



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

TEMA:

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL
BASADO EN ACTIVIDADES AUTÓCTONAS PARA LA
DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL EN LA
COMUNA VALDIVIA, AÑO 2025”.**

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

AUTORA:

NATHALY VALERIA GONZÁLEZ SALAZAR

TUTORA:

LCDA. NARCISA BRUSELA VÁSQUEZ FARFÁN, MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2026**

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, **“Diseño de producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas para la diversificación de la oferta turística actual en la Comuna Valdivia, año 2025”**, elaborado por la Srta Nathaly Valeria González Salazar , 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



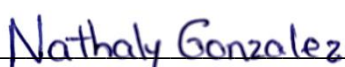
Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán, MSc.

Profesora tutora

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado **“Diseño de producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas para la diversificación de la oferta turística actual en la Comuna Valdivia, 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, Nathaly Valeria González Salazar con cédula de identidad 2450015108 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.



Nathaly Valeria González Salazar
C.C. No.: 245001510-8

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haber guiado mis pasos durante todo este periodo. Su presencia constante me ayudó en creer en mí, en los momentos de dudas, me dio la claridad cuando el camino parecía incierto. Sin él no hubiese alcanzado nada. Agradezco también a mi familia, quienes, con su cariño constante, sus oraciones y tolerancia me acompañó en los momentos arduos de este proceso. A mis docente y tutores.

Nathaly Valeria González Salazar.

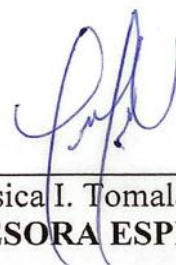
DEDICATORIA

Dedico este trabajo con inmensa gratitud a Dios, por ser mi guía constante y fuente de fortaleza en cada etapa de este proceso, porque siempre creyó en mí. A mis padres Josefina Salazar y Geovanny González, por su gran amor incondicional, su apoyo en cada momento, ejemplos de perseverancias que me han inspirados a cada día ser mejor y a no rendirme fácilmente. A mi familia en general, por sus palabras de motivación y fe en mis capacidades. A mis amigos y a todas aquellas personas que siempre estuvieron presentes para brindarme su ayuda, consejos y palabras de ánimos a lo largo de mi carrera, convirtiéndose en una parte esencial de mi proceso. A mi fiel compañero de cuatro patas Jerry quien, con su lealtad y compañía silenciosa, fue un refugio de paz en los momentos de mayor cansancio su presencia me ayudó bastante.

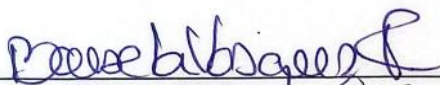
Nathaly Valeria González Salazar.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

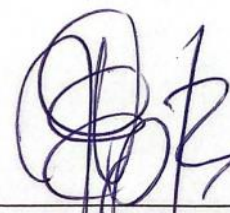
Lcda. María F. Alejandro Lindao. MSc.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



Ing. Jessica I. Tomalá Uribe. Mgs.
PROFESORA ESPECIALISTA



Lcda. Narcisa B. Vásquez Párfan. Mgs.
PROFESORA TUTORA



Ing. Edinson P. Palacios Trujillo. PhD.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC



Secret. Ejecut. Grace M. Lindao Quimí.
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
DEDICATORIA	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	6
ÍNDICE DE CONTENIDO	7- 8
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICO	10
ÍNDICE ANEXOS	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14-17
CAPITULO I.....	18
MARCO REFERENCIAL	18
1.1 Revisión de literatura	18-20
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.....	21
1.2.1 Diseño de producto turístico	21
1.2.2 Turismo experiencial	22
1.2.3 Actividades autóctonas	23
1.2.4 Diversificación de la oferta turística	24
1.2.5 Patrimonio cultural local	24
1.2.6 Identidad territorial.....	25
1.2.7 Comunidad anfitriona.....	26
1.2.8 Autenticidad en turismo	26
1.2.9 Valor percibido en experiencias	26
1.2.10 Comuna Valdivia.	27
1.3 Fundamentos legales.	28-32

CAPITULO II.....	33
METODOLOGÍA	33
2.1 Diseño de la investigación.....	33-34
2.2 Enfoque de la investigación	35
2.2.1 Enfoque cualitativo	35
2.2.2 Enfoque cuantitativo	36
2.3 Tipo de la Investigación	37
2.3.1 Investigación Aplicada	38
2.3.2 Investigación Descriptiva–Propositiva.....	38
2.3.3 Investigación Bibliográfica	39
2.4 Población y Muestra.....	39
2.4.1 Población.....	39
2.4.2 Población de turistas.....	40
2.4.3 Cálculo del tamaño de la muestra	40
2.4.4 Muestra de autoridades y actores locales	41
2.5 Técnicas e Instrumentos	43
2.5.1 Observación directa y ficha de observación.....	43
2.5.2 Encuesta y cuestionario estructurado	44
2.5.3 Entrevista Semiestructurada	45-46
CAPITULO III	46
RESULTADOS.....	46
3.1 Resultados	46
3.1.2 Resultados de la Identificación de actividades autóctonas.....	46
3.1.3 Descripción del potencial basado en la experiencia.....	47-71
3.2 DISCUSIÓN.....	71-75
3.3.1 Propuesta de producto turístico experiencial	75
3.3.2 Concepto del producto	75-77
3.3.3 Diagnóstico FODA.....	77
3.3.4 Matriz de Estrategia FODA.....	78-80
3.3.5 Actividades Autóctonas desarrolla.....	80-84
3.3.6 Descripción del Producto Turístico Experiencial.....	84
3.3.7 Identidad visual del producto.	84-87
3.3.8 Itinerario Propuesto “Raíces Valdivianas”	87

3.3.9 Matriz de gestión del producto turístico.....	88
3.3.10 Presupuesto.....	89-92
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 - Descripción de población	42
Tabla No.2 - Género de los turistas	49
Tabla No. 3 - Edad de los turistas.....	50
Tabla No. 4 - Residencia	51
Tabla No. 5 - Primera vez que visita	52
Tabla No. 6 - Con quién visita.....	53
Tabla No. 7 - Motivo de su visita	54
Tabla No. 8 - Experimentar actividades autóctonas	55
Tabla No. 9 - Participar en actividades.....	56
Tabla No. 10 - Tipo de Experiencia.....	57
Tabla No. 11 - Precio	58
Tabla No. 12 - Oferta turística.....	59
Tabla No. 13 - Mayor interés.....	60
Tabla No. 14 - Tradiciones y prácticas	61
Tabla No. 15 - Evaluar experiencia	62
Tabla No. 16 - Recomendaría Valdivia como destino	63
Tabla No. 17 - Mejorar su oferta turística	64
Tabla No. 18 - Resumen de entrevistas	70
Tabla No. 19 - Estrategia Generales.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 - Pasos para crear un producto turístico experiencial.....	22
Gráfico No. 2 - Los elementos del turismo experiencial.	23
Gráfico No. 3 - Ubicación de la Comuna Valdivia	28
Gráfico No.4 - Género de los turistas.....	49
Gráfico No. 5 - Edad de los turistas	50
Gráfico No. 6 - Residencia.....	51
Gráfico No. 7 - Primera vez que visita.....	52
Gráfico No. 8 - Con quién visita	53
Gráfico No. 9 - Motivo de su visita.....	54
Gráfico No. 10 - Experimentar actividades autóctonas.....	55
Gráfico No. 11 - Participar en actividades	56
Gráfico No. 12 - Tipo de Experiencia	57
Gráfico No. 13 - Precio	58
Gráfico No. 14 - Oferta turística	59
Gráfico No. 15 - Mayor interés	60
Gráfico No. 16 - Tradiciones y prácticas	61
Gráfico No. 17 - Evaluar experiencia.....	62
Gráfico No. 18 - Recomendación Valdivia como destino.....	63
Gráfico No. 19 - Mejorar la oferta turística	65

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 - Estrategia 1.- Desarrollar producto turístico experiencias basados en la identidad cultural.	98
Anexo No. 2 – Estrategia 2. Integrar actividades autóctonas en propuestas sostenible.....	99
Anexo No. 3 - Estrategia.....	100
Anexo No. 4 – Estrategia 3. Elaboración de planificación de turista articulada a políticas y tendencias.....	101
Anexo No. 5 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas.....	102
Anexo No. 6 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas.....	103
Anexo No. 7 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas.....	104
Anexo No. 8 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas.....	105
Anexo No. 9 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas.....	106
Anexo No. 10 - Mapa del Ruta.....	107
Anexo No. 11 - Encuestas a turistas.....	108
Anexo No. 12 - Entrevista a autoridades y actores locales.....	109
Anexo No. 13 - Presupuesto.....	110
Anexo No. 14 - Matriz de consistencia.....	111
Anexo No. 15 - Encuesta a turista.	112
Anexo No. 16 - Entrevistas actores y autoridades locales.....	114
Anexo No. 17 - Ficha de observación.....	115-117
Anexo No. 18 - Base de datos.....	117
Anexo No. 19.- Carta Aval.....	118



**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL BASADO EN
ACTIVIDADES AUTÓCTONAS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA ACTUAL EN LA COMUNA VALDIVIA, AÑO 2025”.**

AUTORA:

Nathaly Valeria González Salazar.

TUTORA:

Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán MSc.

RESUMEN

El Turismo es considerada como una fuente consolidada además de ser una actividad transcendental en el desarrollo económico y sociocultural de las comunas en general, enfatizando un progreso turístico al incorporar nuevas exigencias en el ámbito turístico. De esta manera, la creación de productos turístico permite combinar recursos, elementos y servicios tanto tangibles como intangibles, encaminados a generar experiencias únicas diversificando la oferta en distintos lugares. Sin embargo, la comuna Valdivia presenta algunas limitaciones como escasa planificación turística, falta de participación comunitaria e insuficiente estrategias de promoción para potenciar la actividad turística frente a otros destinos, por lo que, surge la idea de diseñar un producto turístico experiencial basados en actividades autóctonas que contribuya al fortalecimiento de la oferta turística de la Comuna. La metodología se basó en un enfoque mixto empleando métodos cuantitativos y cualitativos, con un diseño no experimental – transversal, a través del uso de la investigación descriptiva – propositiva, de campo y bibliográfica. Se utilizó encuestas estructuradas aplicadas a turistas, fichas de observación y entrevistas dirigidas a autoridades y actores locales. Entre los hallazgos encontrados se percibió que existen varias actividades tradicionales sin valoración, lo cual se diseñó un tour experiencial lo que representan un método innovador y sostenible en la diversificación de la oferta, a través de un itinerario participativo combinando actividades culturales, gastronómicas, naturales e históricas. En conclusión, el diseño de este tour constituye como una herramienta para impulsar el turismo en la comuna Valdivia como fuente de desarrollo.

Palabras claves: Oferta Turística, Actividades Autóctonas, Diversificación, Turismo Experiencial.



**“DESIGN OF AN EXPERIENTIAL TOURISM PRODUCT BASED ON
NATIVE ACTIVITIES FOR THE DIVERSIFICATION OF THE CURRENT
TOURISM OFFER IN THE VALDIVIA COMMUNE, YEAR 2025”.**

AUTHOR:

Nathaly Valeria González Salazar

ADVISOR:

Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán MSc.

ABSTRACT

Tourism is a fundamental activity and a stable sector for the progress of communities in economic, social, and cultural terms; it transforms the traveler’s experience by generating new demands linked to their motivations. The creation of tourist products facilitates the combination of resources, elements, and services, whether tangible or intangible, with the purpose of providing unique experiences and expanding alternatives in different locations. However, the commune of Valdivia faces challenges such as poor tourism planning, low citizen participation, and weak strategies to promote its tourism activities compared to other destinations. Consequently, it is suggested to create an experiential tourism product based on local activities that will help strengthen the commune’s tourism offerings.

The methodology employed a mixed-methods approach, using both quantitative and qualitative methods, with a non-experimental, cross-prospective, field, and bibliographic research. Structured surveys were administered to tourists, observation checklists were used, and interviews were conducted with local authorities and stakeholders. Among the findings, it was observed that several traditional activities lack recognition. Therefore, an experiential tour was designed, representing an innovative and sustainable method for diversifying the tourism offerings through a participatory itinerary combining cultural, gastronomic, natural and historical activities. In conclusion, the design of this tour serves as a tool to promote tourism in the Valdivia commune as a source of development.

Keywords: Tourism product, indigenous activities, diversification, experiential tourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo ha desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico, social y cultural, especialmente en territorios con un patrimonio cultural único y estilos de vida tradicionales. En los últimos años, los turistas cada día buscan más experiencias nuevas de formas de viajar, priorizando la interacción educativa, emocional, social y participativa con el lugar, su cultura y sus autóctonos (Mazarrasa, 2016). Esta evaluación ha impulsado el auge del turismo experiencial, donde los turistas ya no son observadores, sino que participan activamente en las experiencias que ofrece el destino. Esta tendencia destaca la importancia de la autenticidad cultural con factor diferenciador clave para la competitividad turística (Ricards, 2021).

Ante lo expuesto, el valor importante de las actividades ancestrales toma un valor fundamental en las comunidades y sus alrededores, producto a que representan vivencias de una identidad original. Rojas (2021), también enfatiza que el sentido de pertenencia de un pueblo nace a partir de aquellas creencias, tradiciones y costumbres, presentes dentro de una comunidad que éstas son retransmitidas por las nuevas generaciones.

Pine y Gilmero (2020), mencionan que, a nivel mundial, la apreciación de la cultura local se ha convertido en un atractivo turístico importante, especialmente para los visitantes que desean vivir experiencias donde la interacción con el medio ambiente conecte con la historia y la esencia de los territorios.

En la provincia de Santa Elena, varias comunidades costeras conservan prácticas culturales tradicionales esenciales para la vida cotidiana de sus habitantes y constituyen un importante patrimonio cultural. La comuna Valdivia, situada en la parroquia Manglaralto de la provincia de Santa Elena, Ecuador, tiene una gran riqueza cultural e histórica. Se la conoce a nivel mundial como el lugar donde nació la cultura Valdivia, una de las civilizaciones más antiguas de América, desarrollada entre 3500

a. C. y 1800 a. C. Este patrimonio se encuentra conservado en piezas arqueológicas históricas que son expuesto al público en los Museos Venus de Valdivia y el Museo Las Calaveras. Las prácticas y costumbres ancestrales son las que representan ese punto estratégico para innovar el desarrollo de un turismo sostenibles ya que a pesar de los años aún forman parte de la vida cotidiana de sus habitantes (MINTUR, 2021).

No obstante, a pesar de su riqueza patrimonial y su potencial turístico, la comuna enfrenta limitaciones en su competitividad frente a otros destinos de la provincia de Santa Elena. Entre estas se evidencian deficiencias en la falta de gestión turística organizada, impide la creación de servicios turísticos coherentes y sostenibles. La inseguridad generalizada en el territorio disuade a los turistas a que permanezcan en el lugar.

También, la falta de señalización adecuada, esto complica la orientación y el acceso a los sitios de mayor importancia, haciendo de la comuna un lugar de paso, sin una oferta que fomente la pertenencia, impidiéndoles así entablar intercambios significativos con la población local. Además, la insuficiente promoción dificulta las actividades locales y la transformación de la comuna a un destino más atractivo.

Ante la **problemática**, surge la pregunta: ¿De qué manera un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas podría contribuir a la diversificación de la oferta turística en la Comuna Valdivia, año 2025? Esto demuestra la identificación de la necesidad sobre el problema en la Comuna, aquí provienen tres interrogantes: ¿Qué recursos culturales y naturales de la comuna Valdivia pueden integrarse en un producto turístico experiencial?, ¿Cómo perciben los turistas actuales la oferta turística de la comuna y qué aspectos valoran en experiencias autóctonas?, ¿Cómo se pueden incorporar actividades locales en productos de turismo experiencial que se adapten a las características del territorio?

Como extensión de los fundamentos previos, este estudio plantea el siguiente objetivo general: Diseñar un producto turístico experiencial basados en actividades autóctonas que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la Comuna Valdivia, año 2025?

Los objetivos específicos de esta investigación son; 1) Identificar las actividades autóctonas de la comuna Valdivia con potencial turístico; 2) Analizar las preferencias, expectativas y necesidades de los turistas actuales respecto a productos turístico experienciales; 3) Proponer un producto turístico experiencial que combine autenticidad, orientando a diversificar la oferta turística actual.

La justificación teórica de este estudio evidencia que la elaboración de productos turísticos es un instrumento clave para mejorar y desarrollar los destinos locales. Este proceso es cada vez más importante actualmente, porque satisface la demanda en aumento de experiencias auténticas por parte de los viajeros y promueve el intercambio cultural y la participación con las comunidades locales.

Por lo tanto, los productos turísticos desarrollados en el estudio ejecutado cumplen las experiencias de manera efectiva con el fin de diversificar las ofertas, además esto no solo acredita a que aumente el volumen de visitas a la comuna si no que demuestra la identidad por el cual fue elegida para el estudio de investigación, con ello refuerza la estructura socioeconómica de la comuna Valdivia y de sus alrededores.

Por otro lado, se fundamenta en las actividades autóctonas, las cuales, al formar parte esencial de la vida cotidiana de la comunidad, han adquirido una nueva dimensión como recurso turístico de relevancia para un perfil de visitante especializado. Este turismo busca experiencias culturales auténticas, responsables con el entorno y que ofrezcan vivencias alternativas y significativas (Montecinos, 2016).

Promulgada en el 2016, la Ley Orgánica de Cultura establece que se debe promover y fomentar la creatividad libre, así como la producción, apreciación y distribución de bienes y servicios culturales. Esta orden también se aplica a la sabiduría tradicional y al conocimiento ancestral inherente a las diferentes identidades comunitarias, con el fin de hacer más accesibles al público las variadas expresiones que surgen de estas iniciativas. Por lo tanto, esta ley tiene como objetivo que la comuna Valdivia visibilice sus prácticas culturales autóctonas y colabore en su difusión, consolidando de este modo su identidad cultural y su patrimonio inmaterial.

Asimismo, el estudio cuenta con relevantes implicaciones académicas y prácticas, por un lado, proporciona un marco metodológico para el diseño de productos de turismo experiencial, cuyos hallazgos pueden servir de base para futuras investigaciones y para la formulación de planes regionales de turismo.

Por otro lado, se identificó que la falta de conocimiento y comprensión de la cultura tradicional local entre los residentes de Valdivia constituye un factor clave que obstaculiza el desarrollo del turismo cultural experiencial, lo que plantea desafíos y consideraciones relevantes para la gestión del destino.

En este sentido, esta investigación contribuirá al diseño de nuevas estrategias orientadas a fortalecer la comprensión, la protección y la promoción del patrimonio cultural, al mismo tiempo que fomentará el desarrollo turístico en la comuna Valdivia. Posteriormente, el propósito de dar una breve descripción de cómo se estructura el contenido de esta investigación.

En el capítulo I contiene el marco referencial de la investigación, donde se exponen antecedentes, revisión de literatura, teorías, conceptos relacionados al turismo experiencial y fundamentos legales que servirán como sustento para el desarrollo del estudio.

La siguiente parte está formada por el capítulo II, se enfoca en la metodología que se ha utilizado para la investigación, incluyendo el método de investigación y la identificación de población y muestra. También, explica las técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Continuando con el capítulo III explica el diagnóstico situacional basados en la información cuantitativa y cualitativa adquirida mediante la ficha de observación, encuestas y entrevistas. Después de analizar toda la información, se plantea una propuesta. Además, cuenta con referencias bibliográficas que son las fuentes que se utilizaron para conocer las diferentes indagaciones. Por último, los anexos son evidencias que se adjuntan al final, como las fotos, instrumentos y documentos de autorización para respaldar el trabajo.

CAPITULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de literatura

A partir de la búsqueda de trabajos previos que abordan temáticas relacionadas con el diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas para la diversificación de la oferta turística. Se presentan los resultados de las respectivas investigaciones académicas con el propósito principal de profundizar y mostrar un aporte al tema de investigación.

Por lo tanto, para Santos et. al (2023) en su artículo de investigación titulado “Diseño y experiencia turística” desarrollado en Brasil, buscó delinear una metodología para crear experiencias turísticas experimentales, utilizando el Geoparque Quarta Colônia (RS, Brasil) como enfoque empírico, el estudio adoptado fue la investigación en Diseño (RD), un marco fundamentalmente orientado a generar conocimiento científico mediante el desarrollo de soluciones pragmáticas a desafíos del mundo real.

Los hallazgos experimentales que contribuyeron significativamente tanto a la conceptualización como a la mejora de la solución propuesta. Por ende, se concluye que la empatía, la colaboración y las metodologías iterativas representan componentes indispensables para la implementación efectiva de los principios que rigen el diseño de experiencias turísticas. Asimismo, la presente investigación aborda en profundidad los beneficios y las limitaciones asociados con la implementación de este enfoque metodológico y la ejecución de vivencias turísticas.

Por otra parte, Sanchez (2023), en su estudio, consistió en la elaboración de un circuito turístico sostenible en el Valle Sagrado de los Incas, Perú, específicamente en los distritos de Urubamba; Yucay y Ollantaytambo. El objetivo principal es

diversificar la oferta turística existente en la región y, a la vez, mejorar la calidad de vida de las comunidades locales que habitan en estas zonas. Este trabajo abarcará un análisis detallado de los atractivos locales, tanto consolidados como poco explorados, un inventario de la infraestructura y los servicios turísticos disponibles, y plan diseñado con precisión para integrar prácticas sostenibles en el ciclo operativo.

Un principio fundamental de este plan es un sólido énfasis en la preservación del patrimonio natural y cultural, el fomentar el desarrollo económico sostenible y la garantía de la participación de las poblaciones locales. El itinerario propuesto integra una selección de sitios, como el mirador de Machugolga, el Museo de Yucay, la Cervecería del Valle Sagrado, el importante complejo arqueológico de Ollantaytambo, y concluye con el mirador de Ollantaytambo.

Por otra parte, Downs (2025), en su proyecto de maestría, desarrollada en Colombia, se centra en la conceptualización de un modelo de negocio para el alojamiento de visitantes en la Isla de San Andrés. Su objetivo fue integrar las experiencias culturales y gastronómicas tradicional con prácticas culturales y gastronómicas tradicionales con prácticas de sostenibilidad contemporáneas dentro de este marco de hospitalidad.

El estudio trata sobre la escasa oferta turística que incorpora de manera efectiva las tradiciones culturales locales y el verdadero patrimonio gastronómico, al tiempo que fomenta la conservación del patrimonio y propicia del desarrollo económico local. El enfoque metodológico incluyó un análisis detallado del contexto social y ambiental, una evaluación de las necesidades del mercado turístico, la creación de un plan estratégico para el proyecto y un estudio sobre la viabilidad desde el punto de vista financiero.

