8%
De acuerdo	59	45,0%
Totalmente de acuerdo	61	46,6%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 14 *¿Considera que las Ferias Artesanales le permiten conocer más sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena?*



Según los encuestados en cuanto a su opinión sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena, destacan dos resultados que tienen relevancia y similitudes en cuanto a los porcentajes (de acuerdo y totalmente de acuerdo) que dan un resultado positivo, mientras que los dos porcentajes menores dan un significativo resultado positivo, por lo tanto indican que las ferias artesanales no tienen un impacto cultural, por otro lado Gonzabay (2023), en su investigación destaca lo importante que es resaltar la cultura de la localidad para promover el intercambio cultural.

➤ *Calificación de las ferias Artesanales de Olón*

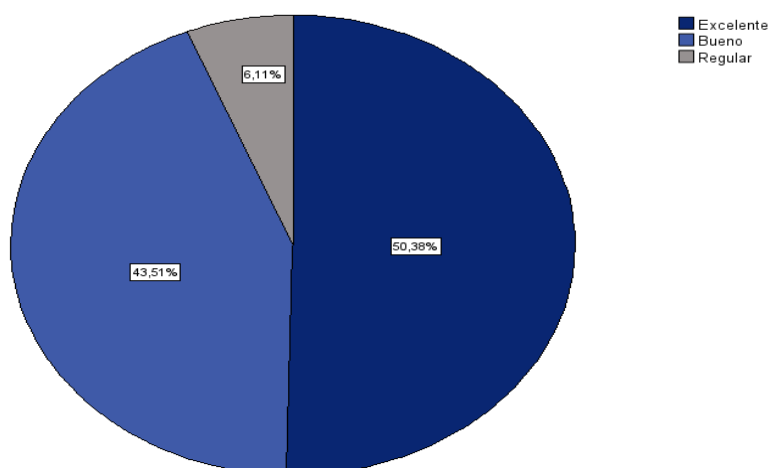
Tabla 15 ¿Cómo calificaría las ferias artesanales de la comuna de Olón?

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	66	50,4%
Bueno	57	43,5%
Regular	8	6,1%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 15 ¿Cómo calificaría las ferias artesanales de la comuna de Olón?



La calificación que mayoritariamente escogieron los encuestados en cuanto a la calificación que les dan a las ferias realizadas en Olón (excelente y bueno) lo cual sumándolo nos da 93,9% dio como resultado positivo. Solo un pequeño porcentaje calificó como “regular”. Estos resultados indican que las ferias artesanales cumplen con las expectativas de la mayoría de los turistas, por ende, ha resaltado el valor de este tipo de actividad para el turismo local. Tal y como lo plantea Cidap (2025) y Reyes (2017), que resaltan el impacto positivo de las ferias y el impacto económico que puede generar en las comunidades locales.

- *Que tan de acuerdo está el turista que se realicen las ferias artesanales con frecuencia*

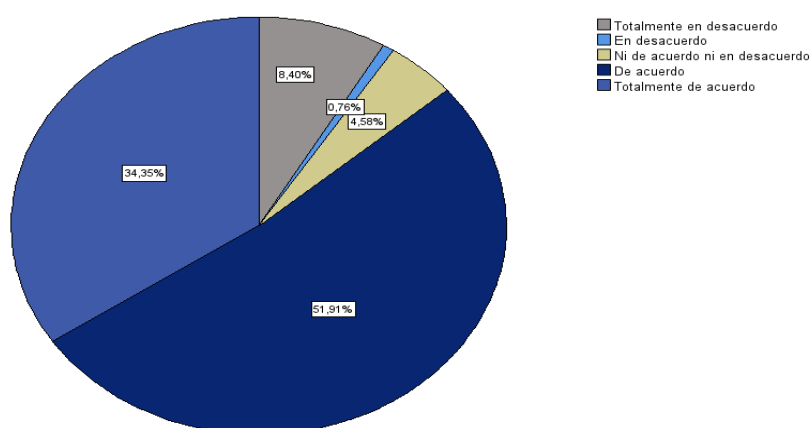
Tabla 16 *¿Le gustaría a usted que las ferias artesanales de Olón se realizaran con más frecuencia?*

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	8,4%
En desacuerdo	1	0,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	4,6%
De acuerdo	68	51,9%
Totalmente de acuerdo	45	34,4%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 16 *¿Le gustaría a usted que las ferias artesanales de Olón se realizaran con más frecuencia?*



En la tabla 18 y figura 16 lo cual se habla sobre la preferencia de los turistas con respecto a la frecuencia de realización de las ferias artesanales en Olón, lo cual sumando las dos respuestas da como resultado un 86,3% donde dan un consecuente positivo (de acuerdo y totalmente de acuerdo), se evidencian que la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que se realicen las ferias artesanales. Solo un pequeño porcentaje muestra un totalmente desacuerdo y desacuerdo, lo cual implica una aceptación generalizada de estas ferias artesanales, este hallazgo está alineado con la investigación de Martínez (2017) quien subraya la importancia de las ferias artesanales.