Los hallazgos destacan la creación de un espacio turístico que fomente la interacción directa entre la comunidad y el visitante, esto impulsará a la creación de empleo y ayudará al fortalecimiento de la identidad cultural. Este proyecto será de mucha aportación para el desarrollo del turismo sostenible en la Isla.

Duque, (2023) propuso un novedoso producto de turismo de aventura, inédito en la región. Este producto busca aprovechar la ubicación geográfica única y sus recursos naturales para fomentar las actividades al aire libre en la comunidad local. El proyecto se desarrolló en cuatro fases. La primera evaluó las actividades de aventura existentes en la región y desarrolló un modelo adecuado. La segunda fase consistió en una investigación de mercado para evaluar la aceptación de las diversas actividades por parte de los consumidores. La tercera fase se basó en visitar un moderno parque de aventuras de estilo europeo, examinar su infraestructura e instalaciones y evaluar su viabilidad.

La fase final se apoyó en diseñar un producto turístico denominado “Ecoparque de Aventura Biológica”. La metodología de investigación empleó un enfoque híbrido, combinando herramientas de investigación descriptiva como trabajo de campo, análisis bibliográfico, redes de observación, encuestas y entrevistas.

Chávez (2025) en su investigación exploró como construir un modelo de desarrollo viable y fortalecer la cultura local en su estudio “Turismo vivencial como oferta turística en la comunidad Kichwa en el mercado, cantón Cotacachi, Imbabura, Ecuador”. Con base en esto, identificó la riqueza y los recursos culturales de la comunidad Kichwa. Las limitadas estrategias de promoción obstaculizan el desarrollo del destino. Desarrolló una lista de recursos turísticos, brindó servicios experienciales que integraron las actividades cotidianas de la comunidad y produjo materiales audiovisuales para la promoción digital de la zona.

Este estudio enfatiza la importancia de la participación comunitaria en la gestión turística, la educación turística clave y la implementación de una estrategia de diálogo que comparta oportunidades clave de mercado. Concluyó que esta estrategia puede generar potencial de desarrollo, proteger a los usuarios, garantizar la rendición de cuentas y promover el desarrollo nacional.

De acuerdo al trabajo de titulación de Chiquito y España (2023), en su investigación “Propuesta de diseño de un producto turístico experiencial enfocado en la diversificación de la oferta turística de las Guayas para segmento turismo de

negocios que llega a Guayaquil”, su objetivo fue diversificar la oferta turística provincial. Este proyecto se centra en el diseño de una oferta experiencial adaptada al segmento de viajeros de negocios que visitan la ciudad de Guayaquil. La metodología se basó en Design Thinking. Además, integró instrumentos estándar de planificación turística para un análisis territorial integral y estructuró el desarrollo del producto en torno al modelo de cinco pasos de Carlos Sánchez para el turismo experiencial.

Como resultados, logramos el perfil del viajero de negocios, que es un individuo que prefiere actividades vivenciales que integran a la perfección la gastronomía y las culturas locales, especialmente en lugares cercanos a sus actividades profesionales. En consecuencia, se desarrolló un producto de turismo experiencial denominado “Negocios con sabor a Guayas”. Esta oferta comprende dos itinerarios distintos “Aromas de mi Tierra” y “Saborea la Costa”. Estos programas se diseñan e implementan meticulosamente en los cantones de Guayaquil, Naranjal, Milagro y Yaguachi. Están diseñados para integrar encuentros, multisensoriales, resaltando así la autenticidad gastronómica y cultural distintiva de la provincia del Guayas.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.

1.2.1 Diseño de producto turístico

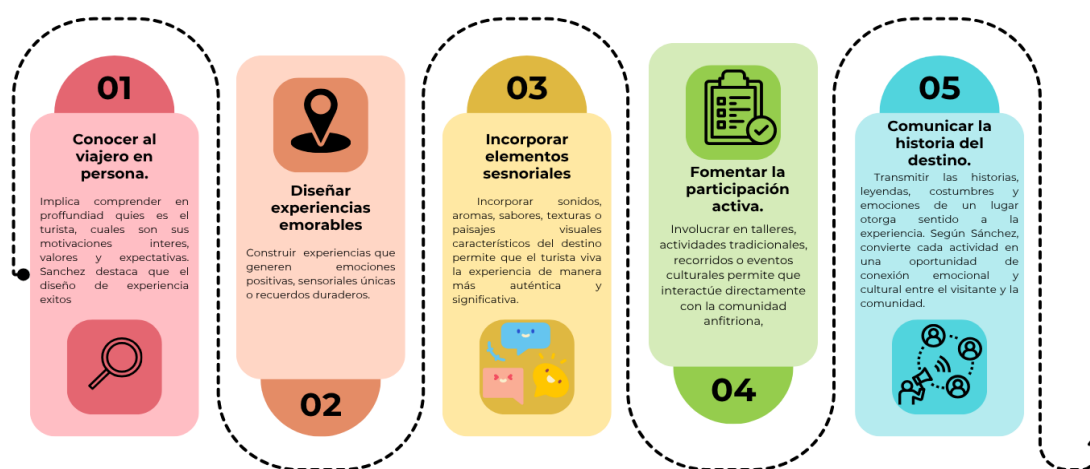
De acuerdo con Ordoñez et al., (2020) el diseño de un producto turístico es el proceso sistemático de concebir, estructurar y organizar los recursos naturales, culturales y sociales junto con servicios, para crear una oferta turística diferenciada que responda a la demanda del viajero y al contexto del destino.

En este sentido, el diseño del producto experiencial implica planificar e integrar estratégicamente los componentes tangibles e intangibles, cultivando así experiencias profundamente significativas, memorables y auténticamente con la identidad distintiva del territorio.

Cabe señalar que la (ONU Turismo, 2025), Se aprecia el turismo de varias formas y complementos de productos físicos como virtuales, con una gama afluyente de riquezas de la naturaleza, riqueza cultural y antrópicos, es rescatable destacar todos

los sitios turísticos, cada lugar representa un emblema conforme a su prestigio de los servicios y actividad turística que brindan de interés para fomentar vínculos para los diversos tipos de clientes como de interés para la empresa que fomenta dicha actividad. Concretamente es parte del plan de Marketing que brinda una población específica a los prospectos turistas que se acogen para tener una motivación de los servicios brindados para atraer futuros clientes por la recomendación y vivencia.

Gráfico No. 1 - Pasos para crear un producto turístico experiencial



Fuente: Elaboración propia basada en Ordoñez et al., (2020).

1.2.2 Turismo experiencial

El turismo experiencial representa una tendencia actual que recalca la experiencia humana como objeto del viaje o de la actividad que se realice (López, 2022). También, se conoce como turismo emocional ya que su intención es la de establecer un vínculo auténtico entre turistas y los autóctonos del destino visitado, enfocado siempre en la espera emocional a través de las emociones, sensaciones, historias y autenticidad de las vivencias. El turismo experiencial es “la concepción del turismo como experiencia humana. La experiencia es objeto esencial del viaje, y el cliente siente cada vez más la necesidad de experimentar un destino para optimizar su vivencia del mismo y obtener significados” (Villamarin et al., 2023).

Para Sánchez, (2016) menciona que el viajero actual ya no se mueve por factores materiales, sino por la satisfacción, motivación y emociones, y es por eso que viajar tiene más que ver con estilo y marca. También recalca la importancia crucial de las emociones y los estados afectivos en comparación con las deliberaciones puramente racionales, en el proceso de toma de decisiones.

Gráfico No. 2 - Los elementos del turismo experiencial.



Fuente: Elaboración propia basado en Carlos Sanchez Corrales.

1.2.3 Actividades autóctonas

Según Pérez (2001) los juegos autóctonos o tradicionales son prácticas culturales y recreativas originadas y desarrollaron en las comunidades y se transmitieron de generación en generación. Para los fines de esta investigación, el concepto se amplía más allá de lo lúdico, entendiendo las actividades autóctonas como el conjunto de prácticas productiva, ceremoniales, artísticas y de la vida cotidiana que son propias de una comunidad y que constituye un pilar de su identidad cultural (MINC, 2025).

Esto incluye, en el caso de Valdivia, la pesca artesanal, la alfarería, la gastronomía basada en productos del mar, las festividades patronales y los saberes ancestrales vinculados al mar y la tierra. No solo son fundamentales estas prácticas para proteger el patrimonio cultural, sino que también son necesarios para reforzar la identidad de las comunidades locales. De esta forma poder atraer aquellos que buscan

experiencias culturales auténticas puede ser un recurso muy importante para el turismo (Ricards, 2021).

1.2.4 Diversificación de la oferta turística

Según lo expuesto por Rodríguez (2020) la diversificación turística es un componente fundamental dentro de estrategias, cuyo objetivo principal es facilitar la penetración en nuevos segmentos de mercados. Esto se logra mediante la integración de servicios innovadores o una oferta diversificada de productos, ampliando los nuevos servicios.

En consecuencia, este enfoque busca fomentar el interés de un público turístico más amplio por los servicios disponibles. En última instancia del volumen de ventas de la rentabilidad financiera, atribuible a las inversiones realizadas durante el proceso de adquisición.

Para incrementar la competitividad de los destinos, adecuarse de las demandas actuales del mercado y asegurar la sostenibilidad, es fundamental diversificar los servicios turísticos. Esta estrategia ha sido fomentada en Ecuador por el MINTUR (2023), quien ha impulsado a que se reconozca y se del valor a las actividades locales, lo saberes ancestrales y sobre todo los paisajes rurales como motores importantes para la innovación del desarrollo turístico. Por ende, la diversificación de los servicios turístico no solo mejora las vivencias de quienes visitan el lugar, son que además genera múltiples oportunidades para proteger el patrimonio cultural y fomentar el desarrollo a nivel local.

1.2.5 Patrimonio cultural local

Vera y Mendoza (2024) caracterizan el patrimonio cultural local como el conjunto de expresiones tangibles e intangibles, conocimientos colectivos y definen el patrimonio cultural local como el conjunto de manifestaciones materiales e inmateriales, conocimientos, saberes y tradiciones que dotan a una comunidad de identidad y continuidad histórica. Como lo expresa la UNESCO (2003), este

patrimonio constituye un pilar fundamental para la perpetuación cultural y la consolidación de la identidad comunitaria.

Oriola y Finkelstein (2003) definen el patrimonio cultural como una herencia de generaciones anteriores, compuestas por un conjunto de bienes heredados que una comunidad reconoce como su propiedad colectiva, Este corpus es el resultado de un proceso de selección deliberado llevado a cabo por la comunidad, o sus partes constituyentes, guiado por criterios que garantizan la perpetuación de patrones sociales o la validación de identidades comunitarias.

El término “Patrimonio” proviene de la raíz latina “pater”, que alude a los “padres”, quienes han otorgado logros sustanciales, tanto tangibles como intangibles. Estos abarcan, entre otros, configuraciones urbanas, monumentos arquitectónicos, artes escénicas, gramática, tradicionales, creencias, producciones literarias y obras artísticas.

1.2.6 Identidad territorial

Es el reconocimiento físico del lugar donde se habita o una población reconoce que sus territorios son identificados por concepción y por los comportamientos y rasgos distintivos y culturales de la comunidad. También la identidad territorial se muestra de acuerdo con hechos y contextos históricos por los ancestros de la comunidad y sus primeros habitantes, como la denominación del nombre de la comuna en territorio, las formas de vivencia, representaciones en figuras de barro, y las actividades diarias de la población de aquella manera despliega sus vivencias.

La identidad de una comunidad es como un espejo que refleja cómo se ve a sí misma. Esta imagen normalmente se forma a través de muchas cosas que interactúan con su entorno, los símbolos que los representa, la historia que cuentan sobre su pasado y costumbres que tienen.

Esta identidad es algo que constituye entre todos, siempre cambiando y mostrándose a través de elementos que podemos tocar y otros que no, pero que justos

hacen que ese lugar sea único y diferente a cualquier otro. Es lo que le da su personalidad propia. Además, Haesbaert (2013) menciona que la identidad territorial trasciende el significado cultural. Mas bien, funciona como un instrumento estratégico para gestionar sus recursos locales con un profundo sentido de pertenencia y una mayor autoestima.

1.2.7 Comunidad anfitriona

Sherlock (1999) señala que la comunidad anfitriona está compuesta por las personas que residen en el destino y que interactúan directamente con los visitantes.

Arambaerri (2001) destaca que la hospitalidad y la participación de la comunidad son esenciales para garantizar el éxito de cualquier iniciativa turística. La comunidad es producto de la combinación de los recursos del destino. Por ello, la industria turística depende de la hospitalidad de la comunidad anfitriona y, por lo tanto, debe desarrollarse de acuerdo con sus necesidades y deseos.(wordpress, 2015).

1.2.8 Autenticidad en turismo

Según MacCannell (2010), cuando viajamos, buscamos vivir la realidad del lugar de forma directa, conectar con lo auténtico en el entorno y en la gente local. Sin embargo, a menudo lo que vemos en los lugares turísticos es una versión actuada de esta autenticidad. Mateos (2013) añade que sentimos que algo es auténtico cuando lo que vemos y vivimos coincide con lo que esperábamos de la cultural local. Así que es importante que haya un equilibrio entre lo que se muestra y la realidad.

Gifra (2022) destaca que cuando vivimos experiencias auténticas, nos conectamos emocionalmente con la comunidad local. Esto hace que nos sintamos más satisfechos que queramos volver y que respetemos más su cultura.

1.2.9 Valor percibido en experiencias

Carvache et al., (2020) explican que el valor percibido es una evaluación subjetiva del turista sobre la calidad del servicio, la autenticidad de la experiencia y

los beneficios emocionales obtenidos. Este valor influye directamente en la satisfacción del visitante y en la posibilidad de recomendar el destino.

Sharifuddin (2015) señala que estas concepciones de valor están basadas mayormente en una perspectiva utilitaria que involucra valoraciones económicas y efectivas, es decir, se encuentre entre los costos y los beneficios recibidos y que pueden ser medidos posterior a las experiencias.

1.2.10 Comuna Valdivia.

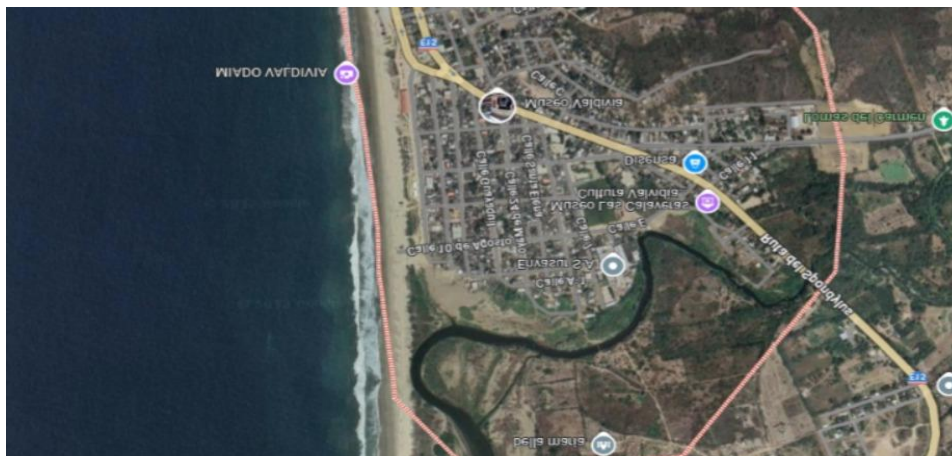
La comuna Valdivia pertenecer a la parroquia de Manglaralto, cantón Santa Elena, Ecuador y está ubicada al norte de la provincia del mismo nombre, está cerca de Montañita. Mantiene vecindad con la comuna de San Pedro. Forma parte de la famosa vía turística costera “Ruta del Spondylus”. Este lugar se distingue por sus atractivos culturales, sus amplias playas y hermosos paisajes costeros, junto con un profundo legado cultural que refleja las raíces ancestrales.

De acuerdo, con la Declaración de Patrimonio Cultural del sitio Arqueológico Valdivia (1997), su territorio abarca 1.3 hectáreas de primer orden, lo que significa que es el lugar arqueológico fundamental, en el cual se hallaron los primeros vestigios de la Cultura Valdivia.

Por otro lado, se localiza el Museo Venus de Valdivia, fue inaugurado finalmente en 1985, es el primero museo comunitario del país y que fomenta la importancia con que se revistieron sus antepasados (MINTUR, 2021). La comuna posee un clima del tipo árido cálido, con temperaturas de aproximadamente 23, 1°C. Se caracteriza por veranos cortos, calurosos y nublados, e invierno cortos y húmedos.

Desde hace tiempo, Esta Comuna ha sido reconocida por contribución a la historia y la cultura, demostrando las distintas habilidades de sus habitantes en tareas como la pesca, el arte del tallado en piedras, la agricultura y a elaboración de artesanías con tagua, caña y la alfarería. Estas actividades han perdurado hasta el día de hoy, transformando a esta comuna en un centro de riqueza cultural (MINTUR, 2021).

Gráfico No. 3 - Ubicación de la Comuna Valdivia



Fuente: Google maps

El turismo comunitario en Valdivia ha sido fortalecido mediante el reconocimiento oficial del Centro de Turismo Comunitario (CTC) otorgado por el Ministerio de Turismo en 2017, lo que ha permitido a los pobladores generar empleo propio y promover productos turísticos con identidad y calidad. Entre las ofertas turísticas actuales destacan el Parque Marino Valdivia, un centro de conservación marina con especies locales y senderos para el disfrute del medio natural. Además, actividades de turismo de aventura como el kayak en el estuario El Azufre, enriquecen la oferta turística del lugar. (MINTUR, 2017).

1.3 Fundamentos legales.

A fin de respaldar la presente investigación que regula el turismo, la preservación del patrimonio cultural, la participación comunitaria y el desarrollo sostenibles en el Ecuador. Se consideran las leyes la Constitución de la República del Ecuador (2008), La ley de turismo; lo mismo que permitirán seguir un lineamiento legal en esta investigación.

Constitución de la República del Ecuador.

En el capítulo noveno, de la constitución de la república del Ecuador (2008), se establece el **Artículo 83.-** “Responsabilidades “define las obligaciones y responsabilidades fundamentales de los ciudadanos ecuatorianos, además de cualquier otro requisito legalmente establecido en la constitución y la ley:

Siguiendo el mismo apartado en **literal 6.-** menciona que respetar los derechos de la naturaleza, la salvaguardia de un entorno sano y la gestión sostenible de los recursos naturales.

El **art 379.-** señala que estos componentes constituyen el patrimonio cultural tangibles e inmaterial, el cual posee una profunda importancia para la memoria y la identidad de las personas y las comunidades son partes y objetivo de salvaguarda del Estado, entre otros:

Por último, el **art 395, literal 3.-** indica que el Estado garantizará la participación sostenida y significativa de todas las partes interesadas relevantes incluyendo a las personas afectadas, las comunidades locales y los pueblos y nacionalidades, a lo largo de todo el ciclo de vida, abarcando su conceptualización, implementación y posterior supervisión de todas actividades que genere impactos ambientales.

Promueve un desarrollo territorial descentralizado, equitativo y sostenible, lo que respalda propuestas locales como el diseño de productos turísticos experienciales.

Según La Ley de Turismo MINTUR, (2021) en el capítulo I .-“Generalidades” La presente ley establece los parámetros legales que regirán el desarrollo, el crecimiento y la supervisión de la industria turística. También especifica las autoridades gubernamentales y los deberes y derechos tanto de los prestadores de servicios como de los consumidores en este ámbito.

En la misma sección, el Artículo 2.-. Define formalmente el turismo como todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas a destinos distintos de su lugar de residencia habitual, siempre que n exista intención de establecerse permanentemente en dichos lugares.

El Artículo 3 define los principios fundamentos que rigen las actividades turísticas, que abarcan:

- a) El papel fundamental de la empresa privada, que actúa como pilar fundamental del sector, principalmente a través de sus importantes contribuciones en inversión directa de capital, generando empleos y actividades de promoción tanto nacionales como internacionales.
- b) La participación solida de las entidades gubernamentales subnacionales, en particular las autoridades regionales y municipales, es fundamental tanto para fomentar como para optimizar el avanzase del sector turístico.
- c) La estructura e infraestructura nacional, se mide bajo el desarrollo estratégico y la mejora progresiva de los servicios públicos fundamentales, este resultado garantiza la participación activa de los turistas en la comunidad

Reglamento General de la Ley de Turismo (2004) Titulo primero del régimen institucional, capítulo I, especialmente el artículo 4 literal 7). – Fomentar y promover todo tipo de turismo, especialmente receptor interno y social al implementar programas, iniciativas y prestar servicios d apoyo en colaboración con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas, incluidas las comunidades indígenas y agrícolas locales, los organismos estatales no deben realizar actividades turísticas según lo definido por la ley o por este reglamento.

Siguiendo el mismo apartado en el artículo 76, Titulo cuarto. - “El fondo de promoción turística” De la promoción. - Propósito de consolidar la identidad e imagen de la industria turística en el Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional, será gestionada por el ministerio de turismo, que desarrollará políticas y lineamientos orientados a posicionar al Ecuador como destino turístico.

Código Orgánico del Ambiente (2017), Titulo II en el artículo 4.- “Planificación del desarrollo y ordenamiento territorial “Criterios ambientales territoriales. – Al planificar el desarrollo y gestionar el uso del suelo, los gobiernos de todos los niveles deben considerar las siguientes normas ambientales generales:

- a) Considerar el medio ambiente y su dinámica como elementos estratégicos para promover el bienestar humano y el desarrollo social;

- b) Planificar racionalmente las intervenciones en la región y garantizar el uso sostenible de los recursos mediante la regulación del uso, la gestión y la ocupación del suelo, delimitando zonas de protección, restauración y usos sostenibles con diferentes funciones;
- c) Armonizar la restauración, la conservación y protección del patrimonio natural con su uso y aprovechamiento sostenible.
- d) Reconocer las funciones y los servicios ecosistémicos que proporciona el patrimonio natural y valorar su contribución a la economía local.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010) en el artículo 144.- “Ejercicio de competencia de difundir, preservar, mantener y el patrimonio cultural”.- Es responsabilidad de los gobiernos autónomos descentralizados municipales formular, aprobar, ejecutar y evaluar planes, programas y proyectos encaminados a preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural de su jurisdicción y al desarrollo de los espacios públicos.

Para el efecto, el patrimonio en el informe será considerado con todas sus expresiones intangibles y tangibles. La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitirán su protección, conservación y defensa; el mantenimiento garantizará su sostenimiento integral en el tiempo y la difusión gestiona la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa.

Por último, La Ley Orgánica de la Cultura (2016) Capítulo 5.- Del Patrimonio Cultural, el Artículo 50.- “De los bienes que conforman el Patrimonio Cultural”. Los bienes que conforman el patrimonio cultural del Ecuador son intangibles y tangibles y cumplen una función social derivada de su importancia artística, histórica, científica, así brinda apoyo a la construcción de la memoria social y al fortalecimiento de la identidad nacional y la interculturalidad.