➤ *Recomendación del Turista para una posible mejora*

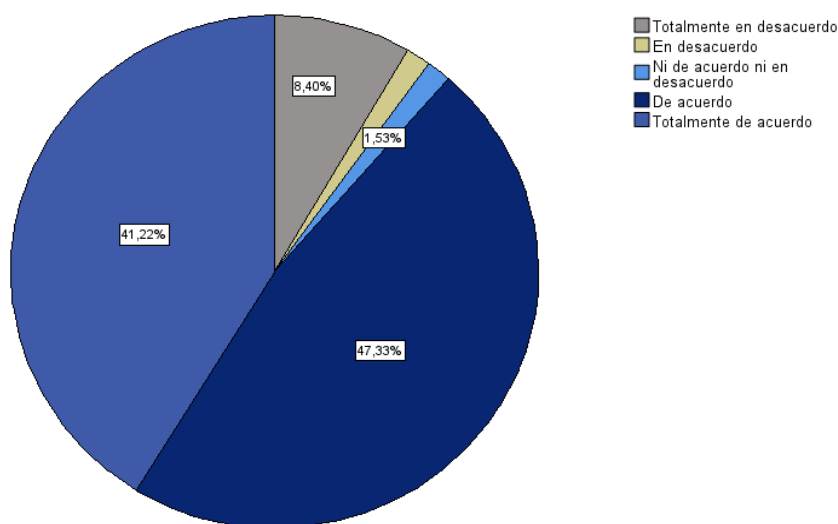
Tabla 17 ¿Usted recomendaría a otros turistas visitar las ferias artesanales de Olón?

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	8,4%
En desacuerdo	2	1,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1,5%
De acuerdo	62	47,3%
Totalmente de acuerdo	54	41,2%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 17 ¿Usted recomendaría a otros turistas visitar las ferias artesanales de Olón?



En la tabla 19 y figura 17 muestran una fuente recomendación por parte del turista para que visiten las ferias artesanales de Olón, con dos porcentajes casi similares (de acuerdo y totalmente de acuerdo), sumando las dos variables dan como resultado 88,5% lo cual nos da un porcentaje positivo reforzando la importancia de la oferta turística que ofrecen en las ferias artesanales de Olón.

➤ *Medios de difusión que recomendaría el turista*

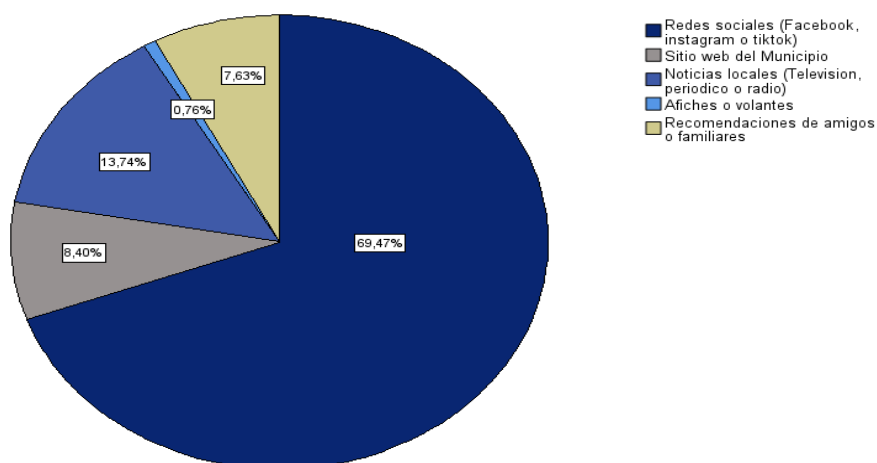
Tabla 18 *¿Cuáles serían los medios de difusión o comunicación que usted recomendaría para que las ferias artesanales se dieran a conocer más?*

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales (Facebook, Instagram o TikTok)	91	69,5%
Sitio web del Municipio	11	8,4%
Noticias locales (Televisión, periódico o radio)	18	13,7%
Afiches o volantes	1	0,8%
Recomendaciones de amigos o familiares	10	7,6%
Total	131	100%

Fuente: datos de encuesta a turistas que han visitado Olón

Elaborado por: Méndez Santos Angie T. (2025)

Figura 18 *¿Cuáles serían los medios de difusión o comunicación que usted recomendaría para que las ferias artesanales se dieran a conocer más?*



Finalmente tenemos el análisis de la tabla 20 y figura 18 donde los resultados muestran que la mayoría de los encuestados consideran que las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) 69,5% son los medios más adecuados para promocionar las ferias artesanales de la comuna de Olón. Esto refleja una clara importancia sobre las tendencias de hoy en día sobre las plataformas digitales, de esta manera despertaría el interés y atrae a un público moderno a diferencia de las otras variables. Este patrón está aliado con los estudios de Martínez (2017) y Styliadis et al. (2014) que identifican como las ferias turísticas deben adaptarse a nuevos medios de comunicación para poder captar la atención del turista.

3. 1.1.3 Informe de análisis de resultados de la entrevista del administrador del grupo Guancavilca de las ferias artesanales de Olón, Santa Elena

Además, el entrevistado considera que el apoyo de las empresas públicas o privadas las recibe abiertamente, pero hay que tomar en cuenta que, no siempre estas empresas están a tanto. Por lo cual estaría dispuesto a llegar a un acuerdo para que promocionen más las ferias que se realizan aquí, así mismo ayudaría mucho a elevar nuestro perfil como artesanos y hacernos más reconocidos, no solo a nivel nacional si no que internacionalmente gracias a su patrocinio.