En el Artículo 52.- “Del Patrimonio intangible o inmaterial”. Son todos los valores, conocimiento, tecnologías, saberes, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, o más ampliamente, las características culturales utilizadas para identificar a las personas, comunas, comunidades, nacionalidades y pueblos que conforman el Estado intercultural, plurinacional y multiétnico ecuatoriano.

En el Capítulo 8.- Sistema Especial del Patrimonio Cultural Inmaterial Nacional, en el artículo 79.- “De las manifestaciones pertenecientes al patrimonio cultural nacional inmaterial”. Pertenecen al patrimonio cultural nacional intangible o inmaterial, los usos costumbres, representaciones, creencias, expresiones, conocimiento y técnicas con los instrumentos, objetivos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes, que la sociedad en general pueblo o nacionalidad reconocen como manifestaciones propias de su identidad cultural.

En el Artículo 80.- “Del Reconocimiento de las manifestaciones culturales”. Se reconocen como pertenecientes al patrimonio cultural intangible o inmaterial, entre otras manifestaciones culturales, siempre que no se violen condiciones relativas a los derechos humanos, derechos naturales y derechos constitucionales colectivos, se aplicarán las siguientes disposiciones.

a) Tradiciones y expresiones orales: Reflejando su cosmovisión, herencia cultural, expresiones lingüísticas, principios fundamentales y sabiduría y conocimiento, formas de vida, formas de expresiones y tradiciones oral, usos, costumbres, ritos, fiestas, representaciones y expresiones espirituales.

b) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza: concepciones y manejo cultural de los ecosistemas, técnicas y tecnologías tradicionales para el manejo de recursos, artística, producción artesanal y gastronómica, todo elemento de la cultura que las comunidades, pueblos, nacionalidades y la sociedad en general reconocen como propias.

c) Manifestaciones creativas que se sustentan en una fuerte interacción social y se transmiten, por igual de generación en generación.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la investigación

La investigación que se presenta fue realizada utilizando un enfoque no experimental de carácter transversal, ya que las variables que se examinaron no fueron alteradas intencionalmente por el investigador, sino que fueron observadas y analizadas tal y como se encuentra en su entorno natural, en un instante particular. Este tipo de enfoque es adecuado cuando el objetivo del estudio consiste en descubrir, analizar e interpretar fenómenos sociales, culturales y turísticos que ya existen, sin la intervención directa sobre ellos.

Hernández y Mendoza (2021) explican que, en la investigación no experimental, se observan las cosas tal como son en la vida real, sin cambiar nada a propósito. Esto ayuda a obtener información verdadera y que tiene sentido en su contexto. En este estudio, nos enfocamos en entender y analizar lo que hace la gente local, así como lo que piensan, prefieren y esperan los turistas en la Comuna Valdivia, siempre respetando su cultura y costumbres.

El carácter transversal de este estudio se justifica por el hecho de que la recopilación de datos tuvo lugar en un momento específico, en el año 2025, y, consiguientemente, proporciona una visión general de la oferta turística, las prácticas culturales locales y la demanda turística actual. Según Hernández y Mendoza (2021), los estudios transversales son adecuados para describir variables y analizar cambios a lo largo del tiempo, sin pretender establecer relaciones causales a largo plazo.

Se escogió este diseño de investigación porque encaja perfectamente con lo que queremos lograr. Primero, vamos directamente a ver cómo funcionan las

actividades locales con futuro turísticos en su día a día, eso nos ayuda a reconocer cuales realmente tienen potencial y como desarrollan en la práctica.

Después, aprovechamos momentos clave para aplicar encuestas y conversar con la gente, así podemos entender bien que buscan los turistas ahora, que les gusta y que esperan encontrar cuando visitan. Al final, todo esto da información concreta, proporcionando datos de verdad que nos permiten crear un producto de turismo experiencial que realmente se ajusten a lo que hay en la zona y a los que los visitantes buscan.

La selección de este diseño es plenamente coherente con nuestros objetivos de investigación. En primer lugar, la observación de las actividades locales con potencial turístico en situaciones reales nos permite identificarlas. En segundo lugar, al llevar a cabo encuestas y entrevistas en momentos concretos, podemos examinar las expectativas y preferencias actuales de los visitantes. En última instancia, estos hallazgos ofrecen la información empírica requerida para crear productos de turismo experiencial fundamentados en datos fidedignos y actualizados sobre el territorio. En el ámbito turístico, los beneficios más destacados del diseño no experimental-transversal son:

- La posibilidad de analizar fenómenos culturales y turísticos sin alterar las prácticas comunitarias.
- La obtención de información directa y realista sobre la oferta y la demanda turística.
- Los estudios aplicados que afirmen la posibilidad en la investigación en base a los recursos y tiempos.

Sin embargo, este diseño tiene algunas restricciones, tales como la incapacidad para determinar relaciones de causa y efecto o para examinar la evolución de las variables con el tiempo. No obstante, estas limitaciones no impactan la extensión del estudio, dado que la investigación tiene una perspectiva descriptivo-propositiva, dirigida hacia el diseño de una propuesta turística en lugar de la verificación de hipótesis causales.

En consecuencia, el diseño no experimental–transversal resulta adecuado y coherente para cumplir con los objetivos planteados, permitiendo generar un diagnóstico sólido que sirva de fundamento para el diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas, orientado a la diversificación de la oferta turística de la Comuna Valdivia.

2.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, el cual integra de manera complementaria los enfoques cualitativo y cuantitativo, con el propósito de obtener una comprensión más amplia, profunda y contextualizada del fenómeno estudiado. Este enfoque resulta pertinente cuando se busca analizar tanto aspectos medibles como interpretativos de una realidad social compleja, como es el diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas.

Hernández Sampieri y Mendoza (2021), Según estos historiadores se describe dentro del ámbito de los métodos de estudio de indagación, que el enfoque mixto es una gran manera holística de mezclar ambos métodos tanto cualitativos como cuantitativos, puesto que esto permite realizar un resumen específico del tema de investigación, para tratar este tema de investigación, se realizó un prolijo análisis selectivo de ciertos turistas y sus aspectos, dentro de ciertas actividades turísticas, se realiza una evaluación crítica con rasgos de cultura a partir de la participación de la comunidad del mismo territorio.

2.2.1 Enfoque cualitativo

Para el desarrollo del proyecto de investigación se ejecutó el enfoque cualitativo puesto que se determinó hechos distintivos representativos de la Comuna Valdivia su historia, cultura, actividades relevantes a lo largo de la historia. El enfoque cualitativo requirió de técnicas de estudio esenciales, así como la entrevista semiestructurada y también observación directa. Dicha técnica fue aplicada a personajes de la comunidad valdiviana, como sus autoridades comunales, que se dedican a sus faenas de pesca, aquellas personas dedicadas a la gastronomía y a las actividades culturales de la comunidad.

La observación permitió registrar en campo aspectos relacionados con la autenticidad de las prácticas culturales, el nivel de participación comunitaria, la dinámica de ejecución de las actividades y su potencial experiencial. Por su parte, las entrevistas facilitaron la recopilación de información profunda sobre los saberes ancestrales, la identidad cultural y la disposición de la comunidad para integrarse en una propuesta turística experiencial. Según Flick (2015), las entrevistas cualitativas constituyen una herramienta fundamental para explorar percepciones, experiencias y significados desde la voz directa de los actores sociales.

2.2.2 Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo se empleó para medir y analizar las preferencias, expectativas y niveles de interés de los turistas respecto a la oferta turística actual y a la posibilidad de participar en actividades autóctonas con enfoque experiencial. Con el fin de lograr esta meta, se realizaron encuestas estructuradas enfocadas en los visitantes de la Comuna Valdivia. Se utilizaron preguntas cerradas y escalas de medición estandarizadas, lo que permitió que se generara información en forma numérica. Esta perspectiva posibilitó la identificación de patrones en el comportamiento de los turistas, establecimiento de tendencias significativas para la industria y determinando el grado de aceptación hacia la propuesta del producto turístico presentada.

Como señala Arguelles (2024), el enfoque cuantitativo se sustenta en la concepción de que la realidad es objetiva y susceptible de medición, su propósito principal es lograr la generalización de los hallazgos mediante la recolección sistemática de datos cuantificables y la aplicación de procesamientos estadísticos adecuados, lo que brinda un soporte empírico sólido a las conclusiones.

Complementariedad del enfoque mixto

El uso combinado de métodos cualitativos y cuantitativos posibilitó la triangulación de la información, un procedimiento que consolida de manera significativa la veracidad y la confiabilidad de los hallazgos obtenidos en la investigación. El enfoque cualitativo, por un lado, brindó análisis detallados y enfoques culturales y contextuales que mejoran la comprensión del fenómeno turístico;

mientras que el enfoque cuantitativo, por otro lado, ofreció pruebas estadísticas que apoyan la viabilidad de la noción de turismo experiencial planteado.

La indagación del turismo es muy aplicada como parte del complemento esencial, todo tipo de investigación debe ser realista con veracidad de los hechos en forma holística partiendo de la praxis del investigador, es necesario que la propuesta presentada en la parte final del proyecto de investigación pese por el proceso de valoración equitativa, dentro de su desarrollo debe mantener equilibrado en su enfoque, la justificación y su fundamentación deben poseer los recursos culturales, sociales y técnicos.

El método contribuyó a detectar tendencias, patrones de conducta y grados de aceptación de productos turístico sugerido. El enfoque cuantitativo, de acuerdo con Arguelles (2024), se fundamentó en la idea de que la realidad es objetiva y puede medirse. Para ello, intenta generalizar los resultados por medio de la recopilación de datos numéricos y el uso de técnicas estadísticas.

Complementariedad de la perspectiva mixta

La combinación de estas dos técnicas permitió la triangulación de información, fortalecimiento así la fiabilidad y validez de los hallazgos. El enfoque cualitativo ofreció entendimientos culturales y un análisis exhaustivo, mientras que el cuantitativo proporcionó información estadística que respaldó la viabilidad de la idea de turismo experiencial. Esta complementariedad garantizó el logro de los objetivos del estudio y que la propuesta final fuera considerada adecuadamente desarrollada desde los aspectos técnicos, sociales y culturales.

2.3 Tipo de la Investigación

Este estudio se caracteriza por ser aplicada, descriptiva, propositiva y bibliográfica porque busca generar resultados útiles y aplicables al entorno real en que se desarrolla el estudio. El tipo descriptivo, porque dedica esfuerzos a describir las características del destino, la comunidad anfitriona, los recursos autóctonos, las percepciones de los turistas y otros elementos relevantes.

Por otro lado, es propositiva porque parte de ese diagnóstico para proponer un diseño de producto turístico experiencial que responda a las necesidades detectadas. La combinación de estos tipos permitió abordar el problema de investigación de manera integral y coherente con los objetivos planteados.

2.3.1 Investigación Aplicada

La investigación es de tipo aplicada, ya que se orienta a la búsqueda de soluciones prácticas para una problemática concreta del entorno turístico local, utilizando conocimientos teóricos y metodológicos previamente desarrollados. En este caso, el estudio tiene como finalidad diseñar un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas, que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la Comuna Valdivia.

Para Lozada, (2014), La investigación aplicada es el proceso de la creación de conocimiento directamente a un problema de un producto, lo que constituye la base de las técnicas utilizadas e este estudio, ocupándose del proceso de enlace entre teoría y producto. También se enfoca en orientar a la toma de decisiones, a través de los resultados obtenidos en esta investigación servirán para la implementación de una propuesta viable contextualizada y sostenible.

2.3.2 Investigación Descriptiva–Propositiva

Asimismo, el estudio es descriptivo–propositivo, dado que, en una primera fase, se orienta a describir y analizar las características del territorio, las actividades autóctonas existentes, la percepción de los turistas y el rol de la comunidad anfitriona. Este estudio nos permitirá entender la realidad actualizada del destino turístico sin alterar las variables del estudio investigado.

Para Valle (2022), la investigación descriptiva se centra en describir con detalle una realidad educativa acotada, una situación determinada, o la actuación, el sentir o las percepciones de un grupo de personas.

El objetivo de esta investigación consiste en llegar a conocer la situación, costumbre y actitudes predominantes a través de la descripción de las actividades, procesos, personas y objetos. Las preguntas centrales que guían en este tipo de investigación son: ¿Qué ocurre?, ¿Cómo acontece?, ¿Cuándo sucede?, ¿Dónde sucede?, ¿Qué características tiene? y ¿Qué funciones cumple? Estas respuestas nos llevan a proporcionar información detallada acerca del objetivo de estudio. Este enfoque descriptivo–propositivo enfatiza el rigor metodológico, pasando del diagnóstico a la acción y generando opciones tentativas de desarrollo local.

2.3.3 Investigación Bibliográfica

Finalmente, la investigación es de tipo bibliográfica, debido a que se apoyó en la revisión sistemática de fuentes académicas, científicas y normativas relacionadas con el turismo experiencial, las actividades autóctonas, la diversificación de la oferta turística y el turismo sostenible. Esta revisión permitió construir el marco teórico, sustentar conceptualmente las variables del estudio y contrastar los resultados obtenidos con investigaciones previas.

La investigación bibliográfica es un proceso riguroso de búsqueda, que sirva determinar el estado del arte sobre un tema y para reforzar la validez científica de los estudios aplicados (Chigbu et al., 2023).

2.4 Población y Muestra

2.4.1 Población

La población se define como el conjunto total de elementos, individuos o unidades de análisis que comparten características comunes y sobre los cuales se desea obtener información para el desarrollo de una investigación (Arias, 2012). En el presente estudio, la población estuvo conformada por dos grupos claramente diferenciados:

1. Los turistas que visitan la Comuna Valdivia.
2. Las autoridades y actores locales vinculados directamente a las actividades y culturales del territorio.

Elegimos estos grupos porque era fundamental entender el tema de manera completa, sin dejar nada de lado. Por un lado, los turistas nos cuentan directamente como ven el lugar, que esperan encontrar y hasta qué punto les interesan las experiencias que se basan en lo que hace la gente de aquí desde siempre. Su punto de vista nos ayuda a saber que función y que podría mejorarse para atraer más visitantes.

Por el otro lado, las autoridades y quienes trabajan en la zona nos dan ese enfoque más profundo, como se llevan adelante estas actividades, como se cuidan las tradiciones y si realmente es posible que esto se convierta en parte sobre el terreno es clave para saber que desafíos hay y como enfrentarlo.

La clasificación y a su vez la elección de un grupo prioritario responde a la necesidad de adquirir un pensamiento analítico. A su vez, los turistas facilitan información relevante sobre su experiencia en las actividades y costumbres autóctonas de la comuna, los representantes comuneros nos proporcionan información vital para el estudio proporcional sobre la gestión y preservación de las actividades en la comuna Valdivia

2.4.2 Población de turistas

En el caso de los turistas, la población se consideró infinita, debido a que no existe un registro oficial actualizado que determine con exactitud el número total de visitantes que arribaron a la Comuna Valdivia durante el año 2025. De acuerdo con Otzen y Manterola (2017), cuando no se dispone de un marco muestral definido, es metodológicamente correcto asumir una población infinita y aplicar fórmulas estadísticas específicas para este tipo de población.

2.4.3 Cálculo del tamaño de la muestra

Se empleo la fórmula para las poblaciones infinitas con el de calcular el tamaño de la muestra de turistas, lo que asegura que los datos sean representativos y que los resultados conseguidos sean confiables.

La fórmula aplicada fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (1,96 para un 95 % de confianza)

p = probabilidad de ocurrencia del evento (0,5)

q = probabilidad de no ocurrencia (1 – p = 0,5)

e = margen de error permitido (0,05)

Sustitución de valores

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra se estableció en 384 turistas, cifra que permite obtener resultados estadísticamente representativos y confiables sobre la percepción de los visitantes respecto a la oferta turística y las actividades autóctonas de la Comuna Valdivia.

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, dado que cada uno los turistas tuvieron la misma posibilidad de ser escogido al momento de aplicar las encuestas. Esto ayuda a disminuir sesgos y aumentar la validez de los resultados (Hernández y Mendoza, 2021).

2.4.4 Muestra de autoridades y actores locales

En cuanto a las autoridades y actores locales, se aplicó un muestreo no probabilístico de tipo intencional, seleccionando a 10 informantes clave, debido a su

conocimiento directo, experiencia y participación en el desarrollo turístico y cultural de la Comuna Valdivia.

La selección de este grupo se fundamentó en criterios de relevancia, experiencia y vinculación directa con las actividades autóctonas, incluyendo: líderes comunitarios, artesanos, pescadores artesanales, cocineras tradicionales, gestores culturales y autoridades comunales. Según Blanco & Salamanca (2007), en la investigación cualitativa, la decisión sobre el mejor modo de obtener datos y de quien o quienes obtenerlo se toman en el campo, ya que los participantes del estudio nos resulta desconocidos cuando lo iniciamos y es la propia información obtenida la que va guiando el muestreo.

Flick (2015), en investigaciones cualitativas no es el tamaño de la muestra lo que determina la calidad del estudio, sino la riqueza, profundidad y pertinencia de la información proporcionada por los informantes.

Asimismo, Otzen y Manterola (2017) señalan que, en estudios cualitativos, un número reducido de informantes clave es metodológicamente válido cuando estos poseen conocimientos especializados y representan adecuadamente el fenómeno estudiado. En este sentido, los 10 actores locales seleccionados permitieron alcanzar **saturación teórica** , es decir, la información recopilada fue suficiente y recurrente para comprender la dinámica cultural y turística de la comunidad.

Tabla No. 1 - Descripción de población

Descripción	Cantidad	Fuente
Turistas encuestados	384	Encuestas aplicadas por el investigador (2025)
Autoridades y actores locales entrevistadas	10	Entrevistas realizadas a autoridades y actores comunales.
TOTAL	394	

Fuente: Elaboración propia.

2.5 Técnicas e Instrumentos

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en la presente investigación, se emplearon técnicas de recolección de datos primarios, seleccionadas en coherencia con el enfoque mixto del estudio. Las técnicas utilizadas fueron la observación directa, la encuesta y la entrevista semiestructurada, las cuales permitieron recopilar información tanto cuantitativa como cualitativa, proveniente de turistas y de actores locales de la Comuna Valdivia.

Para Caro (2020), la técnica de recolección de datos son mecanismo e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objetivo específico. Por otro lado, la adecuada selección de estos instrumentos va a garantizar la validez y la confiabilidad de los datos recopilados.

2.5.1 Observación directa y ficha de observación

La observación directa se realizó con el fin de caracterizar e identificar las actividades autóctonas ya existentes en la Comuna Valdivia, como el proceso al desarrollarse. Por eso, se diseñó una ficha de observación estructurada, que accedió a registrar de manera sistemática toda la información importante de cada actividad identificada.

La ficha incluyó criterios como:

- Tipo de actividad autóctona
- Ubicación
- Frecuencia de realización
- Nivel de autenticidad cultural
- Participación comunitaria
- Infraestructura disponible
- Accesibilidad
- Potencial turístico experiencial
- Riesgos asociados

Este instrumento permitió elaborar un inventario y jerarquización de actividades autóctonas, facilitando la selección de aquellas con mayor potencial para integrar el producto turístico experiencial. De acuerdo con Flick (2015), la observación es una técnica fundamental para comprender prácticas culturales en su contexto natural, sin alterar su dinámica

2.5.2 Encuesta y cuestionario estructurado

La encuesta fue aplicada a los turistas que visitaron la Comuna Valdivia, con el objetivo de conocer sus preferencias, expectativas, percepciones y disposición a participar en actividades autóctonas con enfoque experiencial. Para ello, se diseñó un cuestionario estructurado, compuesto por preguntas cerradas, organizadas en secciones temáticas.

El cuestionario estuvo conformado por preguntas de opción múltiple y escalas tipo Likert, que permitieron medir variables como:

- Perfil sociodemográfico del turista
- Motivo de visita
- Interés en actividades autóctonas
- Tipo de experiencia preferida
- Disposición de pago
- Nivel de satisfacción y recomendación

La utilización de escalas Likert facilitó el análisis estadístico de los datos y la identificación de tendencias en la demanda turística. Para Mañongo (2014), la encuesta como instrumento está conformada por un conjunto de indicadores que a su vez se solapan bajo un número de preguntas, reunidas en aspectos a capturar mediante la técnica de relación interpersonal, por ende, este tipo de instrumento es apropiado para cuando se requiere medir opiniones y actitudes de los participantes de manera sistemática y objetiva.

Las encuestas se aplicaron de forma directa con el turista entre las fechas del 09 al 12 de octubre y del 1 al 04 de noviembre. Durante ese periodo se obtuvieron 384 encuestas a turistas nacionales. Estos se llevaron a cabo en la playa de Valdivia.

En definitiva, estos datos se exportaron mediante la plataforma de Microsoft Excel y se procesaron utilizando gráficos de barra, tabulaciones de frecuencias, para continuar realizando el análisis e interpretación del estudio.

2.5.3 Entrevista Semiestructurada

Se realizó la entrevista semiestructurada con actores locales y autoridades, quienes fueron escogidos como informantes clave por su experiencia y conocimiento directo en el desarrollo cultural y turístico de la Comuna Valdivia. Esta técnica permitió el análisis en profundidad de elementos cualitativos vinculados con la participación comunitaria, los conocimientos ancestrales, la viabilidad del proyecto turístico y la identidad.

Los parámetros utilizados para la entrevista consistieron en preguntas abiertas, especializadas en temas relevantes que serían:

- Valoración acerca del turismo experiencial
- Importancia de las actividades ancestrales
- Función de la comunidad en el sector turístico
- Oportunidades y restricciones del territorio
- Disposición para involucrarse en el producto turístico.

Se escogen entrevistas semiestructuradas ya que permiten que los visitantes expresen sus puntos de vista y experiencias sin restricciones, debido a que facilitan seguir un parámetro flexible tal como detalla (Flick, 2015), esta clase de entrevista es especialmente efectiva para investigar percepciones, significados y prácticas culturales en contextos comunitarios

En relación con la validez cualitativa, la información obtenida se consideró confiable al alcanzar saturación teórica, es decir, cuando las respuestas comenzaron a ser recurrentes y no aportaron nuevos elementos relevantes para el análisis.

CAPITULO III

RESULTADOS

3.1 Resultados

Este capítulo presenta los resultados alcanzados a través de aplicación de la encuesta las cuales fueron dirigidas a turistas y las entrevistas realizadas a las autoridades y actores locales. El objetivo es analizar el estado actual de la oferta turística de la Comuna y el potencial de las actividades autóctonas para desarrollar un producto de turismo experiencial.

Estos estudios permitieron descubrir cómo se expone mediante tablas y gráficos estadísticos, así como análisis explicativos que describen la relevancia de los resultados y su relación directa con los objetivos de la investigación.

3.1.2 Resultados de la Identificación de actividades autóctonas.

Mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, se identificaron cinco actividades autóctonas en la Comuna Valdivia con potencial turístico:

Tabla No. 2 - Actividades autóctonas identificadas de la Comuna Valdivia.

Actividades identificadas
1. Pesca tradicional con red de arrastre
2. Elaboración de artesanías
3. Gastronomía local tradicional basadas en marisco
4. Cerámicas Valdivianas
5. Elaboración artesanal de calzados

Nota. Elaboración propia.

Interpretación:

Los resultados evidencian que la Comuna Valdivia posee una diversidad significativa de actividades autóctonas vinculadas a saberes ancestrales, oficios tradicionales y prácticas culturales vigentes. Entre las principales actividades identificadas destacan la pesca artesanal, la elaboración de artesanías, la gastronomía tradicional basada en mariscos, la cerámica valdiviana y la fabricación artesanal de calzado.

Los resultados que hemos encontrado dejan en evidencia que, si es posible crear un producto turístico sólido, centrado en lo que realmente es el territorio, con experiencias genuinas que respetan y muestran la identidad cultural de la gente que vive aquí. De hecho, este enfoque no solo fortalecería la propuesta turística, sino que también ayudaría a que los propios habitantes se sientan parte activa de este proyecto.

La presencia de estas actividades demuestra el enorme potencial que tiene la Comuna, lo cual concuerda con el objetivo principal de esta investigación: identificar las actividades locales que tienen la capacidad de atraer turistas. Estos resultados confirman la viabilidad de crear un beneficio turístico que se base en experiencias auténticas y que este alineado con la identidad cultural del lugar.

3.1.3 Descripción del potencial basado en la experiencia

Como se evidencia en la tabla 4, las actividades identificadas presentan diferentes niveles de potencial turístico. El análisis revela que la gran mayoría de actividades muestran un potencial alto, destacándose aquellas que combinan alto valor cultural con significativa participación comunitaria.

Tabla No. 4 - Caracterización de recursos autóctonos con potencial experiencial.

No	Actividad	Tipo	Ubicación	Participación	Frecuencia	Valor Cultural	Interés Turístico
1	Pesca tradicional con red de arrastre	Productiva	Playa Valdivia y estuario del río	Alta	Diaria	Alta	Media
2	Elaboración de artesanías con conchas y piedra arenisca	Artesanal	Talleres del centro comunal	Media	Semanal	Alta	Alta
3	Gastronomía local tradicional basada en marisco.	Gastronómica	Restaurantes, comedores y ferias comunales	Alta	Diaria	Alta	Alta
4	Cerámica valdiviana (artesanías en barro)	Artesanal/Cultural	Talleres familiares y museo comunal	Alta	Semanal	Alta	Alta
5	Elaboración artesanal de calzado	Productiva/Artesanal	Sector central de la comuna	Media	Semanal	Media	Media

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La caracterización de los recursos autóctonos muestra que actividades como la alfarería valdiviana y la pesca artesanal con atarraya alcanzan los niveles más altos de potencial experiencial y autenticidad cultural. Esto se debe a que permiten una participación del turista, generan interacción directa con la comunidad anfitriona y representan prácticas culturales vivas que se mantienen en la cotidianidad del territorio.

La clasificación técnica es necesaria ya que la desigualdad en el potencial turístico de las actividades pone de manifiesto la escasez de elegir las obras más apropiadas para incluir la utilidad turística experiencial propuesta.

3.2 Resultados del Perfil Turista.

ENCUESTA A TURISTA

1. Género

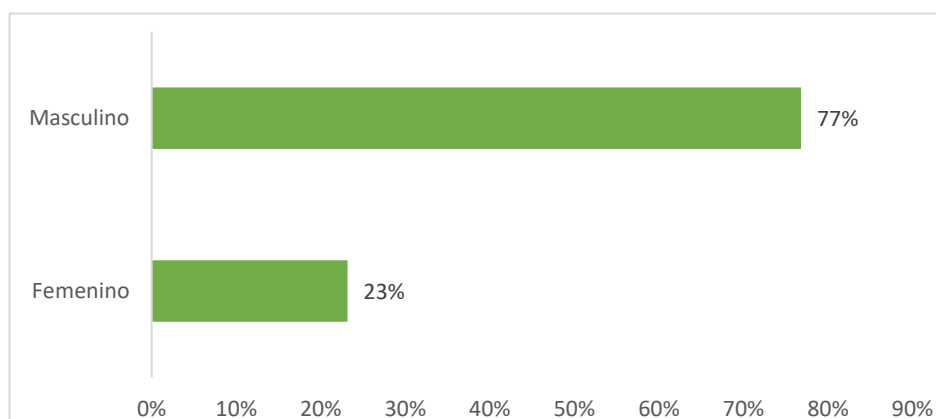
Tabla No.2 - Género de los turistas

Género	Encuestados	%
Femenino	89	23%
Masculino	295	77%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No.4 - Género de los turistas



Elaborado por: Nathaly González (2026)

Interpretación:

El análisis sobre el género de los turistas que respondieron la encuesta deja en claro que hay más hombres que mujeres, el 77% son varones, y solo el 23% mujeres, de un total de 384 personas consultadas. Esto significa que por ahora la oferta turística de Valdivia llama más tarde la atención de los hombres. Pero también es una buena puerta de entrada para pensar en cómo llegar mejor a las mujeres, y así crear experiencias que ajustan bien a todo tipo de visitante, sin dejar a nadie de lado.

2. Edad

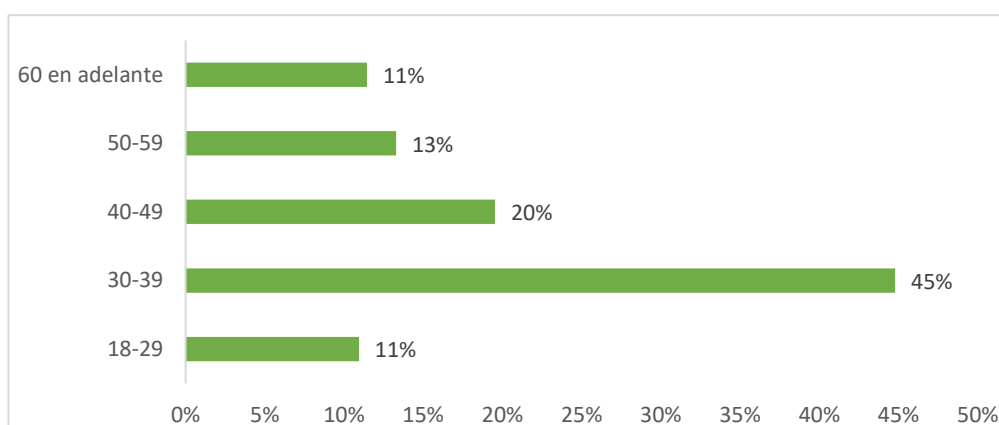
Tabla No. 3 - Edad de los turistas

Edad	Encuestados	%
18-29	42	11%
30-39	172	45%
40-49	75	20%
50-59	51	13%
60 en adelante	44	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 5 - Edad de los turistas



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados obtenidos nos muestran que la mayoría de turistas encuestados son de un rango de edad entre los 30-39 años, seguido del grupo de 40-49 años, así mismo entre los rangos más bajo se encuentra los turistas de entre 50-59 junto a los de 60 en adelante. Esto evidencia que los adultos son los más interesados en conocer las tradiciones y lo que más visitan la comuna.

3. Residencia

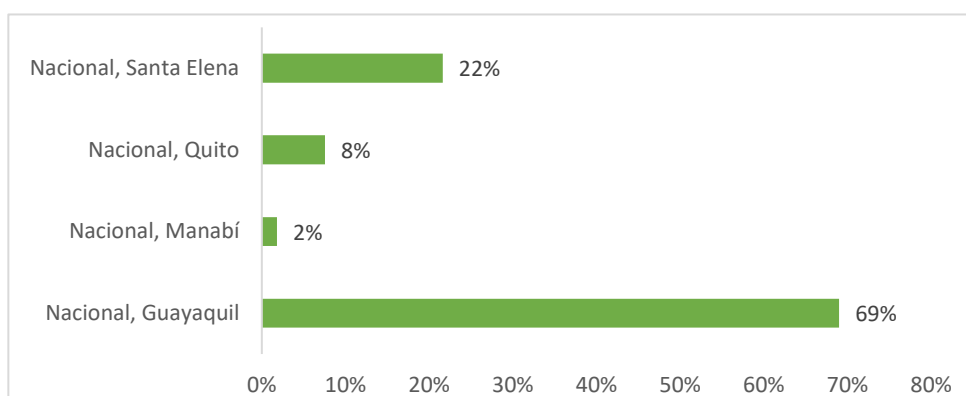
Tabla No. 4 - Residencia

Residencia	Encuestados	%
Nacional, Guayaquil	265	69%
Nacional, Manabí	7	2%
Nacional, Quito	29	8%
Nacional, Santa Elena	83	22%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turista.

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 6 – Residencia



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

El análisis de los resultados señala que el 69% de la muestra, provienen de la ciudad de Guayaquil, mientras que, el 22% provenían de la provincia de Santa Elena. Este estudio permitió evidenciar que los visitantes sugieren lugares cercanos para sus respectivas actividades. En cambio, un sector más reducido que representa el 9% de los países turísticos, llegó desde provincias lejanas como la provincia de Manabí y la capital ecuatoriana Quito. Estas observaciones señalan que la comuna atrae sobre todo a visitantes locales y provinciales en busca de descanso y tranquilidad.

4. ¿Es la primera vez que visita la Comuna Valdivia?

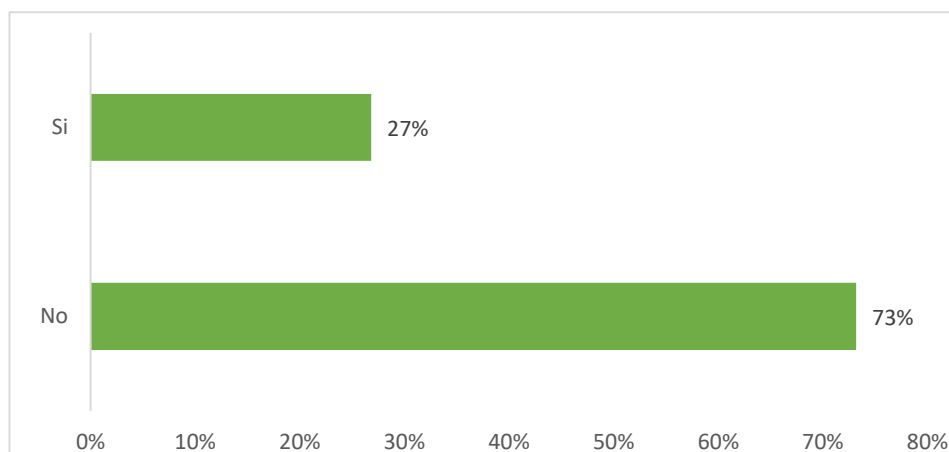
Tabla No. 5 - Primera vez que visita

Primera vez	Encuestados	%
No	281	73%
Si	103	27%
Total	384	110%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 7 - Primera vez que visita



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados de la encuesta indicaron que el 73% de los encuestados ya habían visitado la comuna Valdivia, mientras que el 27% mencionaron que es la primera vez que visita el destino. Esto pone de manifiesto un considerable nivel de fidelización, gran parte de los turistas son recurrentes, destacando sus experiencias buenas en visitas anteriores. Además, el 27% de los nuevos visitantes representa una oportunidad estratégica para ampliar el atractivo del destino a un amplio y de esta forma garantizando experiencias únicas y memorables.

5. ¿Con quién visita la Comuna Valdivia?

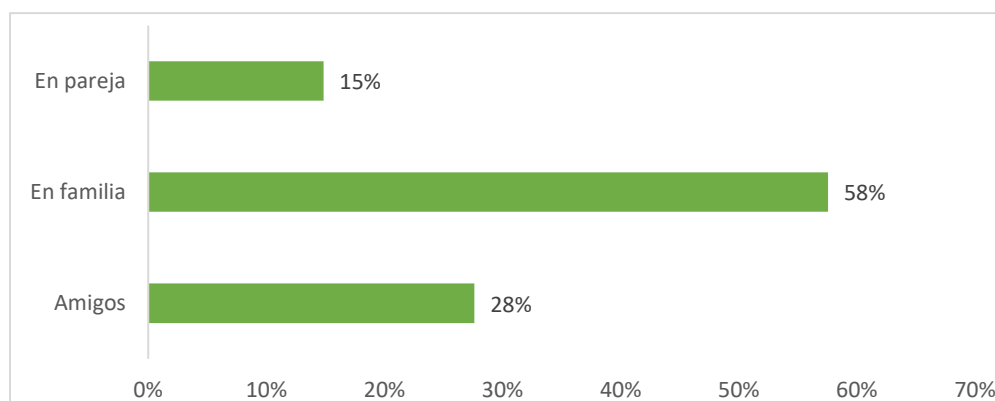
Tabla No. 6 - Con quién visita

Con quién visita	Encuestados	%
Amigos	106	28%
En familia	221	58%
En pareja	57	15%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 8 - Con quién visita



Elaborado por: Nathaly González Salazar (2026)

Interpretación:

El análisis muestra que la mayoría de los visitantes acude a Valdivia en familia, representando el 58% del total de encuestados. Este dato evidencia que el destino se percibe como un espacio ideal para el turismo familiar, donde predominan ambientes tranquilos, seguros y con actividades adecuadas para todas las edades. En segundo lugar, el 28% de los turistas indicó haber viajado con amigo, lo que demuestra su interés por las experiencias en grupo, las actividades de ocio y la interacción social, y para culminar el 15% detalla que viajó en parejas evidenciando que su aceptación es aceptable y adaptable por ellos, referente a las atracciones autóctonas de la comuna.

6. ¿Cuál es el motivo principal de su visita a la Comuna Valdivia?

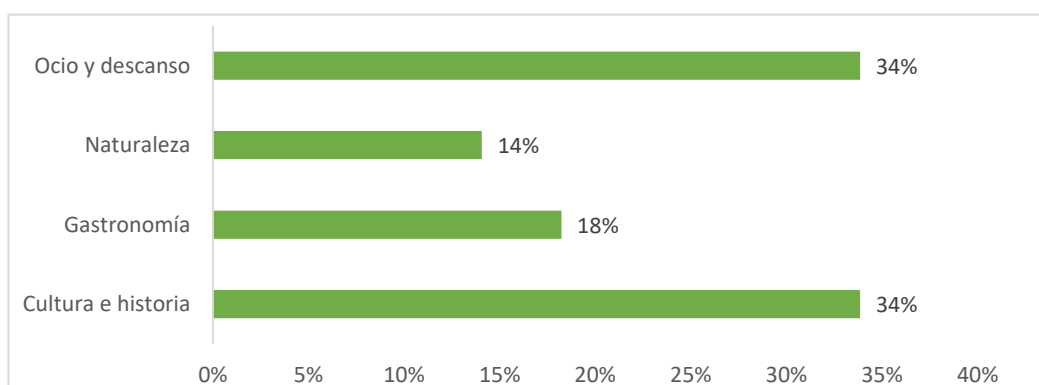
Tabla No. 7 - Motivo de su visita

Motivo de su visita	Encuestados	%
Cultura e historia	130	34%
Gastronomía	70	18%
Naturaleza	54	14%
Ocio y descanso	130	34%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 9 - Motivo de su visita



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados demuestran un equilibrio entre dos motivaciones principales, el 34% de los encuestados menciona la recreación y el descanso como su principal motivación, lo que indica una búsqueda activa de tranquilidad y descanso. Asimismo, el 34% expresa interés por la cultura y la historia local, lo que implica una atracción por sus costumbres y patrimonio. Por su parte, un 18% se inclinó por la gastronomía local, destacando el valor que los turistas otorgan a los sabores típicos y a la autenticidad culinaria del lugar mientras que acerca del 14% mencionó como principal motivación los atractivos naturales, evidenciando el potencial que posee Valdivia para fortalecer su oferta ecoturística se siente atraído por los atractivos naturales de la zona.

7. ¿Qué actividades autóctonas le interesaría experimentar?

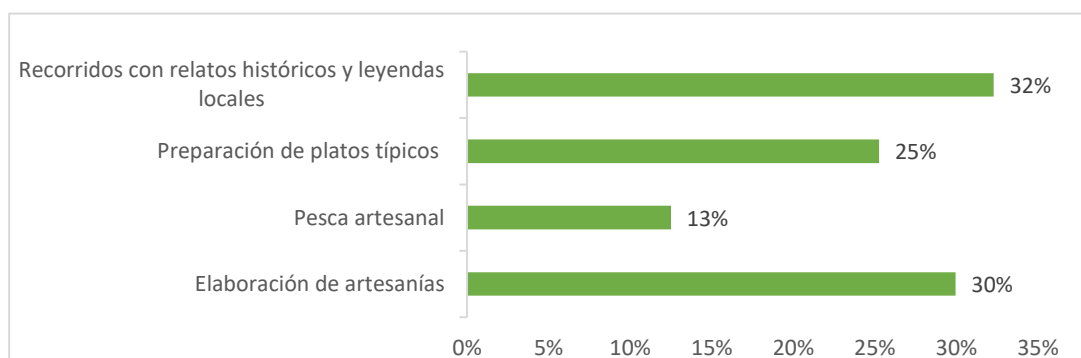
Tabla No. 8 - Experimentar actividades autóctonas

Experimentar Actividades	Encuestados	%
Elaboración de artesanías	115	30%
Pesca artesanal	48	13%
Preparación de platos típicos	97	25%
Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	124	32%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 10 - Experimentar actividades autóctonas



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

El análisis muestra que los turistas indicaron un alto interés por experiencias que integran patrimonio cultural y participación. Un 32% de los encuestados muestra preferencia por recorridos basados en relatos históricos y leyendas locales, mientras que un 30% se inclina por la elaboración de artesanías tradicionales, reflejando una clara preferencias por vivencias que permiten conectarse con las manifestaciones culturales de Valdivia. Asimismo, el 25% de los encuestados apreció la preparación de platos típicos, reconociendo a la gastronomía como elemento fundamental de la identidad local. Por último, aunque con un 13% de mención, la pesca artesanal emerge como actividad con significativo potencial para el desarrollo de un turismo experiencial y sostenible, representando una oportunidad para diversificar la oferta actual a través de prácticas ancestrales que caracterizan a la comunidad de Valdivia.

8. ¿Estaría dispuesto a participar en actividades tradicionales de la comunidad de Valdivia (como pesca artesanal, preparación de platos típicos o elaboración de artesanías) como parte de un tour de experiencias culturales?

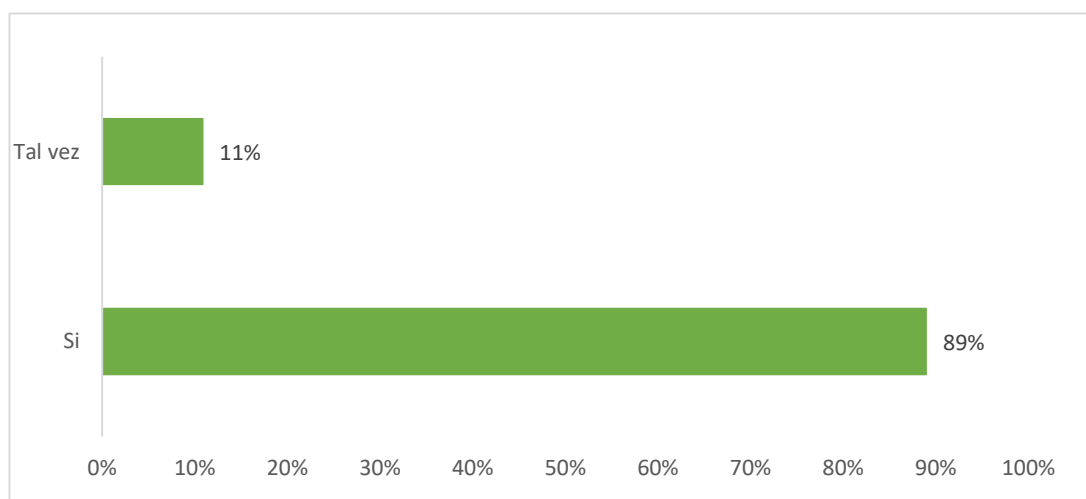
Tabla No. 9 - Participar en actividades

Participar en actividades	Encuestados	%
Si	342	89%
Tal vez	42	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 11 - Participar en actividades



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

A través de estos resultados se evidencia que los turistas están dispuestos a pagar por tener una experiencia fundamentadas en actividades autóctonas, esto demuestra que esta clase de productos es no solo viable desde el punto de vista cultural, sino también sostenible desde el punto de vista económico. Los rangos de precios establecidos muestran que hay un mercado dispuesto a considerar la autenticidad y el involucramiento comunitario como factores distintivos del producto turístico.

9. ¿Qué tipo de experiencia prefiere vivir durante su viaje?

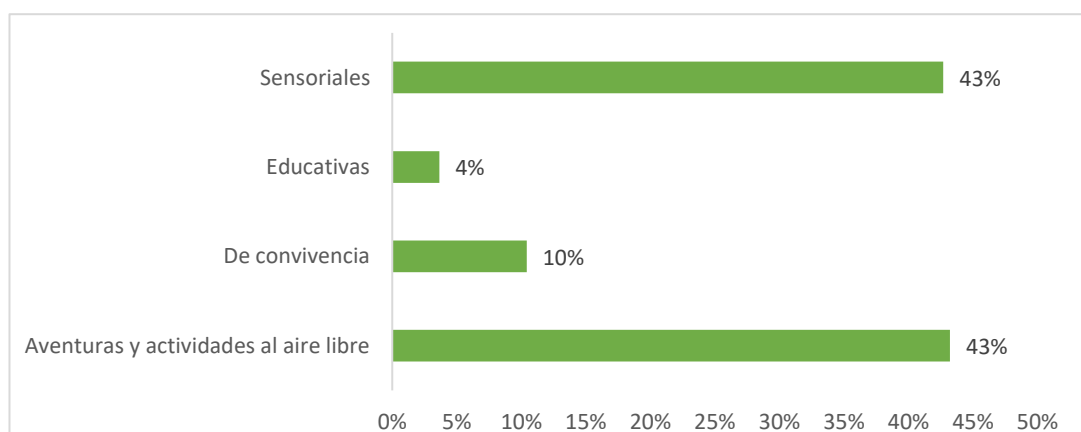
Tabla No. 10 - Tipo de Experiencia

Tipos de Experiencia	Encuestados	%
Aventuras y actividades al aire libre	166	43%
De convivencia	40	10%
Educativas	14	4%
Sensoriales	164	43%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 12 - Tipo de Experiencia



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados revelan que el 43% de los turistas prefieren por aventuras y actividades al aire libre. Al igual que un el 43% expresó su atracción por las experiencias una interacción directa con la naturaleza y la estimulación de los sentidos. Por el contrario, solo el 10% de los visitantes seleccionó actividades de convivencias, que fomentan el intercambio sociocultural con los habitantes locales. Cabe recalcar que tan solo el 4% indico interés en experiencias educativas lo que sugiere que el turismo interpretativo y educativo no constituye actualmente un enfoque principal para los visitantes. sensoriales, lo que demuestra un fuerte interés por experiencias que implican.