Consecuentemente la pregunta del entrevistado es ¿Cuál es la duración de las ferias artesanales? La respuesta del entrevistado es la siguiente: las ferias artesanales en Olón usualmente las realizan una vez al mes y suelen durar un fin de semana en el parque central de la comunidad llamado Guancavilca, por lo general estas ferias tienen un precio establecido, donde cualquier artesano puede participar libremente. Las ferias tienen un valor de 7 dólares, donde se incluyen sillas, una mesa y carpa, durante todo un día consecutivo.

El administrador tiene mucho conocimiento de las ferias por lo general estas ferias representan un papel fundamental para la comunidad local y para su desarrollo económico porque gracias a esto los artesanos tienen un sustento para ellos y así mismo comparten sus productos artesanales y los exhiben para el público.

El coordinador nos manifiesta que ha habido un número aproximado de 400 a 700 personas lo cual da un porcentaje de 20% por ferias de algunos fines de semana, en comparación con el año anterior. Las ferias tienen un aumento de turistas, es cuando se realizan festividades patronales.

En el proceso de selección, en sí, los artesanos son netamente de la localidad, donde realizamos convocatorias libremente abiertas para cualquier artesano que quiera ser partícipe de las ferias, trabajamos en el equipo con algunos comités comunales y organizaciones voluntarias que están dispuestos siempre ayudar con la organización de las ferias. Y es ahí donde el producto artesanal de Olón resalta la originalidad y

representa mucho la cultura de la localidad. El interés del entrevistado ha crecido, por lo cual está decidido abiertamente a recibir algún tipo de recomendación por parte de personas que coordinan ferias en otros lugares.

Finalmente, el interés del coordinador por impulsar estas ferias hace que los artesanos salgan y despierten sus conocimientos con las personas que están dispuestas a pagar por un producto. Sin embargo, para garantizar que las ferias tengan éxito, no está de más tener un apoyo de alguna institución, es muy importante tener un respaldo de alguna empresa ya sea privada o pública, para que facilite la mejora de la infraestructura, capacite al artesano y garantizar una promoción de los productos que se ofrecen en las ferias realizadas.

Las ferias que se realizan en el parque no solo han atraído a turistas que le interesa la cultura de la localidad, dado que el interés también está por la gastronomía de la localidad y el turismo de aventura. Estos puntos son muy importantes para nuestra comunidad, puesto que gracias a esto hace que la economía de la localidad tenga un nivel moderado.

3.2 Análisis FODA

Fortaleza	Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> -Influencia artesanal. -Experiencias y originalidad. -Ubicada en una zona costera. 	<ul style="list-style-type: none"> -El incremento del interés por el turismo cultural. -Convenio con agencias de turismo. -La posibilidad de innovar en los productos ofrecidos.
Debilidad	Amenaza
<ul style="list-style-type: none"> -La limitada proyección de las ferias artesanales. -Infraestructura inadecuada -La inestabilidad de demanda turística. 	<ul style="list-style-type: none"> -La inestabilidad de demanda turística. -La situación económica. -La utilización de nuevas tecnologías.

DISCUSIÓN

En conformidad con los resultados se ha determinado que las personas de género femenino son quienes mayormente se interesan por asistir a las ferias artesanales, aunque si bien es cierto los sujetos del sexo masculino no tienen la misma curiosidad por este tipo de actividades; gran parte de la población turística proviene de la costa, lo que indica que hay demanda turística local pese a ello, también hay una mínima demanda de extranjeros esta; esta percepción coincide con Penosso (2014)., Gonzabay (2023) quienes mencionan que la teoría del turismo y la demanda turística, son un modelo de interacción social entre los turistas que visitan este tipo de ferias; en este sentido, los turistas asisten o son parte del crecimiento de las ferias artesanales dado que, tanto mujeres, hombres e integrantes de la comunidad LGBTI fuera de cualquier otra situación son participe de estas dinámicas turísticas y sociales.

La creciente demanda de turistas en Olón según los resultados obtenidos con base a la frecuencia de visita durante el periodo 2024- 2025, el 53,4% de las personas denotan que han visitado al menos una feria artesanal, esto da a entender que las actividades feriales tienen una moderada afluencia de turistas, mientras que un 18,3% de individuos no han sido participe de las ferias realizadas, este criterio se vincula con González y Conde (2011), quienes indican que existen dos tipos de demanda, la primera consiste en los factores que permiten la visita del turista y la segunda los factores que limitan esta actividad. Conforme a ello se refleja que la pertinencia y el motivo de las visitas turísticas de la comuna Olón dependen en ocasiones de factores económicos y sociales que trascendentalmente pueden incitar la visita al sector, pero que a su vez pueden ser limitantes.

La percepción del turista sobre las ferias artesanales ha influido positivamente con un 71% esto debido a que los encuestados expresaron por medio de la interrogante respuestas aceptables, en este contexto se deduce que la decisión del visitante causa impacto en la demanda turística; Martínez (2017) y Stylidis et al., (2014), han

mencionado que las ferias permiten que la comunidad de a conocer sus artesanías que regularmente son confeccionadas a mano. Sin duda alguna las ferias cumplen un papel importante para fortalecer el desarrollo de la comunidad.

Los medios de comunicación tienen realce impacto para los turistas que ven las redes sociales con un 48,9% de aceptación, consecuentemente tenemos una baja promoción de un 0,8% de personas que solo han utilizado las emisoras como medios de comunicación. Esto destaca una importante razón para que los turistas tengan una excelente experiencia de visita donde un 96,2% de individuos han considerado de manera satisfactoria la visita de ferias a esta comunidad, caso contrario un 3,9% de turistas que no comparten las mismas expectativas.