10. ¿Cuál sería un precio razonable que estaría dispuesto a pagar por un tour de medio día en Valdivia, que incluya actividades culturales y tradicionales (como pesca artesanal, cocina local o elaboración de artesanía)?

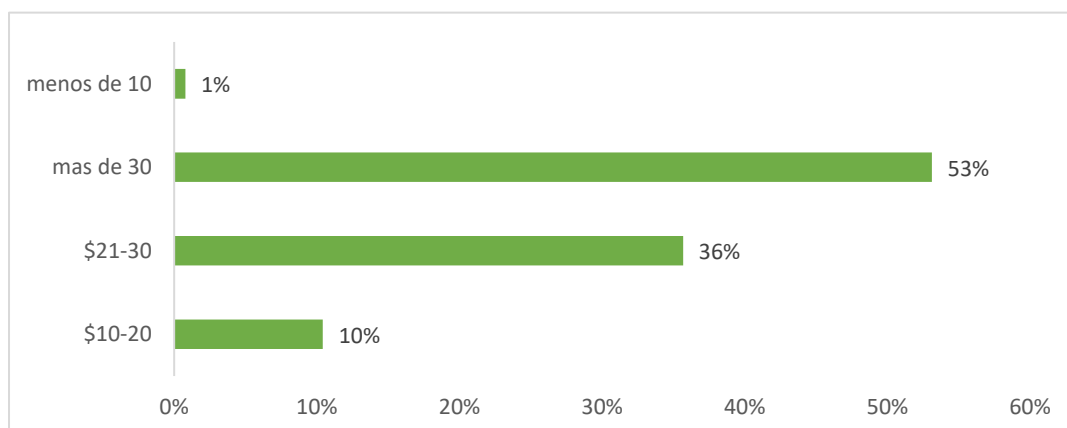
Tabla No. 11 – Precio

Precio	Encuestados	%
\$10-20	40	10%
\$21-30	137	36%
más de 30	204	53%
menos de 10	3	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 13 - Precio



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Como se puede evidenciar en los resultados, el 53% de los turistas manifestó estar dispuesto a pagar más de \$30 por las experiencias turísticas en Valdivia, lo que evidencia una alta disposición económica y percepción de valor hacia las actividades y servicios ofrecidos. Mientras que, el 36% indicó un rango de gasto entre \$21 y \$30, lo que demuestra que la mayoría de los visitantes se encuentra dentro de un segmento con capacidad media o alta de consumo turístico. Sin embargo, el 10 % expresó su disposición a contribuir entre \$10 y \$20, mientras que el 1% menciona menos de \$10.

11. ¿Considera que la oferta turística actual de Valdivia es satisfactoria?

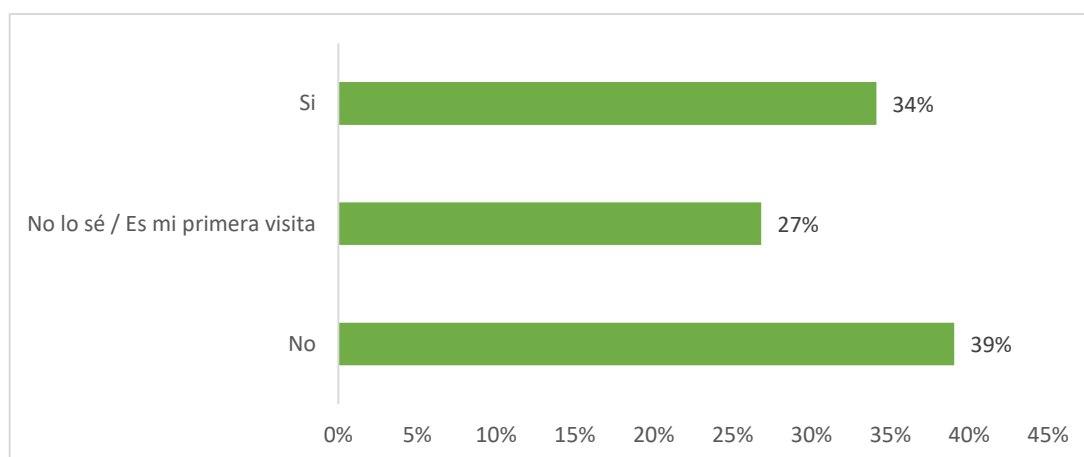
Tabla No. 12 - Oferta turística

Oferta Turística	Encuestados	%
No	150	39%
No lo sé / Es mi primera visita	103	27%
Si	131	34%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 14 - Oferta turística



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los datos reflejan que el 39% de los encuestados percibió la falta de una oferta turística consolidada a Valdivia. Esta observación indica la importancia de mejorar las estrategias de marketing, promoción del destino, organización, viabilidad de los atractivos y servicios. Sin embargo, el 34% indicaron que, si existe una oferta turística, lo que refleja que, si se han logrado algunos avances, las disposiciones actuales aun requieren una planificación más estratégica y una promoción más eficaz. Mientras que, el 27 % declaró “No lo sé / Es mi primera vez”, lo que implica que un segmento sustancial de la población turística desconoce la oferta disponible o aún no ha tenido la oportunidad de exportarla a fondo.

12. Durante su visita a Valdivia, ¿cuáles de los siguientes aspectos considera más atractivos o le generan mayor interés?

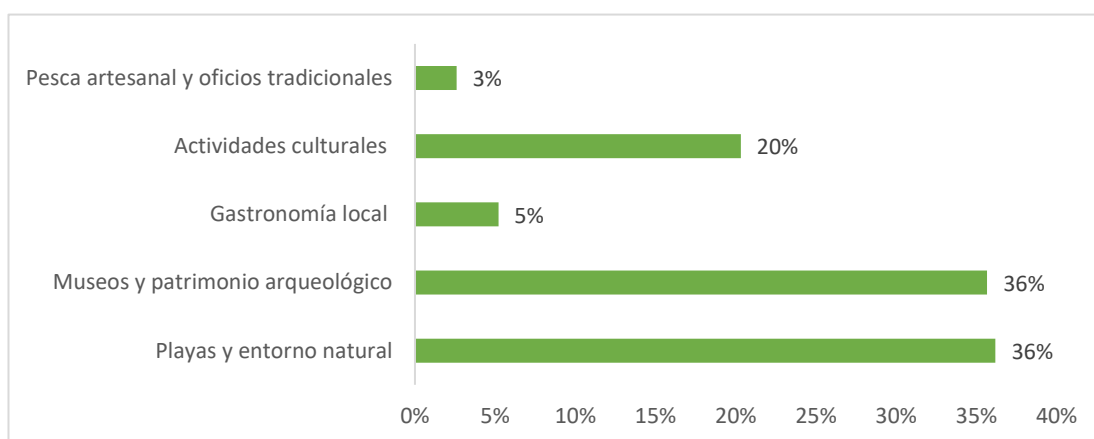
Tabla No. 13 - Mayor interés

Mayor interés	Encuestados	%
Playas y entorno natural	139	36%
Museos y patrimonio arqueológico	137	36%
Gastronomía local	20	5%
Actividades culturales	78	20%
Pesca artesanal y oficios tradicionales	10	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 15 - Mayor interés



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados muestran que, con un 36%, tanto las costas y el entorno natural como los museos y el legado arqueológico son percibidos como los elementos más llamativos de la zona y pilares de la propuesta turística de Valdivia. Esto demuestra una equidad entre las ofertas culturales y naturales que caracterizan el destino. En resumen, las actividades culturales un 20%, lo que evidencia un notable interés en las costumbres locales, festividades y manifestaciones artísticas. En menor medida, la gastronomía local alcanza un 5%, y la pesca artesanal y oficios tradicionales un 3%, lo que indica que estos aspectos, aunque poseen alto potencial, aún no han sido suficientemente promocionados o desarrollados como productos turísticos.

13. En su opinión, ¿las tradiciones y prácticas locales deberían estar integradas en la oferta turística?

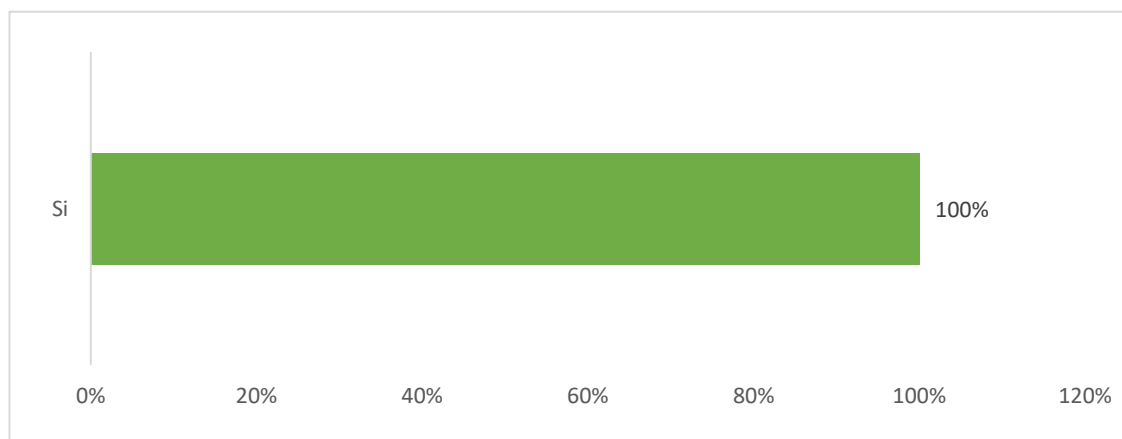
Tabla No. 14 - Tradiciones y prácticas

Tradiciones y prácticas	Encuestados	%
Si	384	100%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 16 - Tradiciones y prácticas



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

El análisis muestra que el 100% de los encuestados manifestó su disposición a integrar actividades autóctonas dentro de la oferta turística de Valdivia, lo que refleja un consenso absoluto y un fuerte interés por el turismo participativo y cultural. Este resultado evidencia que los visitantes valoran las experiencias que permiten una conexión directa con la comunidad local, sus tradiciones, costumbres. La aceptación total hacia esta integración representa una oportunidad estratégica para el desarrollo del turismo sostenible, en el que se fomente la participación comunitaria, la preservación del patrimonio cultural y el fortalecimiento de la identidad local.

14. En una escala del 1 al 5, ¿Cómo evaluaría su experiencia en Valdivia o, si es tu primera vista, sus expectativas iniciales?

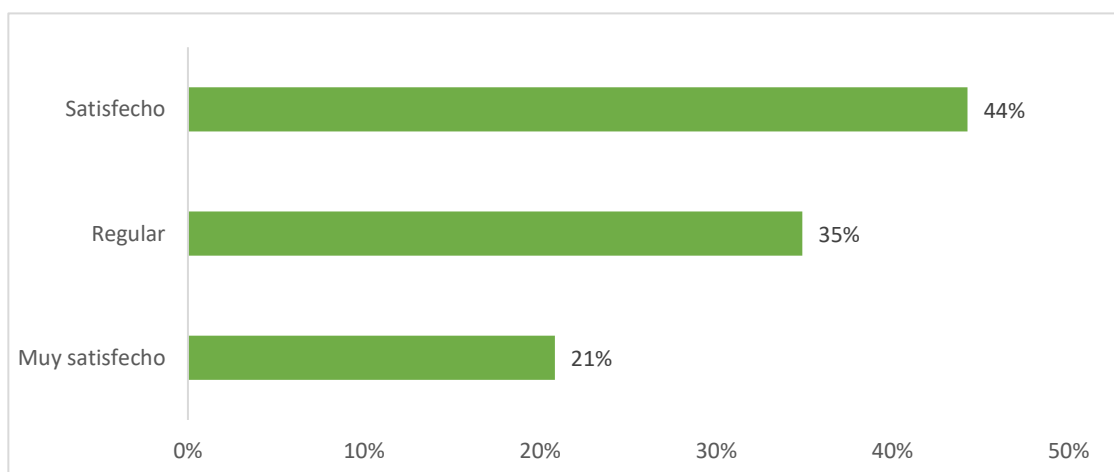
Tabla No. 15 - Evaluar experiencia

Evaluar experiencia	Encuestados	%
Muy satisfecho	80	21%
Regular	134	35%
Satisfecho	170	44%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a Turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 17 - Evaluar experiencia



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Según los resultados, la mayor parte de los visitantes es de 44% que manifestó estar satisfechos con su experiencia turística en Valdivia. Esto muestra que el destino es generalmente bien percibido, gracias a la calidad de sus atracciones, la hospitalidad local y el ambiente acogedor que brinda la comunidad. En contraste, el 35% calificó su experiencia como regular, lo que indica posibles áreas de mejora. Asimismo, el 21% manifestó una gran satisfacción, lo que señala que un porcentaje relevante de los visitantes tienen una experiencia muy gratificante.

15. ¿Recomendaría Valdivia como destino turístico experiencial a otros viajeros?

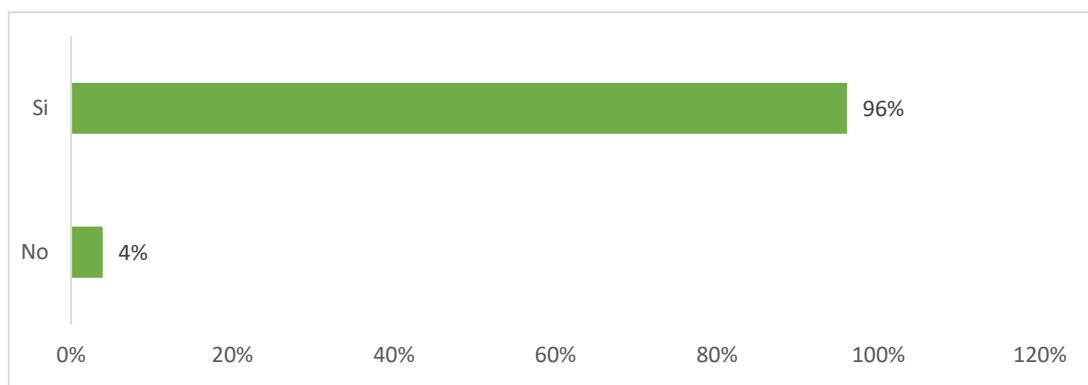
Tabla No. 16 - Recomendaría Valdivia como destino

Recomendación	Encuestados	%
No	15	4%
Si	369	96%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas a Turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 18 - Recomendación Valdivia como destino



Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

En los respectivos resultados se muestran que el 96% de los encuestados recomendaría visitar Valdivia, mientras que solo un 4% indicó que no lo haría, lo que evidencia un alto nivel de satisfacción y aprobación del destino. Este resultado demuestra que la mayoría de los visitantes tuvo una experiencia positiva y considera que Valdivia merecen ser conocidos por otros. Este comportamiento de disposición a recomendar el lugar refleja la fortaleza del destino en términos de autenticidad, hospitalidad y encanto local, factores que contribuyen al posicionamiento de una imagen turística favorable.

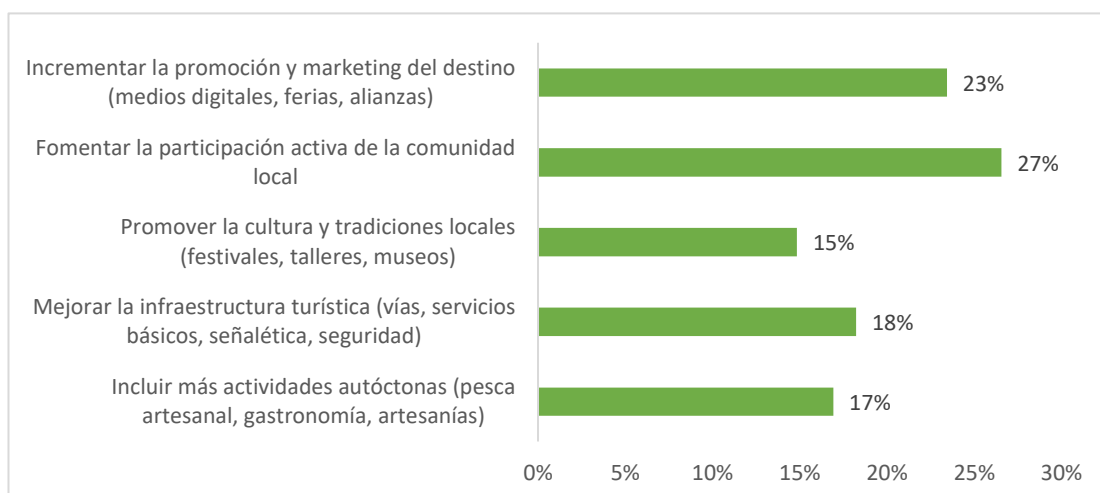
16. ¿Pensando en el futuro de la comuna Valdivia, valore del 1 al 5 la importancia que otorga a los siguientes aspectos para mejorar su oferta turística (1 = Nada importante, 5 = Muy importante):

Tabla No. 17 - Mejorar su oferta turística

Aspecto	1	2	3	4	5	Encuestados	Porcentaje	
Incluir más actividades autóctonas (pesca artesanal, gastronomía, artesanías).			20	45		65	17%	
Mejorar la infraestructura turística (vías, servicios básicos, señalética, seguridad).					70	70	18%	
Promover la cultura y tradiciones locales (festivales, talleres, museos).				15	42	57	15%	
Fomentar la participación activa de la comunidad local.			20	35		47	102	27%
Incrementar la promoción y marketing del destino (medios digitales, ferias, alianzas).						90	90	23%
Total						384	100%	

Fuente: Encuestas a Turista

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Gráfico No. 19 - Mejorar la oferta turística

Elaborado por: Nathaly González (2026).

Interpretación:

Los resultados muestran que los encuestados consideran que la comuna tiene un importante potencial turístico, pero requieren mejorar para brindar una experiencia satisfactoria. Los turistas destacan principalmente, la participación de los habitantes con un 27% y la promoción y marketing del destino con un 23%. Este comportamiento refleja que los encuestados consideran importante que se involucren en la gestión turística y, a la vez, mejorar la visibilidad de la comuna para atraer más visitantes. Además, destacan la necesidad de mejorar la infraestructura turística, señalando que el estado de las vías, los servicios básicos, la señalética y la inseguridad influyen directamente en la calidad de la experiencia turística. Aunque los porcentajes menores, también se identifican como relevantes la inclusión de más actividades autóctonas con un 17% y el fortalecimiento de las tradiciones culturales con el 15%, también son señalados como áreas de mejorar, esto evidencia que los turistas valoran su identidad cultural.

3.3 Resultados de las entrevistas a actores locales

Antes de presentar los resultados de las entrevistas, es importante señalar que estas fueron realizadas a 10 autoridades y actores locales, entre ellos líderes comunitarios, artesanos, pescadores, cocineras tradicionales y gestores culturales, todos directamente vinculados a la actividad turística de la Comuna Valdivia.

Interpretación general:

Las entrevistas muestran una postura positiva de la comunidad ante el crecimiento del turismo experiencial, además la relevancia de mantener las tradiciones culturales, cuyo fin fortalecen a la obtención de productividad local, el sustento del estudio propuesto fortalece que a través de la comunidad étnica elevan la transparencia cultural que identifica y potencia el turismo en todos sus alrededores.

3.3.1 ENTREVISTAS DIRIGIDAS AUTORIDADES DE LA COMUNA Y ACTORES LOCALES.

1 ¿Cómo percibe la oferta turística actual en la comuna Valdivia?

Los entrevistados manifestaron que la oferta turística actual en la comuna Valdivia presenta debilidades, principalmente asociadas en la percepción de inseguridad, lo cual ha incidido en la reducción del flujo de visitantes y el cierre forzado de muchos negocios locales. A su vez se reconoce que la comuna cuenta con importantes recursos naturales y culturales, tales como sus playas, museos y una gastronomía destacada basada en mariscos. A pesar de ellos, señalan que la escasa promoción turística y la falta de coordinación en trabajo conjunto con los actores locales del sector turístico dificulta el adecuado aprovechamiento de los recursos.

2. ¿Qué actividades tradicionales o culturales considera más representativas de la identidad local?

Los encuestados señalaron que las esculturas de Venus, la pesca tradicional, la artesanía y la cerámica como actividades culturales tradicionales representativas de la Comuna Valdivia. Estas actividades son parte fundamental de la identidad cultural de la comunidad. Sin embargo, los residentes creen que estas tradiciones están en declive debido a la falta de promoción y difusión. No obstante, en general coinciden en que estas actividades tienen un importante valor cultural y turístico, y su revitalización contribuiría a fortalecer la identidad local e impulsar el turismo.

3. ¿En qué medida cree que estas actividades están siendo aprovechadas dentro del turismo actual?

Señalaron los entrevistados que las actividades turísticas no están siendo aprovechadas dentro de la forma actual, puesto que mencionaron que pese a contar con llamativos atractivos como la gastronomía local, artesanías y museos, no existe el suficiente impulso o propaganda para los visitantes en fechas relevantes como feriado locales. Los turistas lastimosamente solo se limitan a observar, participando poco en las actividades culturales de la comunidad.

4. Según su experiencia, ¿de dónde provienen los turistas que visitan Valdivia y con qué motivaciones principales?

Los entrevistados indicaron que gran parte de los turistas que visitan la comuna son nacionales, principalmente de las provincias del Guayas y Santa Elena. Estos viajeros suelen sentirse atraídos por actividades de ocio y recreación y con interés en las experiencias culinarias de la localidad. Por otro lado, indicaron que existe un segmento pequeño que este compuesto por viajeros extranjeros, cuya motivación principal radica por su cultura y su patrimonio arqueológico. Si embargo, un número de entrevistados expresó un descontento con el estado de los museos locales y la limitada disponibilidad de información.

5. ¿Considera que los visitantes buscan principalmente descanso o experiencias culturales y vivenciales?

Los entrevistados indicaron que los visitantes prefieren encontrar un equilibrio entre descansar y vivir experiencias culturales. A pesar de que los turistas muestran un interés creciente en actividades auténticas y vinculadas con el entorno local, también aprecian la tranquilidad, los lugares de descanso y la conexión con la naturaleza.

Aquellos que padecen estrés, ansiedad o depresión consideran estos lugares como una alternativa segura y confiable para su bienestar durante su visita.

6. ¿Qué importancia cree que los turistas otorgan a las experiencias sensoriales (sabores, aromas, sonidos, paisajes) durante su visita?