Otro impacto positivo de un 84% de resultados obtenidos sobre la expectativa del interés del turista, y un porcentaje mínimo de 11,5% que, en su totalidad, no está de acuerdo con el tipo de interés. El realce de afirmativo de un 62,6% del interés del turista tiene un factor importante en su toma de decisión de visita a las ferias.

Esto concuerda con la investigación de Navergne (2023), Crespo y Demetrio, (2012), donde realizan un estudio de mercado y determinan el propósito de las ferias artesanales. Esta ventaja evalúa la importancia que tiene el marketing turístico para sacarle provecho a este tipo de actividades, es importante destacar que las ferias tienen un propósito inicial independientemente de generar un medio de adquisición de recursos económicos, este se enfoca en promocionar sus componentes culturales y tradicionales.

Con un porcentaje beneficioso, el 84,8% de turistas encuestados refleja que está dispuesto a consumir los productos que ofrecen en las ferias de Olón, por otro lado, el resultado menor solo refleja un 6,9% que está en desacuerdo con la compra de los productos. El presupuesto aproximado de la compra de los productos es entre 6 a 20 dólares, lo cual equivale a 89,3%, la mejora de calidad de los productos ofrecido en las ferias artesanales es muy crucial para satisfacer las perspectivas del turista tal y como lo demuestra el Cidap (2025), Orgaz y Moral (2016), resaltando lo

imprescindible que es, que los sectores turísticos y sus entidades derivadas ofrezcan productos de calidad y causando así mejoras significativas en el desarrollo económico de un determinado sector. En el realce económico de la comuna Olón es muy importante porque beneficia al sector y a los artesanos.

La calificación que da el turista con un 93,9%, esta entre excelente y bueno, donde ciertamente resaltan sus expectativas, mientras que, un mínimo de 6,1% de calificación dio regular. Evidentemente hacemos énfasis con la frecuencia de ferias que se deberían de realizar para que el 86% de los encuestados que han estado de acuerdo que se realicen más a menudo este tipo de actividad, visiten las ferias artesanales.

De esta manera el turista está dispuesto a recomendar a otras personas que visiten las ferias realizadas en Olón 88,5% reforzando el desarrollo económico local. Aunque este proceso fundamenta el crecimiento de una comunidad, estas requieren herramientas que les permitan difundir las actividades que estén o vayan a realizar a futuro, por ello, encuestados recomiendan las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, sean un medio adecuado y le faciliten al turista recomendar y garantizar al público demostrando que los medios digitales son importantes para despertar el interés del público objetivo.

Tal y cual menciona Crespo y Demetrio, (2012). Donde mencionan que los medios son una herramienta importante para impulsar el marketing turístico y llamar la atención de posibles clientes potenciales. Todo esto conlleva a que los medios de difusión despiertan el interés puesto que en la actualidad la tecnología avanza rápidamente.

CONCLUSIONES

- Con relación al objetivo 1, se analizó un diagnóstico situacional sobre la demanda actual de las ferias artesanales realizadas en Olón, específicamente por el grupo llamado Guancavilca han demostrado ser un grupo organizado y unido, por lo tanto, la poca promoción ha hecho que el artesano solo realice las ferias una vez al mes, sin embargo, ha experimentado un crecimiento gracias a los últimos feriados, por otro lado, las ferias artesanales representan también una gran oportunidad para el desarrollo de la economía y la cultura local.
- En cuanto al objetivo 2, el impacto positivo y negativo que se ha evidenciado en el último año, en el aspecto positivo destaca más la generación de ingreso económico por parte del artesano. Sin embargo, en el aspecto negativo se pudo identificar que, existen temporadas bajas en lo cual las ferias no tienen mucha demanda turística.
- Por último, en el objetivo 3, implementar el marketing digital para promocionar las ferias artesanales es muy importante, puesto que gracias a las diferentes plataformas que hay hoy en día, les conviene mucho para impulsar las ferias.

RECOMENDACIONES

- Promover tener alianzas con entidades públicas, privadas, locales, empresas turísticas, apoyos financieros o recibir capacitaciones, para poder fortalecer los conocimientos de los artesanos y saber cómo atraer al público objetivo, adaptándose a las nuevas tecnologías que existen actualmente y sacarle provecho de aquello.
- Es importante invertir en infraestructura, innovación o tomar en cuenta puntos de vista a través de reseñas o comentarios que los turistas dejan en las plataformas digitales que se crean que ofrecen asegurándose que su espacio en donde se exhiben el producto esté adecuadamente posicionado para satisfacer las expectativas del turista.
- El desarrollo de estrategias de marketing digital sería un punto clave para impulsar la creciente demanda de las ferias artesanales que se realizan en Olón, por lo tanto, es muy necesaria la creación de las plataformas digitales que están en tendencia como TikTok e Instagram.

BIBLIOGRAFÍA

- Adamini, M. Busso, M. Cafferata, V. Deleo, C. & Gallo M. (2010). *Las crisis en el espacio ferial*. Un estudio a partir de las vivencias y percepciones de los artesanos en Argentina. Universidad nacional de la Plata Argentina.
- Benavides, L. A., & Redondo, A. C. (2021). Estrategias de comercialización para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales. *Revista Habitus: Semilleros de investigación*, 1(1), e11899-e11899: https://revistas.uptc.edu.co/index.php/semilleros_investigacion/article/view/11899
- Bernal Cesar. (2011). *Metodología de la Investigación 3era. Edición Bernal*. Obtenido de <https://www.pdfdrive.com/metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n-3era-edici%C3%B3n-bernal-e39289351.html>
- Bieger T, & Laesser C. (2019). *Demand for tourism: A review of the literature*. Obtenido de *Tourism Management Perspectives*: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973619300509?via%3Dihub>
- CENSO. (2022). *Censo Ecuador cuenta conmigo*. Obtenido de INEC, buenas cifras mejores vidas: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Cidap. (2025). *Festival de artesanías de América*: <https://www.cidap.gob.ec/festival-de-artesantias-de-america-faam/>
- Crespo, G., Y Demetrio, (2012). History, definition and legislation of trade fairs: *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLVI (2013) 449-466 / ISSN: 1133-3677
- Ecuador Stores (2021). *Artesanos Profesionales Ecuatorianos*: <https://ecuadorstores.com/es/artesanos-profesionales-ecuatorianos/>

- E Styliadis D. Biran A. Sit J. & Szivas. (2014). *Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts*. Obtenido de Tourism Management: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517714000995>
- Flores, C. B. (2009). La producción artesanal. *Visión gerencial*, (1), 37-52.
- Gavilanes, M. (2019). *La organización comunitaria y su incidencia en el incremento de la demanda turística de la feria parroquial de Salasaca en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua*. Obtenido de UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO: <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/handle/123456789/20637>
- Gonzabay Richar. (agosto de 2023). *Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de “DESARROLLO TURÍSTICO: LA EXPERIENCIA DE LA COMUNA OLÓN”: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10134/1/UPSE-TDT-2023-0040.pdf>
- González Alatorre., E, A. & Conde Pérez E, M. (2011). *PROCEDIMIENTO PARA MEDIR LA DEMANDA TURÍSTICA EN UN DESTINO*: <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>
- Gurria Di-Bella Manuel. (1999). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas.
- Gutiérrez J. (2021). *La demanda turística: Un análisis de sus determinantes*. Obtenido de Revista de Turismo y Desarrollo: <https://doi.org/10.1234/rtd.v15i2.456>
- Herrero Blanco Paloma. (2008). *Manual de la Azafata de Congresos, Convenciones y Ferias*. Madrid: EDITORIAL SINTESIS.
- Ibáñez, R. Cabrera, C. (2016). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*: Ibáñez, R. & Cabrera, C (2016): <https://www.amiturismo.org/archivos/pdfs/Teor%C3%ADa-General-del-Turismo-Un-enfoque-global-y-nacional.pdf>

- Idcongress. (2020). *Tipos de ferias*: <https://www.idcongress.es/blog/tipos-feria-sector-MICE>
- Larrea Sánchez Edson. (6 de julio de 2022). *Entorno Turístico*. Obtenido de Olón, un espacio de naturaleza y confort en la costa del Ecuador: <https://www.entornoturistico.com/olon-un-espacio-de-naturaleza-y-confort-en-la-costa-del-ecuador/>
- Liu A & Li X. (2021). *International tourism demand: A review and future research directions*. Obtenido de Tourism Management: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104116>
- Llupart, M. R. N., & De los Ángeles Martínez Rodríguez, M. (2022). *Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística*. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845029/html/>
- Manual de Participación en Ferias Turísticas Internacionales (2018). (s.f.). *Centro América*. Obtenido de Secretaría de Integración Turística Centroamericana: <https://intercoonecta.aecid.es/Gestin%20del%20conocimiento/Manual%20de%20Participaci%C3%B3n%20en%20Ferias%20Tur%C3%ADsticas%20Internacionales.pdf>
- Martínez Pablo. (2017). *El principio de responsabilidad en el contexto del cambio climático global*. Obtenido de Marco ético deliberativo para el turismo.
- Martínez Naranjo. (25 de marzo de 2024). NMS. *Obtenido de Ley Orgánica Para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo*: <https://nmsslw.com.ec/blog/2024/03/27/ley-actividades-turisticas-ecuador/>
- Mendoza, E., Mullo, E., Y, Peralta, S. (2024) “PUESTA EN VALOR TURISTICO DE LAS ARTSANIAS AUTOCTONAS COMO UN ELEMENTO DIFERENCIADOR EN EL TURISMO CULTURAL”. DOI: 10.33996/cide.ecuador.PV2679055 ISBN: 9789942679055

- Municipio de Santa Elena (2025). El turismo, el nuevo principal ingreso de la comuna Olón de Santa Elena: <https://dialoguemos.ec/2024/05/el-turismo-el-nuevo-principal-ingreso-de-la-comuna-olon-de-santa-elena/>
- Navarrete, C. Marcela, D (2010). Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico. Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/350>
- Naverigne (2023) Ferias: objetivos e indicadores de rendimiento: <https://salesdorado.com/es/ferias-profesionales/ferias-objetivos-indicadores-rendimiento/>
- Nina-Cuchillo, J., & Nina Cuchillo, E. E. (2021). Análisis de Confiabilidad: Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach usando el software SPSS. ACADEMIA accelerating the worlds research.
- Núñez, (2023). *Relación entre el comercio de artesanías y el sector turístico en Imbabura-Ecuador: consideración desde la planificación y promoción institucional.* Revista espacio. <https://www.revistaespacios.com/a23v44n09/a23v44n09p12.pdf>
- ONUT. (2008). *Organización Mundial Del Turismo.* Obtenido de Normas de las Naciones Unidas para medir el Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- Orgaz Francisco, Moral Salvador. (2016). *Scielo. Obtenido de El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo.* Un estudio de caso: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Penosso Alexandre, L. G. (2014). *Entorno turístico. Obtenido de Teoría del Turismo:* <https://www.entornoturistico.com/wp->

content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf

Reyes Santo. (2017). *Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de LA OFERTA TURÍSTICA Y SU APORTE EN LA EVOLUCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016.: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3885/1/UPSE-TDT-2017-0010.pdf>

Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13: <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2020.13.230048>

Salazar Chynthia. (24 de junio de 2022). *Ferias Internacionales*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/579518476/FERIAS-INTERNACIONALES>

Smeral E. (2020). Seasonality in tourism: A review of the literature and future research directions. Obtenido de *Tourism Economics*: <https://doi.org/10.1177/1354816618781098>


Somos eventos, (2020). Artesanía y Cultura en un solo lugar: Conoce todo sobre las Ferias Artesanales: <https://eventos.urquiabas.com/2023/04/13/conoce-todo-sobre-las-feria-artesanal/>

Suárez, W. P. D. (2023). Análisis de los derechos constitucionales de los operarios y trabajadores artesanos y su protección laboral en el Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(3), 268-283.


Tirado Ballesteros. (2017). *La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo*. Obtenido de Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada, 56(3), 312-332.: <file:///C:/Users/RINA/Downloads/Dialnet-LaFuncionalidadTuristicaDeLosEspaciosRurales-6280961.pdf>

APÉNDICE

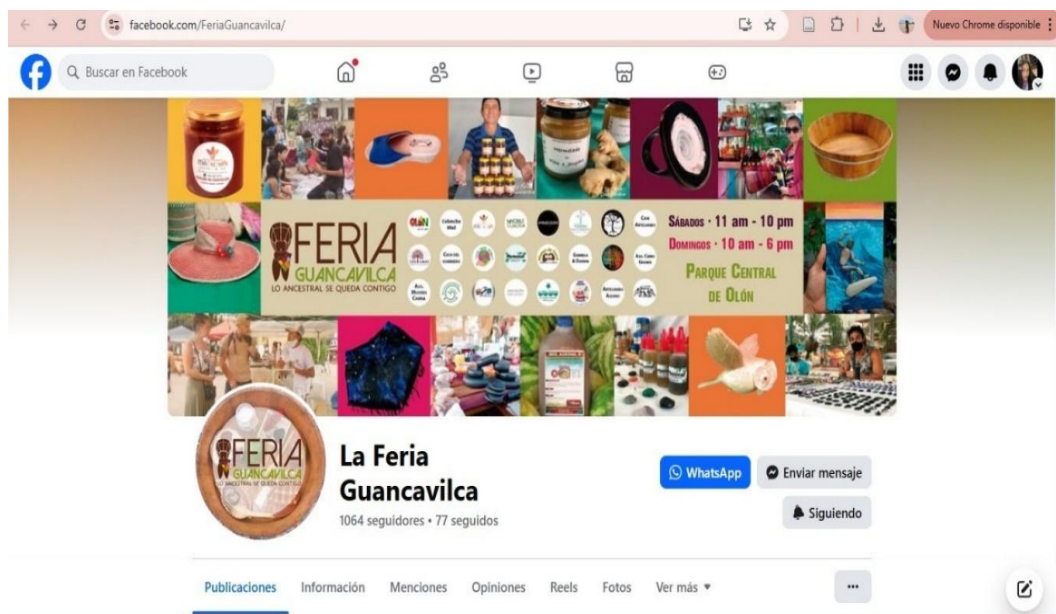
Apéndice 1 Encuesta

 UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE TURISMO	
Proyecto: Las Ferias Artesanales y su Incidencia en la demanda turística de la comuna Olón, Provincia de Santa Elena, 2025.	
Objetivo: Evaluar la demanda turística de las ferias artesanales organizadas por el comité comunal, mediante la investigación científica, para identificar de qué manera influyen en el desarrollo económico de la comuna de Olón periodo 2024-2025.	
Población: Turista	
I. Datos demográficos	
1. Género: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> otros <input type="checkbox"/>	
2. Lugar de procedencia <input type="radio"/> Costa <input type="radio"/> Sierra <input type="radio"/> Oriente <input type="radio"/> Region insular <input type="radio"/> Extrajero	3. Nivel de preparación <input type="radio"/> Primaria <input type="radio"/> Secundaria <input type="radio"/> Bachillerato <input type="radio"/> Universitaria
II. Incidencia en la decisión de visita del turista	
4. ¿Usted ha visitado alguna feria artesanal en Olón durante el periodo 2024-2025? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo	5. ¿La existencia de ferias artesanales influyó en mi decisión de visitar Olón? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo
¿En qué medio usted se ha enterado que la comuna Olón realiza ferias artesanales? <input type="radio"/> Publicidad en redes <input type="radio"/> Familiares <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Televisión <input type="radio"/> Amigos	¿Qué tan satisfactoria cree usted que sería la experiencia de visita en las Ferias Artesanales de Olón? <input type="radio"/> Satisfactorio <input type="radio"/> Poco satisfactorio <input type="radio"/> Nada satisfactorio <input type="radio"/> Muy satisfactorio <input type="radio"/> Insatisfecho
¿Considera usted que las ferias artesanales hacen que Olón sea un destino turístico más interesante? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo	Si no hubiese ferias artesanales en Olón, ¿considera que su interés en visitar este lugar sería menor? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
¿Compraría usted algunos de los productos artesanales que se distribuyen en las ferias de Olón? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo	
III. Impacto en la experiencia del turista	
¿Cuál sería el presupuesto que usted estaría dispuesto a gastar en las ferias artesanales de Olón? <input type="radio"/> 1 a 5 \$ <input type="radio"/> 6 a 10 \$ <input type="radio"/> 12 a 15 <input type="radio"/> 16 a 20	¿Considera que las ferias artesanales le permiten conocer más sobre la cultura y las tradiciones locales de la provincia de Santa Elena? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
IV. Sugerencias y mejoras	
¿Cómo calificaría las ferias Artesanales? <input type="radio"/> Excelente <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Malo <input type="radio"/> Regular	¿Le gustaría a usted que las ferias artesanales de Olón se realizaran con mayor frecuencia? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
¿Usted recomendaría a otros turistas visitar las ferias artesanales de Olón? <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> En desacuerdo <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo <input type="radio"/> De acuerdo <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo	¿Cuáles serían los medios de difusión que recomendaría para las ferias para que las ferias artesanales se dieran a conocer más? <input type="radio"/> Redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) <input type="radio"/> Sitio web del municipio <input type="radio"/> Noticias locales (Televisión, periódico o radio) <input type="radio"/> Afiches o volantes <input type="radio"/> Recomendación de amigos o familiares