Los entrevistados indicaron a través de su respuesta la importancia de las experiencias sensoriales durante su visita, ya que les permiten conectar profundamente con sus tradiciones, creencias y cultural de una manera tan profunda y espiritual.

7. ¿Qué factores considera esenciales para que un producto turístico en Valdivia tenga éxito y sostenibilidad?

Los entrevistados mencionaron que para que un producto turístico tenga éxito y sea sostenible, es clave que respete y valoren la cultura local, que involucre a la comunidad, que sea amigable con el medio ambiente y que sobre todo ofrezca experiencias auténticas, es clave que respete la cultural local, que involucre coincidieron en que la seguridad es el elemento más determinante, debido a que influye directamente en la confianza del visitante y en la imagen del destino. Además, mencionaron la importancia de mejorar la infraestructura turística, fortalecer los servicios complementarios y aplicar estrategias de promoción y marketing digital que aumenten la visibilidad de Valdivia. Estos factores, integrados, permitirían consolidar un producto turístico sostenible y competitivo.

8. ¿Cómo podría la comunidad local involucrarse de manera activa de manera activa en este tipo de propuestas turísticas?

Los entrevistados señalaron que la comunidad tiene la posibilidad de participar en una iniciativa turística de varias maneras, como en el diseño de las experiencias para los turistas, ofreciendo conocimiento y tradiciones culturales que pueden enriquecer el producto. Esta colaboración es clave para asegurar que el crecimiento turístico sea sostenible, refuerce la identidad cultural y propicie oportunidades laborales directamente para la población local.

9. ¿Qué factores considera esenciales para que un producto turístico en la comuna Valdivia tenga éxito y sostenibilidad?

Los entrevistados señalaron que la comunidad puede ser parte de una iniciativa turística de distintas maneras, como participando en el diseño de las experiencias para los turistas, contribuyendo con su sabiduría y tradiciones culturales que pueden complementar el producto. La implicación de la comunidad es clave para asegurar que en el crecimiento del turismo sea sostenible, potencie la identidad cultural y genere oportunidades de trabajo para la población local.

10. ¿Qué oportunidades tiene Valdivia para que se posicione como un destino turístico culturales y de experiencias?

Durante la entrevista supieron manifestar que los sabores y las costumbres nativa de la región, para poder involucrarse en la sociedad activa de hoy en día necesita una planificación estratégica en la que se incluyan eventos que permitirán brindar una excelente acogida a los turista que la visitan, además las nuevas ideas y manifestaciones abiertas ayudan a que la divulgación de las actividades ancestrales garanticen la vivencia del turista sea genuina en el ambiente otorgando así una calificaciones de excelencia para la cultural valdiviana y la comunas en general.

3.3.2 Análisis Sintético de entrevistas a actores claves

Se llevo a cabo un estudio estructurado que intercambia y combina las observaciones de los encuestados locales con los ítems estipulados en la propuesta actual, con el fin de ejecutar los resultados cualitativos en los elementos que sirven para el diseño del producto turístico. Esta metodología asegura que la experiencia del producto se ajuste proporcional o directamente a las oportunidades, necesidades y limitaciones propuestas por la comunidad local, lo cual contribuye a su relevancia y sostenibilidad.

La siguiente tabla da resumen de manera clara los hallazgos diagnósticos y las ideas que surgieron para el diseño del producto turístico.

Tabla No. 18 - Resumen de entrevistas

Categoría de Análisis	Hallazgos principales	Implicaciones
Oferta turística actual	La oferta se ve débil debido a la falta de seguridad. Se ha visto el valor latente en los bienes culturales y naturales, aunque hay poca promoción y las actividades que se suman a estas son escasas.	Diseñar un producto que active los recursos subutilizados. Incluir la seguridad como un eje transversal en la planificación.
Actividades representativas	Las actividades con más representación son: la elección de la venus de Valdivia, las ferias artesanales, la pesca artesanal y las cerámicas artesanales en cerámicas, Pesca artesanal, cerámica y ferias de artesanías.	Agregar talleres de cada una de estas actividades como ejes centrales. Dar nuevas estrategias y de volverle el valor a estas costumbres.
Aprovechamiento turístico	Estas actividades no están siendo aprovechadas dentro del turismo actual. La comuna posee atractivos relevantes, pero no existe promoción y una buena organización.	Falta apoyo hacia a las actividades autóctonas, lo que disminuye su potencial turístico. Además, la insuficiente participación comunitaria limita la trasmisión de saberes ancestrales.
Perfil del visitante	La mayoría de los turistas proviene de Guayas y Santa Elena, motivados por el ocio y la gastronomía. Los visitantes internacionales muestran interés en la arqueología, pero se sienten decepcionados por el estado de los museos locales.	Orientar el producto al mercado nacional familiar y de parejas. Incluir la visita al museo con guías especializados que contextualicen y valoren el patrimonio.
Tipo de experiencia buscada.	Los visitantes demuestran interés por actividades de relajación, facilitan la participación comunitaria autentica y que ofrecen actividades experienciales.	Sin embargo, la oferta de estas actividades experiencias culturales, se ven actualmente limitada, con una promoción y un refuerzo insuficiente.

		Esto disminuye la capacidad de la localidad para atender a los visitantes.
Factor clave para el éxito y sostenibilidad.	Para que un producto tenga éxito los factores clave identificados son que respete y valore la cultura local, sobre todo que se involucre a la comunidad. Cabe recalcar que la seguridad es un elemento importante que se debe tener muy en cuenta.	Incluir en los paquetes turístico actividades que respeten, valoren la cultura local y que involucre a la comunidad local. Implementar medidas de seguridad para garantizar la tranquilidad de los visitantes.
Oportunidades de posicionamiento.	Están dispuestos a ofrecer sus conocimientos, participar en la organización y a colaborar en la promoción local.	Posicionar a Valdivia como un “destino turístico experiencial, combinando su rica tradición, naturaleza y la amabilidad de su gente.

3.2 DISCUSIÓN

La discusión de los resultados obtenidos permite contrastar los hallazgos empíricos de la investigación con los aportes teóricos revisados en el marco conceptual, particularmente en relación con el turismo experiencial, la autenticidad cultural y la sostenibilidad turística, ejes fundamentales del presente estudio.

En primera instancia, las derivaciones demuestran que las actividades autóctonas reconocidas en la Comuna Valdivia, como la elaboración y la profesión de alfarería valdiviana, la pesca artesanal, la gastronomía tradicional y la transferencia oral de saberes, integran un alto estándar para producir experiencias inigualables en los visitantes. Este resultado coincide con lo planteado por Pine y Gilmore (2020), autores que sostienen que las vivencias turísticas memorables surgen cuando el turista

injiere activamente en actividades que comprenden dimensiones emocionales, educativas y sensoriales.

Desde este aspecto, el interés que los visitantes demuestran por participar en actividades autóctonas indica, en la actualidad el punto de vista del turista, busca vivencias auténticas donde la interacción verbal y ancestral con la comunidad local infiere en la calificación de su experiencia como visitante. Este hallazgo concuerda con las ideas planteadas de Richards (2021), quien indica que la autenticidad cultural es una pieza fundamental y esencial en la competitividad de los destinos turísticos, sobre todo en aquellos que intentan maximizar la oferta más allá del turismo tradicional.

Además, los datos recogidos mediante las entrevistas realizadas en la comuna de Valdivia demuestran que los líderes locales tienen una opinión favorable sobre el crecimiento del turismo experiencial, siempre que esté fundamentado en la participación de la comunidad lo que MacCannell (2010) afirma, es decir, que la autenticidad en el turismo no solo depende directamente de lo que se percibe por el turista, sino también de la conservación de las prácticas culturales y ancestrales aquellas que habitan en su entorno original para evitar su mercantilización excesiva o desnaturalización, se ve evidenciado por esta coincidencia entre la demanda turística y la disposición de la comunidad.

En cuanto a la sostenibilidad, los resultados demuestran que el diseño que detalla la propuesta sobre un producto experiencial fundamentado en actividades nativas tiene el potencial de fomentar el crecimiento eminente como es lo económico local sin poner en riesgo ni el patrimonio cultural ni en el medio ambiente. Este punto de vista se ajusta a los lineamientos del turismo sustentable, establecidos por la organización mundial del turismo que fortalecen y fomentan a un balance entre la protección cultural y medioambiental, la inclusión social y sus desventajas económicas a corto y largo plazo (OMT, 2021).

Los resultados de este estudio se igualan, en términos comparativos a los de las investigaciones que se hicieron anteriormente, investigaciones que fueron realizadas mediante los entornos latinoamericanos. Chávez (2025) y Duque (2023) por

ejemplo concuerdan en que las prácticas culturales locales tienen la capacidad de incrementar el valor por el cual se percibe del destino y hacer que el visitante esté más satisfecho con su experiencia. No obstante, a diferencia de estos estudios realizados proporciona una perspectiva particular en la Comuna Valdivia, incorporando actividades nativas relacionadas con una de las culturas más ancestrales, lo que potencia su singularidad y su capacidad turística.

En síntesis, la discusión de los resultados permite afirmar que el diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas no solo responde a las tendencias actuales del mercado turístico, sino que constituye una estrategia viable para la diversificación de la oferta turística, la preservación de la identidad cultural y el fortalecimiento del desarrollo sostenible en la Comuna Valdivia.

Estos elementos sustentan teórica y empíricamente la propuesta planteada en el siguiente apartado del estudio. La investigación realizada en este estudio permite analizar el potencial que posee la comuna Valdivia para el diseño de un producto turístico experiencial alineado con actividades autóctonas, debido a que tanto la percepción de los actores comunitarios como las preferencias de los turistas permitieron evidenciar que la localidad cuenta con elementos culturales y sociales importantes para la creación de experiencias turísticas, participativas y sostenibles, coincidiendo con las nuevas tendencias del turismo en América Latina, el cual está orientado en la búsqueda de nuevas vivencias significativas en contacto directo con la cultura local y la participación en actividades de la vida cotidiana de las comunidades.

Como primer aspecto, el análisis de las actividades tradicionales permitió verificar que las prácticas por medio de la pesca artesanal, la elaboración de calzados, la cerámica valdiviana, la gastronomía tradicional y los relatos históricos siguen formando parte de la identidad cultural del lugar, debido a que estas actividades no solo plasman el valor de un territorio, sino que constituyen manifestaciones tangibles e intangibles con potencial. Este contexto coincide con investigaciones recientes hacia las comunidades ecuatorianas, catalogando que los territorios que conservan prácticas ancestrales presentan grandes ventajas comparativas para diseñar productos con alto nivel de autenticidad (Barrio Pinto, 2021).

Además, la investigación desarrollada por Vélez Reyes (2024), sostiene que la cultura viva descrita en oficios, técnicas y saberes transmitidas de generaciones pasadas, se convierten en una herramienta estratégica al momento de integrar productos participativos que involucren la experiencia del visitante.

Desde la percepción de la demanda turística, los hallazgos demuestran que la mayor parte de los turistas 89 % están dispuestos a participar en actividades autóctonas, confirmando el interés de los visitantes mediante las experiencias vivenciales auténticas, siendo estas los recorridos históricos con 32 %, talleres artesanales con 30 % y gastronomías tradicionales posicionándose como propuestas atractivas.

Estos resultados son consistentes con la investigación de Serrano y Aquino (2022), sugiriendo que los turistas actuales buscan experiencias auténticas y enriquecedoras que conlleven la interacción de la comunidad y la participación. De igual manera otra investigación identifica que los destinos comunitarios, la gastronomía y los talleres son valorados por los turistas mediante su capacidad de generar aprendizaje y conexión emocional (Mendoza & Paredes, 2023).

Sin embargo, a pensar de las limitaciones que presenta es importante resaltar la disposición comunitaria en la participación de actividades turísticas siendo este un elemento indispensable y requerido. Además, los habitantes encaminados en la artesanía, pesca, cocina y otras actividades, manifiestan un alto interés en participar en talleres, demostraciones o acompañamiento de los turistas durante el recorrido del tour vivencial.

Esta postura se alinea con lo expuesto por Ruiz y Pilamunga (2020), manifestaron que la participación constante de la comunidad ayuda en la conservación auténtica de los productos turísticos, favoreciendo los procesos de empoderamiento y cohesión social. Además, existen investigaciones que destacan la participación comunitaria, acompañada de organización y capacitación constituyendo un pilar fundamental en los productos experienciales siendo sostenibles con el tiempo (Santos y Alvarado, 2023).

El 53% de los turistas que visitan la Comuna Valdivia están dispuestos a desembolsar más de \$30,00 por una excursión experiencial, lo que comprueba la existencia de una demanda que se muestra dispuesta a hacer inversiones en productos originales o genuinos fundamentados en la interacción cultural.

Este descubrimiento concuerda con lo que se expone en el informe de la OMT (2021), que muestra que la demanda por experiencias vivenciales aumentó desde la etapa que fue después de la pandemia (COVID-19) enfocándose en acontecimientos que incluyan contacto humano, aprendizaje cultural y participación. Este tipo de motivaciones encajan con el concepto de turismo experiencial que se ha fortalecido en la región, donde el visitante busca llevarse un recuerdo no solo material, sino emocional e intelectual.

3.3.1 Propuesta de producto turístico experiencial

En este apartado se presenta el diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas de la Comuna Valdivia (Santa Elena, Ecuador. La propuesta ha sido denominada “Raíces Valdivianas: Vivencia Ancestral”, un nombre atractivo y culturalmente significativo que evoca las raíces milenarias de la cultura Valdivia – reconocida como la cultura agro alfarera más antigua del Ecuador (3.800 a.C.) y la viveza de sus tradiciones aún presentes. Este nombre busca captar la esencia del destino, resaltando el orgullo por el legado ancestral y la conexión auténtica que los visitantes experimentarán con la comunidad local.

3.3.2 Concepto del producto

“Raíces Valdivianas” está concebido como una experiencia integral de turismo experiencial donde el visitante se involucra activamente en las tradiciones cotidianas de Valdivia, a través de actividades participativas manuales, sensoriales y emocionales, el turista vive de primera mano la cultura local, fomenta un intercambio significativo con los pobladores y contribuye a la preservación de saberes ancestrales.

Esta iniciativa ha sido concebida siguiendo la tendencia del turismo experiencial, que conlleva en brindar al turista experiencias únicas e inolvidables que generen una conexión emocional, lo cual le permite a este último involucrarse con las costumbres locales y apreciar la autenticidad de su destino.

De la misma manera, el turismo como experiencia es un elemento fundamental para la activación del sistema sensorial en el turista, y así fomenta el crecimiento de una vivencia única y ancestral que conecta al turista con la comunidad de Valdivia, así como manifiesta los siguientes autores (Jiménez y Paredes, 2024).

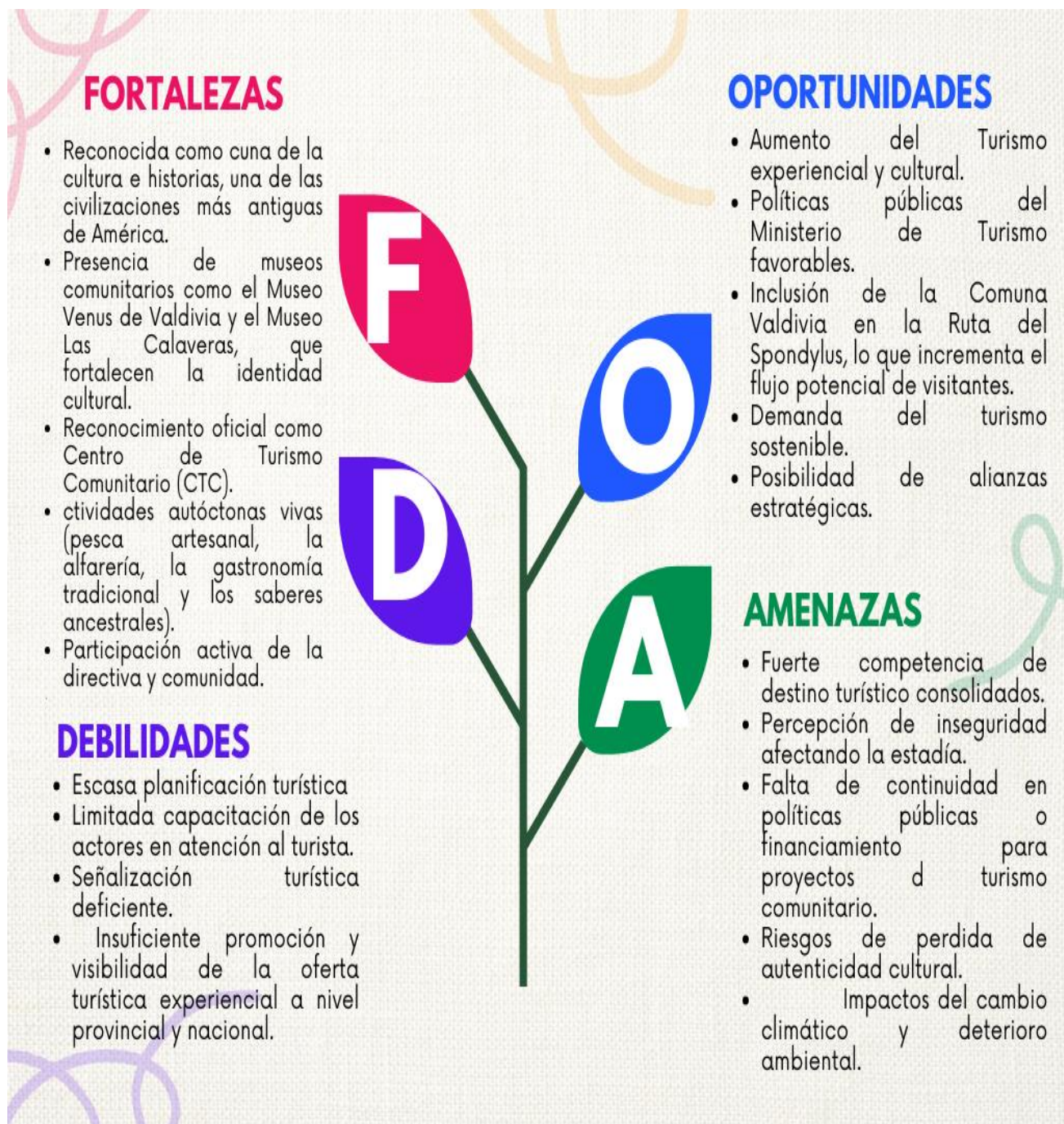
Esta investigación surge de la necesidad de diversificar y potenciar el sector turístico local integrando las actividades autóctonas de la Comuna Valdivia, debido a que posee un gran potencial para fomentar un turismo y experiencia del visitante. Gracias a sus prácticas autóctonas, cada uno de los elementos mencionados se puede aprovechar de manera responsablemente para generar beneficios sociales, económicos

El tour propuesto destaca el valor propio de lo ancestral fomentando experiencias auténticas que fortalezcan la cohesión comunitaria y faciliten la transmisión de conocimientos tradicionales, esto permitirá que el turista conozca nuevas formas de disfrutar del turismo y a la misma vez involucrándose con la comunidad.

La oferta experiencial no solamente brinda una opción para dividir la oferta, sino que además fomenta el crecimiento a nivel local, promoviendo al avance comunitario desde un enfoque participativo en términos de identidad y cultura.

A continuación, se manifiesta el itinerario a desarrollarse durante la estadía de los turistas, además de una tabla que explica las actividades que se desarrollaran, los diseños por el cual fue elaborado el cronograma tienen una influencia directa entre el turista y la autoctonía de la región, mejorando la operatividad y la logística de la visita en la comuna de Valdivia.

3.3.3 Diagnóstico FODA



3.3.4 Matriz de Estrategia FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1. Reconocida como la cuna de la cultura e historias.</p> <p>F2. Actividades autóctonas vivas.</p> <p>F3. Presencia de museos como la venus de Valdivia.</p> <p>F4. Participación activa de la directiva y comunidad.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDAD</p> <p>D1. Escasa planificación turística.</p> <p>D2. Limitada capacitación de los actores en atención al turista.</p> <p>D3. Deficiente señalización y promoción turística.</p> <p>D4. Infraestructura turística básica limitada.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDAD</p> <p>O1. Aumento del turismo experiencial y cultural.</p> <p>O2. Políticas públicas del ministerio de Turismo favorable.</p> <p>O3. Demanda del turismo sostenible.</p> <p>O4. Posibilidad de alianzas estratégicas.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA F/O</p> <p>F1/O1. Desarrollar productos turísticos experienciales basados en la identidad cultural.</p> <p>F2/O2. Integrar actividades autóctonas en propuestas sostenibles.</p> <p>F3/O3. Promocionar museos mediante alianza estratégicas.</p> <p>F4/O4. Alinear participación comunitaria con planes sostenibles.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA D/O</p> <p>D1/O1. Elaborar planificación turista articulada a políticas y tendencias.</p> <p>D2/O2. Implementar capacitaciones con apoyo de alianzas y políticas.</p> <p>D3/O3. Diseñar campañas y mejorar señalización.</p> <p>D4/O4. Fortalecer infraestructura con financiamiento público o aliados.</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1. Falta de apoyo políticas públicas y financiamiento.</p> <p>A2. Fuerte competencia de destino turístico consolidados.</p> <p>A3. Percepción de inseguridad afectando la estadia.</p> <p>A4. Riesgo de pérdida se autenticidad cultural.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA F/A</p> <p>F1/A1. Potenciar singularidad cultural como diferenciador, buscar financiamiento diversificado.</p> <p>F2/A2. Preservar autenticidad para diferenciar del resto.</p> <p>F3/A3. Usar museos como espacios seguros y educativos.</p> <p>F4/A4. Fortalecer liderazgo comunitario para garantizar autenticidad.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA D/A</p> <p>D1/A1. Diseñar planes flexibles con autogestión comunitaria.</p> <p>D2/A2. Incluir módulos de comunicación y seguridad en capacitaciones.</p> <p>D3/A3. Promocionar singularidad local para competir.</p> <p>D4/A4. Mejorar infraestructura esencial con recursos comunitarios o alianzas.</p>

Tabla No. 19 - Estrategia Generales.