Apéndice 2 Entrevista

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE TURISMO	
Entrevista	Fecha:
Objetivo	Evaluar la demanda turística de las ferias artesanales organizadas por el comité comunal, mediante la investigación científica, para identificar de qué manera influyen en el desarrollo económico de la comuna de Olón periodo 2024-2025.
Nombre del entrevistado	
Cargo del entrevistado	
Preguntas	
1. ¿Cuál es la duración de las ferias artesanales?	
2. ¿Conoce usted acerca de las ferias artesanales?	
3. ¿De qué manera es el proceso de selección de los artesanos que participan en las ferias?	
4. ¿De qué manera gestionan las ferias?	
5. ¿Qué tipo de coordinación existe con otras entidades turísticas o gubernamentales en la comuna de Olón?	
6. ¿Cómo ha ido desarrollando su interés por impulsar las ferias artesanales en el año 2024-2025?	
7. ¿Ha observado un aumento en el número de turistas durante las fechas de las ferias artesanales? ¿Cuántos turistas aproximadamente han visitado las ferias?	
8. ¿Cree usted que las ferias artesanales están influyendo en el aumento de la demanda turística en la zona? ¿Por qué?	
9. ¿Se ha promovido alguna iniciativa para llevar las ferias artesanales a mercados turísticos fuera de la comuna?	
10. ¿Qué tipo de apoyo adicional (público o privado) creen que sería más beneficioso para el éxito continuo de las ferias?	

Apéndice 3 Perfil de Facebook del grupo de ferias de la comuna Olón



Apéndice 4 estrategias para la promoción de las ferias artesanales que se realizan en la comuna de Olón, parque central Guancavilca.

Nº	Estrategia	Objetivos
1	Socialización con los encargados de realizar las ferias	Dar a conocer la propuesta Creación de una plataforma “Una feria y mil caminos por andar”
2	Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar”	Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar” con la finalidad de promocionar más las ferias artesanales que se realizan en la comuna de Olón
3	Creación de códigos QR del medio digital creado y Facebook existente de la comunidad	Creación de los códigos QR a fin de gestionar a través de interacción tecnológicas.

Apéndice 4. Mediante estrategia para promocionar las ferias artesanales que se realizan en la comuna Olón

Apéndice 5 Estrategias 1. Socialización con los encargados de realizar las ferias

<i>Estrategias 1. Socialización con los encargados de realizar las ferias</i>							
Objetivo	Actividad principal	Tiempo	Responsables	Presupuesto	Seguimiento y compromiso	Coordinado	Observaciones
Dar a conocer la propuesta Creación de una plataforma "Una feria y mil caminos por andar"	Reunión de Socialización de la plataforma con el encargado	17 de junio	Administrador y coordinador de feria eco emprendedores nativos	00.00 \$	Realizar un plan de seguimiento para mantener a los administradores informados	Presidente de feria eco emprendedores nativos	El propósito es generar información compensatoria de las ferias artesanales de la comunidad.
			Secretaria de feria eco emprendedores nativos	00,00 \$		Secretaria de feria eco emprendedores nativos	Para asegurar que esto se lleve a cabo es importante la colaboración del personal administrativo.

Apéndice 6 Estrategias 2. Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar”