No.	Estrategia	Objetivos	Tipo
1	Desarrollar un producto turístico experiencial basado en la identidad cultural.	Crear un paquete temático que integren “las artesanías, gastronomía, saberes ancestrales y a la feria. Crear tours que contemplen la interacción directa con las comunidades locales. Posicionando los paquetes en plataformas de turismo nacional e internacional.	Ofensiva
2	Integrar actividades autóctonas en propuesta sostenibles.	Establecer vínculos entre familias de pescadores y alfareros, poner en prácticas procedimientos sostenibles en cada actividad, utilizando responsablemente los recursos y de esta forma poder ampliar la difusión de información por medio de redes sociales y del sitio web comunitario para aumentar el turismo.	Ofensivas
3	Promocionar museos mediante alianza estratégicas.	Llevar a cabo campañas de comunicación que asocien museos con actividades autóctonas, formar asociaciones con agencias de turismo, hoteles, de esta forma se podrá aumentar las visitas a locales en un 40%.	Ofensivas
4	Elaborar planificación turística articulada a políticas y tendencias.	Desarrollar el Plan Turístico de Santa Elena (2026-2030). Este plan debe estar alineado con las políticas nacionales de turismo sostenible y las rutas globales de turismo responsable. Garantizando que los agentes públicos comunitarios y privados participen en el diseño y la ejecución.	De mejorar

3.3.5 Actividades Autóctonas desarrolladas

Pesca artesanal. - La pesca ha sido la base económica de la región desde tiempos de la cultura Valdivia (3500-1800 a. C.). Arqueólogos han encontrados restos de redes de fibras vegetal, anzuelos de conchas y balsas de totora e yacimiento de la época, demostrando avances sobre los ciclos marinos y técnicas de pesca. Durante la colonia, la pesca artesanal se mantuvo como actividad principal de los pueblos indígenas, aunque parte de su producción era exigida como tributo.

Desarrollo de la actividad. – Los turistas se trasladan a la zona costera de la comuna, cerca de la playa el guía le dará las indicaciones de cómo realizar la actividad, se les dará los implementos y una pequeña charla de la importancia que es para ellos esta actividad.

Taller de alfarería. - La cerámica Valdivia es una de las manifestaciones artísticas más antiguas de América del Sur, con ejemplares datados hasta 3500 a. C. Las piezas se fabrican con arcilla local, moldeadas a mano y decoradas con incisiones o pintura a base de óxido de hierro. Las formas incluyen ollas, cuencos y las conocidas “estatuillas femeninas” o “Venus”, que se cree representaban figuras de culto a la fertilidad. Durante la época prehispánica, la alfarería era una actividad dominada por las mujeres, transmitida de generación en generación.

Desarrollo de la actividad. - El taller se imparte en un espacio comunitario de la Comuna Valdivia, a cargo de artesanos descendiente de familia con tradición alfarera. Se comienza con la extracción y preparación de arcilla del mismo terreno donde se han encontrado piezas Valdivia. Los turistas que visitan la comuna como un atractivo llamativo dentro de tu itinerario, aprenden cultura original de la región como por ejemplo a moldear cuencos ancestrales.

Cocina Tradicional. – La cocina tradicional de la comuna Valdivia está profundamente ligada a su ubicación costera, por lo que se basa principalmente en

ingredientes del mar y productos de la tierra local. Su función es nutrir a la comunidad, preservar las tradiciones culinarias transmitidas entre generaciones y ser punto de en celebraciones locales, además de contribuir al arraigo cultural y, en algunos casos, al turismo gastronómico de la zona. Las actividades que se realizan incluyen la preparación de casera de platos típicos en hogares, la enseñanza de recetas de abuelas y padres y la participación en las fiestas patronales donde se destaca estos sabores autóctonos.

Los ingredientes destacados incluyen pescados, como la corvina y el lenguado, mariscos como camarones, mejillones y almejas, además de productos como maíz, yuca, plátano y aguacate, entre los platos más representativos se encuentra el ceviche de pescados y marisco.

Desarrollo de la actividad. – Se elabora en un lugar abierto, utilizando fogones y ollas de barro. El menú contiene camarones preparados con cacao local, arroz con ensalada de cebolla y tomate que son nutrientes cosechados por la misma localidad, además de un dulce postre a base de maíz, los participantes tienen la posibilidad de colaborar en la elaboración del plato, bajo la dirección de un chef comunitario con experiencia en la cocina tradicional de la Comuna Valdivia. La comida se representa en platos cerámicos elaborados en la comuna colocados sobre mesas de uso común.

Visita al Museo Venus de Valdivia. – El museo Venus de Valdivia se encuentra en la Comuna Valdivia y forma parte de la Ruta del Spondylus, declarada patrimonio cultural de interés científico y arqueológico del Ecuador en 1997. SE dedica a la preservación y difusión del patrimonio arqueológico y cultural de la región, especialmente relacionado con la cultura Valdivia, una de la más antiguas de América del Sur. Su función principal es custodiar piezas arqueológicas y contribuir al desarrollo turístico y cultural de la comuna, además de fortalecer la identidad de sus habitantes. Las actividades que se realizan incluyen visitas guiadas a las exposiciones permanentes y temporales, talleres educativos para niños y jóvenes sobre la arqueología y tradiciones locales, charlas y conferencias sobre la cultura Valdivia, y la colaboración en proyectos de excavaciones y conservación d sitios arqueológicos cercanos. Entre las piezas más destacadas se encuentra la figura femenina de cerámica

conocida como “Venus”, utensilios de cocina y herramientas de piedra y cerámica, textiles antiguas, así como objetos que muestran las prácticas agrícolas, pesqueras y rituales de esta antigua civilización.

Durante el estudio se hallaron dentro de la Cultura Valdivia, esculturas denominadas estatuillas hechas con un material de aquella época que conservan con tan exactitud su elaboración y el proceso por el cual fue ejecutado, además se encontraron restos de textiles de algodón e infraestructuras de vivienda.

Desarrollo de la actividad. – Durante el transcurso del recorrido ejecutado que durará aproximadamente una hora y media, el guía turístico del museo les informará la importancia de la Cultura Valdivia, la cual, es la más antigua de las regiones, por el uso de piedras, estatuillas, cerámicas y además restos arquitectónicos que demuestra la antigüedad de la misma, cuyo periodo de tiempo rondan por los 5000 años. Con el propósito que el turista adquiera estos conocimientos importantes.

Taller o Laboratorio de calzados. – Durante los años prehispánicos de la costa, el cuero que se utilizaba para la elaboración del calzado era por animales silvestres que cuya caza también desarrollaba la comuna y comunas aledañas, la materia prima salía fundamental de esta actividad autóctona, durante el siglo XIX los artesanos de la comuna Manglaralto realizaban las “ojotas” de cuero, cuyo producto se hizo emblema en la región.

Desarrollo de la actividad. - La elaboración del calzado tiene como destino un taller artesanal ubicado en la Comunidad, la actividad ha sido heredada por generaciones dentro de las familias comuneras. Como primer paso nos explican el curtido de la materia prima que vendría a ser el cuero, los turistas que visitan la comuna aprender a cortar el material en moldes ya elaborados y estructurados, el siguiente paso es coser con hilo de yute y fijar las suelas con clavos especialmente de cobre. Finalmente, el producto ya elaborado es un calzado que lleva como identidad un proceso genuino y original.

Propósito de la visita el Parque Marino Valdivia. - El parque se encuentra en la parroquia Manglaralto, a 4 km del cantón Santa Elena, Ecuador, ocupando 1.760

m2; se administra por inmobiliaria, abre de miércoles a domingos de 10h00 a 16h00. Su función principal es servir como refugio y centro de rehabilitación para animales marinos lesionados o en riesgo, con el objetivo de devolverlos al hábitat natural, además ofrecen espacios para educación ambiental, recreación y generar empleos para jóvenes en la comuna. Entre las actividades que se realizan destacan la observación de especies en ambientes similares a los naturales con adornos de coral, visitas guiadas informativas y exposiciones didácticas sobre conservación. Las especies presentes incluyen peces, caballitos de mar, estrellas de mar, pingüinos, lobos marinos, tortugas marinas y los piqueros de patas azules.

Desarrollo de la actividad. – Los participantes visitarán el Parque en cada espacio podrán visualizar las diferentes especies de animales que el parque alberga y cuida, mientras el guía especializado les explica o le trasmite la información de cada una de las especies. Dando a conocer la importancia de cuidar la flora y fauna.

Hallazgo de las plantas medicinales. - Las plantas medicinales forman una identidad heterogénea dentro de la comuna emblema, por sus beneficios y una identidad que caracteriza a cada morador por uso y el resultado final por el cual es utilizado, como por ejemplo tenemos el bolso, muña y la hierba luisa. Los antepasados compartían estas costumbres y conocimientos que hasta la actualidad se mantiene vigentes en comunas aledañas como Manglaralto y la comuna Valdivia.

Progreso de la actividad. – La actividad antes descrita en el uso de las plantas medicinales se desarrolla en un huerto. Cada una de las plantas utilizadas por los ancestros tienen una identidad por más de 40 años en su uso, teniendo resultados favorables y es por eso por lo que aún se mantienen intactas estas costumbres, y por generaciones ha sido transmitidas, contienen no solo un valor fundamental si no una identidad auténtica.

Fogata y relatos de leyenda. - Las fogatas eran el centro de la comunitarias en la época prehispanica, las Valdivia se reunían alrededor de ellas, para cocinar, calentarse y transmitir historias. Las leyendas de la región, como la del “Coco” o la “Dama del Mar”, tienen raíces en creencias prehispanicas sobre espíritus de la naturaleza, funcionadas con elementos católicos y tradicionales. En la Comuna

Valdivia. Estos relatos se al conversado oralmente durante siglos, pero poco a poco estas historias van perdiendo su valor.

Desarrollo de la actividad. – Se instala una fogata en la playa, se preparan snack y un anciano de la comuna, comienza a contar las leyendas ancestrales, cuenta historias transmitidas por sus antepasados, como la de la “Venus del mar” el origen de las mareas. Los participantes son invitados a compartir sus propias historias o hacer preguntas sobre las tradiciones escuchadas.

3.3.6 Descripción del Producto Turístico Experiencial.

El producto está diseñado para ofrecer una experiencia completa, que abarca una amplia gama de prácticas artesanales, relatos históricos, emprendimiento gastronómías, naturaleza, con todos los componentes desarrollados por la comunidad local.

Nombres del producto: “Raíces Valdivianas: Vivencia Ancestral”.

Lugar: Comuna Valdivia, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena.

Tipo de turismo: Comunitario - experiencial – cultural.

Duración: 1 días (9 horas).

Nivel de dificultad: Bajo

Participantes sugeridos: 10 personas.

3.3.7 Identidad visual del producto.

Figura 1.

Logo oficial del producto turístico “Raíces Valdivianas: Vivencia Ancestral”



Fuente: Elaboración propia.

La identidad visual del producto turístico “Raíces Valdivianas: Vivencia Ancestral” no es más que la cara del destino, es un logotipo oficial que junta todo lo que hace especial a esta tierra, su cultura, naturaleza, su gente. Es como un puente entre lo antiguo y lo moderno, y está hecho para que el mundo reconozca lo que tenemos aquí, ayudándonos a destacar en el mercado turístico.

A) Figura central

El principal motivo del diseño viene de los que nos dejó la civilización valdiviana, esos artefactos de piedra y cerámica que encontramos en las excavaciones. No es solo una forma bonita, si no que representa como estamos ligados a nuestras raíces, a todo lo que nuestros abuelos y bisabuelos nos enseñaron. Es la sabiduría de generaciones, puesta en un dibujo que todos entienden.

B) Paleta cromática y significado simbólico.

Los colores que usamos son cálidos. - rojos, naranja, amarillos. Cada uno tiene su razón: el rojo y el naranja nos recuerdan a la arcilla que usan los artesanos para hacer cerámica, el amarillo al sol que pinta el cielo en las tardes. Son los mismos tonos que sientes cuando estas con la gente de aquí, calidez, alegría, vida, juntos, hacen que el logotipo se vea vivo, como si tuviera historia propia.

C) Pasaje marítimo, elementos celestes y horizonte.

No podíamos dejar fuera el mar- el pacífico está en esta en la sangre de la gente valdiviana. El diseño muestra ese encuentro entre tierra y agua, los cielos que cambian de color cada día y ese horizonte que parece no tener fin. Los tonos cálidos se mezclan aquí con la idea de esos atardeceres que nadie se cansa de ver, esos que hacen que uno se sienta en casa.

D) Configuración del diseño y enfoque geográfico.

El logotipo tiene forma de marcador de mapa, así cualquiera ve que se trata de un lugar, de un destino que vale la pena buscar. Pero también está pensando para hoy en día, se ve bien en el celular, en las páginas web, en esos recorridos que se pueden seguir con el GPS. Es tradición, pero con los pies en el presente.

E) Tipografía del logotipo

La palabra “VALDIVIA” está con letras fuertes, claras. No queremos que nadie tenga que esforzarse por leerla, ya sea en un letrero grande en la carretera o en una foto de Instagram. Esta firmeza de las letras también habla de lo sólido de nuestra identidad, de que estamos aquí para quedarnos.

F) Fundamentos conceptuales del diseño

Cuando empezamos a pensar el logotipo, nos pusimos de acuerdo en cuatro cosas que no podían faltar:

- Autenticidad cultura: Queríamos que se sintiera real, que reflejara lo que realmente somos, no algo inventado.
- Innovación tecnológica: Porque hoy en día hay que estar conectado, y el diseño tiene que andar bien en cualquier plataforma.
- Sostenibilidad ambiental: Nuestra tierra es preciosa, y el logotipo muestra que cuidamos de ella, eso es parte de lo que ofrecemos a los visitantes.
- Experiencias holísticas: Todo tiene que ir juntito, colores, formas, letras para que la gente se imagine como es venir aquí: una experiencia completa, que toca el corazón.

3.3.8 Itinerario Propuesto “Raíces Valdivianas”



Itinerario del Recorrido

06h00: Salida del parque central Santa Elena.
 07h00 Desayuno
 08h30 Pesca artesanal.
 10:00 Taller de alfarería
 12:00 Cocina Tradicional (Almuerzo)
 14:00 Visitar el Museo Venus de Valdivia.
 15:00 Taller de calzados.
 16:30 Visitar el Parque Marino Valdivia.
 17:30 Recorrido de plantas medicinales
 18:40 Fogata y relatos de leyendas
 20:00 Retorno al parque central de Santa Elena.
 20:40 Fin de nuestros servicios.

Incluye

- Transporte turístico.
- Alimentación: 1 desayuno, 1 almuerzo.
- Guía durante el recorrido.
- Entradas a los lugares dispuesto en el itinerario.



0986831013 @ valdivia@reallygreatsite.com

En conjunto, el itinerario propuesto equilibra actividades prácticas pesca, alfarería, taller de calzados, visita a museos, cocina con instancias interpretativas recorrido de plantas y vivenciales emotivas narraciones de leyendas, brindando una experiencia multidimensional. Cada segmento del día está diseñado para complementarse con el anterior, de modo que el turista obtenga una visión holística de

la vida en la Comuna Valdivia: desde el trabajo productivo hasta el arte, la gastronomía, la medicina ancestral y las tradiciones orales. La duración de cada actividad aproximada y su secuencia han sido planificadas considerando la comodidad del visitante, por ejemplo, evitando sobrecargar a los anfitriones y dejando intervalos de descanso razonables.

3.3.9 Matriz de gestión del producto turístico

Organismo	Funciones	Resultados
Comité de Turismo de Valdivia	Ordena, coordinar y evalúa el producto.	Producto estructurado y cumplimiento de los estándares y mejora continua.
Coordinador General del Tour	Planifica el itinerario diario, supervisa el equipo de trabajo, verifica asistencia y resuelve duda del participante	Que el itinerario sea cumplido a tiempo, fluidez en las actividades y satisfacción y sobre todo seguridad.
Artesanos/ Comunarios	Imparten talleres, transmiten conocimientos tradiciones y preparan alimentos típicos.	Tradiciones mantenidas y difundidas.
Guía Especializado	Dirige recorrido en el museo explica contenido historio de forma precisa y cuida el patrimonio.	Participantes bien informados sobre a cultura Valdivia, preservación de restos y piezas originales.
Auxiliares de Logística	Apoya en el traslado de participantes, preparan espacios y materiales para actividades.	Operatividad sin contratiempos, materiales y espacios listo para cada actividad.

3.3.10 Presupuesto

1. Transporte

Elemento	Descripción	Costo	Justificación
Furgoneta 10 pasajeros	Renta directa a propietario local.	45,00	Precio acordado por día incluye conductor.
Combustible	30 litros x USD	30,00	Calculado para recorrido de 150 km aprox.
Subtotal:		75,00	

2. Alimentación

Elemento	Descripción	Costo
Desayuno	2 kg pan, 2 docenas huevos, 1 kg queso, 3 kg verde, 1 litro café, 5 litros de agua.	25,00
Almuerzo	5 kg camarones frescos, 2 kg calamares, 3 kg arroz, 2 kg papas, 1 kg tomates, 1 kg cebollas, 5 lechugas, 1 litro aceite, 10 litros agua.	95,00
Fogata/snacks	2kg maíz tostado, 6 litros chicha casera, leña local (gratis).	20,00
Subtotal:		140,00

3. Actividades e insumo

Elemento	Insumo/servicio	Costo
Pesca artesanal	Redes/balsas, permiso básico.	10,00
Taller de alfarería	Arcilla local, herramientas prestadas	15,00
Taller de calzados	Cuero reciclado, hilos/aguja	20,00
Museo	Tarifa grupal directa	25,00
Parque Marino Valdivia	Tarifa grupal directa	30,00
Plantas medicinales	Guia local	10,00
Subtotal:		110,00

4. Mano de obra

Elemento	Personal	Costo
Guia Principal	Miembro de comunidad	35,00
Artesano Alfarero	Enseñanza del taller	20,00
Artesano Calzador	Enseñanza del taller	20,00
Cocinero Local	Preparación de comidas	20,00
Subtotal:		95,00

5. Materiales generales

Elemento	Insumo	Costo
Primeros Auxilios	Kit básico farmacia local	15,00
Limpieza	Jabón, papel higiénico, bolsas de basura.	10,00
Gastos Imprevistos	Para necesidades menores	10,00
Subtotal:		35,00

Resumen de costo directos

Rubro	Total	Por persona
Transporte	75,00	7,50
Alimentación	140,00	14,00
Actividades	110,00	11,00
Mano de obra	95,00	9,50
Materiales generales	35,00	3,50
Total	455,00	45.50

Distribución de recursos

- El 60% a las familias y trabajadores locales que presten sus servicios (pescadores, artesanos, cocineros, guías).
- El 25% para las entidades públicas y comunitarias (museo, parque marino, comunidad ancestral).
- El 15% a pequeñas empresas locales (tiendas, panaderías, estaciones de servicios).

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió constatar que la comuna Valdivia cuenta con un alto potencial para el desarrollo de un producto turístico experiencial, sustentado en la riqueza de sus actividades autóctonas, saberes ancestrales e identidad cultural. Las Prácticas como la alfarería valdiviana, la actividad principal como es la pesca artesanal, la gastronomía tradicional que son emblemas de la provincia de Santa Elena, el uso de plantas medicinales y la tradición oral continúan vigentes en la vida cotidiana de la comunidad, además que presentan condiciones favorables para puesta en valor a través de experiencias turísticas participativas, que permitan al visitante una interacción directa con la cultura local y que a su vez generan experiencias extraordinarias.

El estudio de las experiencias, los gustos y el perfil de los turistas demostró un interés relevante y muy considerable por experiencias turísticas únicas, enfocadas en la interacción directa de la comunidad origen, anfitriona y en vivir prácticas o costumbres culturales auténticas. Este hallazgo corrobora la presencia de una demanda latente por productos turísticos de experiencia, lo cual valida la relevancia de la propuesta presentada y evidencia que las motivaciones del mercado turístico contemporáneo son coherentes con la oferta cultural local.

El diseño del producto turístico experiencial “Raíces Valdivianas ancestral” se presenta como una opción factible sostenible e innovadora que reúne de manera lógica la participación de la comunidad, la autenticidad cultural y la sostenibilidad en términos económicos, sociales y ambientales. Además, la propuesta favorece la diversificación de lo que se ofrece turísticamente en la comuna Valdivia el fortalecimiento del tejido social y la identidad, así como la creación de ventajas económicas locales.

RECOMENDACIONES

Realizado el estudio de investigación, se llevan a cabo las siguientes recomendaciones puntuales:

Implementar mecanismo que fortalezcan la diversificación de la cultura como su emblema índole de sus tradiciones, cuyas actividades sean reconocidas por los turistas que visitan la comuna, la calidad de los productos a ofrecer deben ser destinados para que el visitante no solo observe si no que se relacione directamente con la cultura ancestral de la región.

Ejecutar un soporte que más allá de los técnicos, sea que evalúe la presencia de turistas en la comuna Valdivia, el productor de un circuito turístico mejora la orientación del visitante, con el fin de que conozcan no solo un lugar si no la totalidad de los productos y actividades que realiza la comunidad general.

Realizar un monitoreo constante que preserven la integridad y la seguridad del turista, itinerarios realizados para conocer en su totalidad la cultura ancestral desde su origen hasta la actualidad, desde la actividad artesanal hasta emblemas socioculturales de la comuna. Donde la provincia de Santa Elena sea conocido por su diversidad de cultura que sea parte de los patrimonios culturales de la nación, y que sus raíces ancestrales permanezcan durante generaciones y las vivencias de los visitantes sea única y segura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2016). *LEY ORGANICA DE CULTURA*.
https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf
- Blanco, C., & Salamanca, A. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *NURE investigación: Revista Científica de enfermería*, (27), 10.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7779030>
- Caro, L. (2020). *7 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*.
- Carvache-Franco, M., Carrascosa-Lopez, C., & Carvache-Franco, O. (2020). El valor percibido y su influencia en la satisfacción y lealtad en el ecoturismo. Un estudio de España. *Revista ESPACIOS*, 41(10).
https://www.revistaespacios.com/a20v41n10/20411026.html?utm_source=
- Chávez Quiranza, S. K. (2025). *Turismo vivencial como oferta turística en la comunidad kichwa el cercado, cantón Cotacachi, Imbabura–Ecuador* [masterThesis, Universidad Técnica del Norte].
<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/17874>
- Chiquito, A., & España, C. (2023). *Propuesta de diseño de un producto turístico experiencial orientado en la diversificación de la oferta turística de la provincia del Guayas para el segmento turismo de negocios que llega a Guayaquil*. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/60470>
- COOTAD. (2010). *CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD*. <https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Mañongo. (2014). *Publicación Semestral de Historia y Ciencias Sociales 200 ejemplares*. Vol. XXII(42).