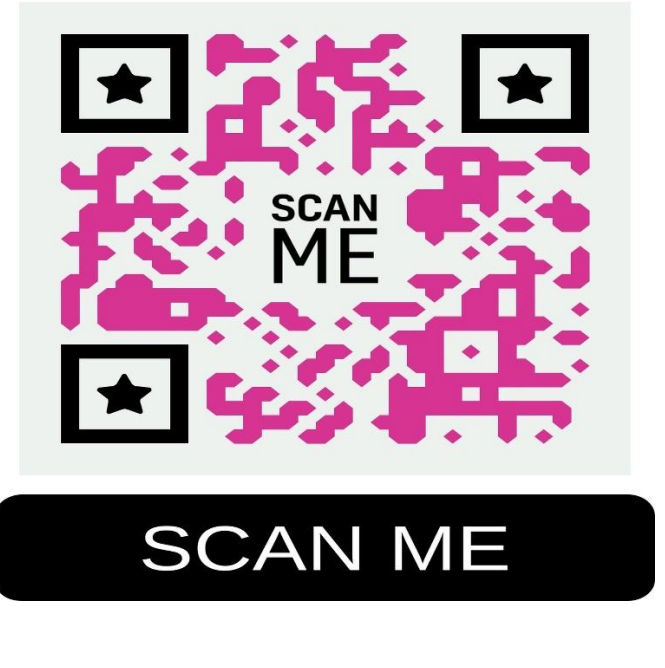
<i>Estrategia 2 Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar”</i>							
Objetivo	Actividad principal	Tiempo estimado	Responsables	Presupuesto	Seguimiento y compromiso	coordinado	Observaciones
Creación de la plataforma “Una feria y mil caminos por andar” con la finalidad de promocionar más las ferias artesanales que se realizan en la comuna de Olón	Recopilación de datos de todas las actividades, productos, ubicación y horarios de las ferias artesanales realizadas en el parque central de la comunidad de Olón	Permanente	Administrador y coordinador de feria eco emprendedores nativos	00,00 \$	Administrador y coordinador de feria eco emprendedores nativos	Persona que sepa del manejo de la plataforma y de Marketing digital	Asegurarse que la información de la plataforma sea actualizada constantemente para no confundir al visitante.
			Secretaria de feria eco emprendedores nativos		Secretaria de feria eco emprendedores nativos		Asegurarse de recoger opiniones de los turistas en la plataforma para saber en qué mejorar y saber si la información de la plataforma sea la adecuada.

Nota: plataforma creada de manera gratuita mediante sites Google: https://sites.google.com/d/1obeno6jyQ3DIItXPuO2vfJzmn8eIbjJLQ/p/1u-u6P_s-DIjsRWlt7D_G6EByGTAC8XTU/edi

Apéndice 7 Estrategia 3 Creación de códigos QR del medio digital creado y Facebook existente de la comunidad

<i>Estrategia 3 Creación de códigos QR del medio digital creado y Facebook existente de la comunidad</i>							
Objetivo	Actividad principal	Tiempo estimado	Responsables	Presupuesto	Seguimiento y compromiso	Coordinado	Observaciones
Creación de los códigos QR a fin de gestionar a través de interacción tecnológicas	Creación del código QR con el enlace de la plataforma digital de Facebook de las ferias que realizan en el parque central de Olón	Permanente	Secretaria y administradores de feria eco emprendedores nativos	00,00 \$	Asignar un equipo que analice los datos semanalmente	Secretaria y administradores de feria eco emprendedores nativos	Promocionar los códigos en los puestos de las ferias para mantener más informado al turista. Asegurarse que el código sea visible para el turista.
							Los turistas podrán obtener la información necesaria de lo que se oferta en las ferias que se realizan en Olón. Asignar a personas responsable que sepan cómo manejar la plataforma de Facebook y monitoree al menos 2 días a la semana.

Apéndice 8 Códigos QR

<p>Código QR dirigido al sitio web de Facebook de las ferias que realizan en el parque Guancavilca.</p>	<p>Código QR dirigido a la página web creada mediante sites Google Titulado como “Una feria y mil caminos por andar”</p>
	

Nota: estos códigos QR fueron creados mediante la herramienta de un sitio web de manera gratuita <https://qr.io/dashboard/>

Apéndice 9 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivo General	Metodología
<p>“Las ferias artesanales y su incidencia en la demanda turística de la comuna Olón, Santa Elena, 2025”</p>	<p>Actualmente la falta de información, promoción y un marketing adecuado ha impedido que la demanda de turistas tanto locales, nacionales o internacionales desconozcan la oferta turística de las ferias artesanales, por ende, esa baja de turistas hace que la economía de los artesanos sea afectada en la realización de las ferias, tanto como los fines de semana o en días de feriados.</p>	<p>“Evaluar la demanda turística de las ferias artesanales organizadas por el comité comunal, mediante la investigación científica, para identificar de qué manera influyen en el desarrollo económico de la comuna de Olón periodo 2024-2025”.</p>	<p><i>Enfoque:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mixto</i> <p><i>Método:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Deductivo/ inductivo/explicativo</i> <p><i>Población:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>5000 aprx y con aumento de visita de turistas 8000</i> <p><i>Muestra:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>130 turistas</i> <p><i>Instrumentos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Encuestas y entrevistas</i>
	<p>Sinterización del problema</p>	<p>Objetivos específicos</p>	
	<p>¿Qué tipo de características de ferias Artesanales les llama más la atención a los turistas y de qué manera influye su interés para que tomen la decisión de visitar la comunidad?</p>	<p>1) Analizar la situación actual de la demanda en las ferias artesanales de la comuna Olón a través de un diagnóstico situacional.</p>	
	<p>¿De qué manera impactan las Ferias Artesanales en la economía de la localidad y en la generación de empleo en el año 2024-2025?</p>	<p>2) Identificar los impactos positivos y negativos que presentan las ferias artesanales de Olón.</p>	
<p>¿Cuáles estrategias se utilizaría para promocionar los productos que ofrecen las ferias artesanales y poder despertar el interés de los turistas?</p>	<p>3) Proponer estrategias que impulsen el desarrollo económico de la comuna Olón para aumentar el interés del turista mediante marketing digital.</p>		