- <https://www.servicio.bc.uc.edu.ve/postgrado/manongo42/n42volXXII.pdf#page=241>
- Mazarrasa Mowinckel, K. (2016). El turismo experiencial y creativo: El caso de Cantabria. *International journal of scientific management and tourism*, 2(3), 195-203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665941>
- Ministerio de turismo. (2002). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (2021). *VALDIVIA, UNA COMUNA LLENA DE HISTORIA Y CULTURA – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/valdivia-una-comuna-llena-de-historia-y-cultura/>
- ONU Turismo. (2025). *Desarrollo de productos turísticos*. <https://www.untourism.int/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Ordoñez Peredes, F. F., Tierra Tierra, N. P., & Quevedo Báez, L. A. (2020). *Diseño de un Producto turístico en el cantón Guano, provincia de Chimborazo*. https://agris.fao.org/search/en/providers/125028/records/674898117625988a371e3526?utm_source
- Oriola, J., & Finkelstein, D. (2003). *Patrimonio Cultural*.
- Pérez Redondo, R. (2001). Los juegos y deportes autóctonos: ¿actividades saludables? *Actividad física y deporte: ciencia y profesión*, (1), 13-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3143079>
- Rodríguez, R. (2020). *“LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO PARA LA COMUNA AYANGUE” AUTOR:*
- Sánchez, C. (2016). *LOS 5 PASOS TURISMO EXPERIENCIAL - Carlos Sanchez: 9788416624362 - AbeBooks*. <https://www.abebooks.com/9788416624362/5-PASOS-TURISMO-EXPERIENCIAL-Carlos-8416624364/plp>
- Sanchez Cjanahuire, S. L. (2023). *Propuesta de un circuito turístico sostenible para la diversificación de la oferta turística en los distrito de Urubamba, Yucay y Ollantaytambo—2023*. <https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/13759>
- Santos, M. E. F. dos, Martins, T. C., & Pons, M. E. D. (2023). Design e experiência turística: Uma proposta de método de trabalho. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 13(2), 58-79. (Brasil).

<https://doi.org/10.28998/10.28998/RITURritur.V13.N2.A15960pp.58-7915960>

Valle, A. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación*. [Universidad Católica del Perú].

<https://repositorio.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/20d5ac9a-57bf-42e9-966e-73c5aabbbf95/content>

Villamarin-Ojeda, S., Zizumbo-Villareal, L., & González-Damián, A. (2023). Las experiencias turísticas. Su estudio desde la revisión sistemática de la literatura científica. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 17(2), 1-26. <https://doi.org/10.17979/rotur.2023.17.2.9481>

wordpress. (2015). The Relationship Between Host Community And Guest Tourism Essay. *UKEssays.com*. <https://www.ukessays.com/essays/tourism/the-relationship-between-host-community-and-guest-tourism-essay.php>

Sanchez Cjanahuire, S. L. (2023). Propuesta de un circuito turístico sostenible para la diversificación de la oferta turística en los distritos de Urubamba, Yucay y Ollantaytambo-2023 [Tesis de grado, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio UAP.

Santos, M. E. F. dos, Martins, T. C., & Pons, M. E. D. (2023). Design e experiência turística: Uma proposta de método de trabalho. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 13(2), 58-79.

Vera Solorzano, J., & Mendoza Mendoza, B. (2024). Sostenibilidad y valoración del patrimonio cultural inmaterial de Manabí: estrategias de fortalecimiento. *Turismo Y Patrimonio*, 23, 127-147.

WordPress. (2015). The Relationship Between Host Community And Guest Tourism Essay. *UKEssays*.

APÉNDICE

Anexo No. 1 - Estrategia 1.- Desarrollar producto turístico experienciales basados en la identidad cultural.

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo		Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
		Inicio	Culmina	Humanos	Materiales	Presupuesto			
Desarrollar productos turísticos experienciales basados en la identidad cultural y gestionar su promoción online.	<ul style="list-style-type: none"> - Desayuno - Pesca artesanal - Taller de alfarería - Cocina tradicional - Visitar el museo Venus de Valdivia - Taller de calzados - Visitar el parque marino Valdivia - Recorridos de planta medicinales - Fogata y relatos de leyendas 	Temporada alta	Temporada alta	guías, grupo de turista, personales expertos	Cámara, acceso a internet, GPS, botes, herramientas para cocina, de alfarería.	\$ 455.00	La Comunidad	Presidente de la comuna.	El tiempo para establecer este itinerario es para temporada alta, debido a que se desarrolla de forma grupal y es
Gestión de marketing		Evaluación de Marketing							
		Tipo de control		Método		Instrumentos		Periodicidad	
Se le entregará a la comuna a través de estrategias de marketing con el fin de que puedan comercializarlo.		Cuestionarios		Encuesta		Banco de preguntas		Mensual	

Anexo No. 2 – Estrategia 2. Integrar actividades autóctonas en propuestas sostenible

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo		Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
		Inicio	Culmina	Humanos	Materiales	Presupuesto			
Establecer vínculos entre familias de pescadores y alfareros, poner en practicas procedimientos sostenibles en cada actividad, utilizando responsablemente los recursos y de esta forma poder ampliar la difusión de información por medio de redes sociales y del sitio web comunitario para aumentar el turismo.	<p>1. Reconocer y catalogar actividades auctoconas locales (artesanias, gastronomía, rituales, etc) 2. Diseñar lineamiento de sostenibilidad para su implementación como productos turísticos.</p> <p>3. Desarrollar contenido informativo y educativo sobre las actividades, enfocado en su valor cultural y ambiental.</p> <p>4. Publicar y difundir la información en plataformas digitales especializadas y redes sociales.</p>	01/04/2026	30/06/2026	Ficha de observación <ul style="list-style-type: none"> • Gestor de Contenidos Digitales • Líderes comunitarios de pescadores, alfareros y cocineros 	Equipo de grabación audiovisual (cámara, micrófono, trípode), software de edición de imágenes y videos, materiales didácticos para capacitaciones, guías de sostenibilidad impresas y digitales, acceso a internet y equipos de cómputo, material de señalización ecológica para actividades, insumos básicos para talleres de capacitación.	350,00	Asociación de Turismo Local de la Comuna	GAD de Santa Elena	Se utilizará la ficha de observacion para poder identificar las atividades autoconas y junto a las entrevistas podremos corroborar e validar las actividades junto con los de la comuna.
Gestion de marketing		Evaluación de Marketing							
		Tipo de control		Método		Instrumento		Periodicidad	
Gestión de marketing Tipo de control Método Instrumento Periodicidad El coordinador de Actividades Autóctonas y representantes comunitarios designados.		Control estratégico y operativo		Medición de número de familias vinculadas y actividades implementadas, evaluación del cumplimiento de lineamientos de sostenibilidad, encuestas de satisfacción a turistas y participantes comunitarios y la observación.		Reportes mensuales de participación comunitaria (archivo Excel) y estadísticas de redes sociales (Instagram Insights, Facebook Meta Business Suite) y la ficha de observación.		Mensual	

Anexo No. 3 - Estrategia

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo		Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
		Inicio	Culmina	Humanos	Materiales	Presupuesto			
Llevar a cabo campañas de comunicación que asocien museos con actividades autóctonas, formar asociaciones con agencias de turismo, hoteles, de esta forma se podrá aumentar las visitas a locales en un 40%.	1. Identificar y contactar potenciales aliados: agencias de turismo, hoteles, centros educativos y organizaciones culturales 2. Diseñar paquetes turísticos combinados (museos + actividades autóctonas) 3. Elaborar materiales de promoción (folletos, contenido digital, señalización) 4. Implementar campañas de comunicación conjunta con aliados 5. Organizar eventos temáticos en museos vinculados a tradiciones locales 6. Capacitar a guías de museos en narración cultural y atención integral	01/07/2026	31/10/2026	Tecnico en marketing turísticos , guías de museos locales, grupos de turistas y representantes de aliados estrategicos.	Materiales de impresión para promoción, equipo fotográfico/videográfico para contenido, software de diseño gráfico, materiales educativos para talleres, recursos para organización de eventos y señalización interna y externa en museos.	\$ 450.00	GAD de Santa Elena.	Coordinador de Turismo del Gobierno Local, representantes de aliados estratégicos y jefes de museos locales.	Estos museos son muy ricos en cultura, ya que tiene una de las mas grandes y valiosas cultura. Esta estrategia busca fortalecer el rol de los museos como referentes culturales de Santa Elena, generando sinergias con otras actividades del sector turístico. Se espera alcanzar 3,000 visitantes mensuales y establecer al menos 8 alianzas con actores locales y regionales.
Gestion de marketing		Evaluación de Marketing							
		Tipo de control		Método		instrumento		Periodicidad	
El coordinador de Turismo del Gobierno Local, jefes de museos y representantes de aliados.		Control estratégico y operativo		Medición de número de visitantes a museos, análisis de impacto de campañas promocionales y encuestas de satisfacción a visitantes y aliados.		Contador de visitantes y reportes de entrada (archivo Excel), estadísticas de campañas promocionales (redes sociales, material impreso), encuestas de satisfacción (formato digital y físico, archivo Excel descargable) y Checklist de		Semanal	

Anexo No. 4 – Estrategia 3. Elaboración de planificación de turista articulada a políticas y tendencias.

Objetivos	Actividades Principales	Tiempo		Recursos			Ejecuta	Coordina	Observaciones
		Inicio	Culmina	Humanos	Materiales	Presupuesto			
Desarrollar el Plan Turístico de Santa Elena (2026-2030). Este plan debe estar alineado con las políticas nacionales de turismo sostenible y las rutas globales de turismo responsable. Garantizando que los agentes públicos comunitarios y privados participen en el diseño y la ejecución.	1. Realizar diagnóstico turístico actual de Santa Elena (recursos, oferta, demanda, desafíos) 2. Analizar políticas nacionales de turismo y tendencias globales (viaje consciente, turismo comunitario) 3. Organizar mesas de trabajo con actores públicos, privados y comunitarios 4. Elaborar el borrador del plan con objetivos, estrategias, acciones y metas 5. Socializar el borrador y ajustar según aportes de la comunidad 6. Presentar el plan para su aprobación ante el Concejo Municipal 7. Diseñar plan de implementación y monitoreo del plan aprobado	01/08/2026	31/01/2027	Oficina de Turismo Municipal Técnicos en sostenibilidad y desarrollo comunitario Representantes de Gobierno Local, sector privado y comunidades	Materiales de investigación y diagnóstico, software de planificación y diseño gráfico , recursos para organización de mesas de trabajo y socializaciones, equipos de cómputo e internet, materiales de impresión para socialización y difusión y herramientas de monitoreo y evaluación	\$ 600.00	GAD Santa Elena.	Alcaldía de Santa Elena, comisión de Turismo del Concejo Municipal, Representantes de actores involucrados	El plan busca dar un enfoque ordenado y sostenible al desarrollo turístico de Santa Elena, garantizando que el crecimiento beneficie a la comunidad local y preserve los recursos naturales y culturales de la región. Se alineará con la Política Nacional de Turismo de Ecuador y tendencias como el turismo de proximidad, el viaje consciente y la valoración de patrimonios intangibles.
Gestion de marketing		Evaluación de Marketing							
		Tipo de control		Método		Instrumento		Periodicidad	
El director de la Oficina de Turismo Municipal y equipo técnico encargado del plan.		Control estratégico y de gestión		Evaluación del avance en etapas de elaboración del plan, Verificación del alineamiento con políticas nacionales y tendencias, Medición de la participación de actores involucrados, Análisis de aportes recibidos durante la socialización, Seguimiento al proceso de aprobación y puesta en marcha.		Cronograma de ejecución detallado (archivo Excel), Checklist de alineamiento con políticas y tendencias, Reportes de asistencia y aportes de mesas de trabajo, Encuestas de satisfacción sobre el proceso de planificación, Documento de aprobación municipal y plan de implementación.		Semanal	

Anexo No. 5 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas

Actividades autóctonas n° 1: Cerámica Valdiviana.

1. Datos generales:

Actividad: Cerámica valdiviana (artesanías en barro)

Tipo: Artesanal/Cultural

Ubicación: Talleres familiares y museo comunal

Temporalidad: Semanal

Participantes: Alfareros locales (familias tradicionales)

Jerarquización I: Alta relevancia turística.

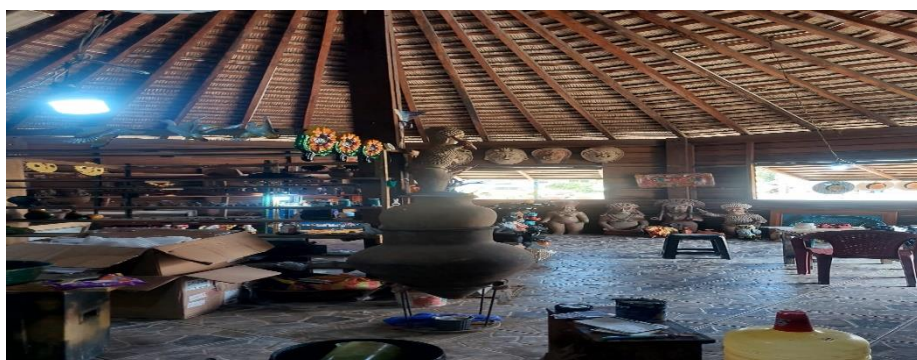
Materiales: Arcilla local, pigmentos naturales, herramientas, horno tradicional

Proceso: Amasado, modelado manual, secado, decoración simbólica, horneado

Significado Cultural: Conexión con cultura Valdivia precolombina, iconografía ancestral

Evidencias de Potencial Turístico: Valor educativo, tangible, alta identidad cultural

Restricciones Identificadas: Tiempo de secado natural, simbología sagrada



Fuente: Elaboración propia

Anexo No. 6 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas**Actividades autóctonas n° 2: Artesanías con conchas y piedra arenisca.****1. Datos generales:****Tipo:** Artesanal**Ubicación:** Talleres del centro comunal**Temporalidad:** Semanal**Participantes:** Artesanos locales (hombres y mujeres, 25-60 años)**Jerarquización I:** Alta relevancia turística.**Materiales:** Conchas marinas, piedra arenisca, herramientas de tallado**Proceso:** Recolección, limpieza, tallado, pulido, ensamblaje**Significado Cultural:** Rescate de materiales autóctonos, simbolismo ancestral**Evidencias de Potencial Turístico:** Productos tangibles, alta demanda observada, valor estético, técnicas tradicionales**Restricciones Identificadas:** Recolección sostenible.**Fuente:** Google

Anexo No. 7 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas

Actividades autóctonas n° 3: Gastronomía tradicional de mariscos.

1. Datos generales:

Actividad: Gastronomía tradicional de mariscos

Tipo: Gastronómica

Ubicación: Restaurantes y ferias comunales

Temporalidad: Diaria

Participantes: Cocineras tradicionales, familias restaurante

Jerarquización II: Relevancia media.

Materiales: Pescado fresco, mariscos, especias locales, coco

Proceso: Limpieza, marinado, cocción según recetas familiares

Significado Cultural: Sabores que narran historia costera, técnicas ancestrales

Evidencias de Potencial Turístico: Alta demanda turística, experiencia sensorial, fácil accesibilidad

Restricciones Identificadas: Manipulación higiénica, estacionalidad de especies

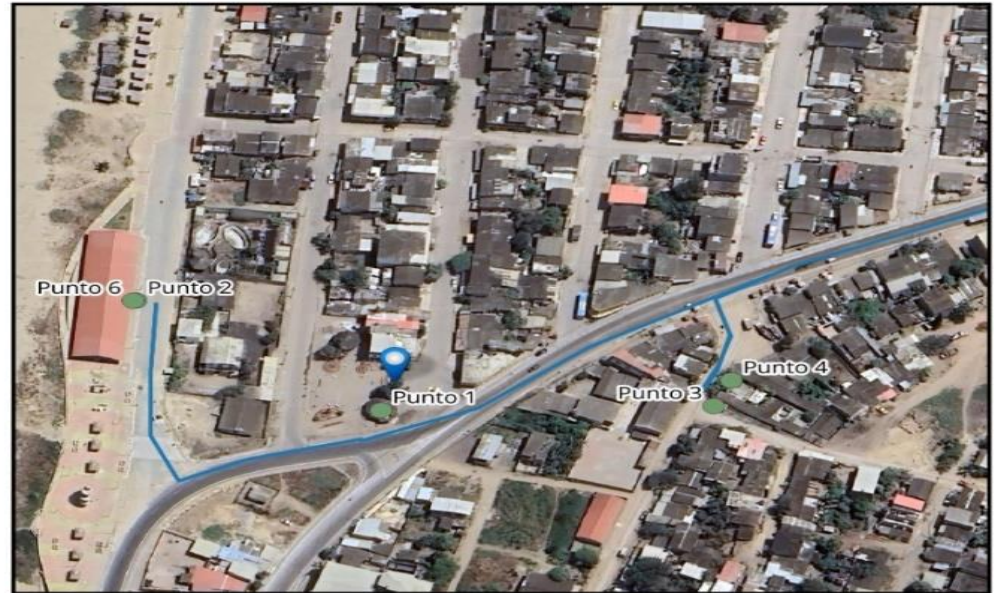
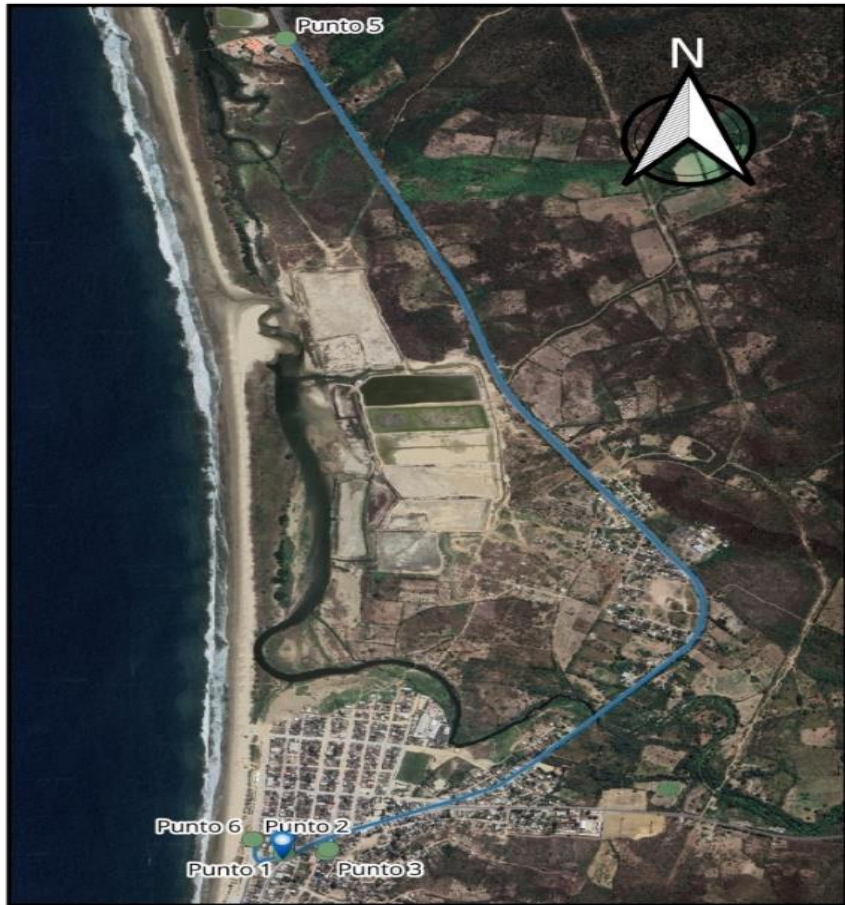


Anexo No. 8 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas**Actividades autóctonas n° 4: Pesca tradicional con red de arrastre.****1. Datos generales:****Actividad:** Pesca tradicional con red de arrastre**Tipo:** Productiva-tradicional**Ubicación:** Playa Valdivia**Temporalidad:** Diaria (dependiente de mareas)**Participantes:** Familias locales, hombres adultos (30-65 años)**Jerarquización III:** Baja relevancia turística.**Materiales:** Redes artesanales, balsas, embarcaciones tradicionales.**Proceso:** Preparación, salida al amanecer, lanzado de red, arrastre manual, recolección.**Significado Cultural:** Sustento familiar generacional, identidad costera.**Evidencias de Potencial Turístico:** Escenas visualmente atractivas, permite observación directa, representa tradición viva, alta participación comunitaria.**Restricciones Identificadas:** Dependencia climática, limitación de espacio en embarcaciones**Fuente:** Google.

Anexo No. 9 - Fichas técnicas de las actividades autóctonas

Actividades autóctonas n° 5: Elaboración artesanal de calzado.**1. Datos generales:****Actividad:** Elaboración artesanal de calzado**Tipo:** Productiva/Artesanal**Ubicación:** Sector central de la comuna**Temporalidad:** Semanal**Participantes:** Emprendedores locales (jóvenes y adultos)**Jerarquización III:** Baja relevancia turística.**Materiales:** Cuero natural, telas recicladas, suelas de caucho**Proceso:** Diseño, corte, cosido manual, acabado, decoración**Significado Cultural:** Adaptación de técnicas ancestrales a necesidades modernas**Evidencias de Potencial Turístico:** Producto utilitario, complementario a otras actividades**Restricciones Identificadas:** Escala limitada, competencia industrial**Fuente:** Elaboración propia.

Anexo No. 10 - Mapa del Ruta



Puntos deL recorrido
Punto 1: Venus de Valdivia
Punto 2: Desayuno - Patios de comida
Punto 3: Taller de Alfareria
Punto 4: Museo Valdivia
Punto 5: Parque Marino de Valdivia
Punto 6: Almuerzo

Leyenda
● Ruta Valdivia, puntos
— Recorrido
Google Satellite

Anexo No. 11 - Encuestas a turistas



Encuestas a turistas en Valdivia



Encuestas a turistas en Valdivia



Encuestas a turistas en Valdivia



Encuestas a turistas en Valdivia

Anexo No. 12 - Entrevista a autoridades y actores locales



Entrevista con el presidente de la Comuna.



Entrevista con actores locales



Entrevista con la señora Ángel



Entrevista con el Señor


Anexo No. 13 - Presupuesto

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Equipo de cómputo.	1	1	\$800.00	\$800.00
Internet.	Mes	4	\$23.00	\$92.00
Electricidad.	Mes	4	\$15.00	\$60.00
Movilización	Unidad	8	\$5,00	\$40,00
Alimentación	Unidad	7	\$3,00	\$21,00
TOTAL				\$952.00

Anexo No. 14 - Matriz de consistencia

Título de la propuesta de Investigación	Problema de Investigación	Objetivos	Idea a defender / Producto a obtener (si aplica)
Diseño de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas para la diversificación de la oferta turística actual en la comuna valdivia, año 2025.	<p>Problema General:</p> <p>¿De qué manera un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas puede contribuir a la diversificación y valorización de la oferta turística en la Comuna Valdivia?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Diseñar un producto turístico experiencial basados en actividades autóctonas que contribuya a la diversificación de la oferta turística de la comuna Valdivia, años 2025</p>	La implementación de un producto turístico experiencial basado en actividades autóctonas en la Comuna Valdivia permitirá diversificar la oferta turística y mejorar la competitividad del destino, al generar experiencias auténticas, innovadoras y culturalmente significativas para los visitantes.
	<p>Sistematización del problema:</p> <p>¿Qué recursos culturales, naturales y tradicionales de la Comuna Valdivia pueden integrarse en un producto turístico experiencial? ¿Cómo perciben los turistas actuales la oferta turística de la comuna y qué aspectos valoran en experiencias autóctonas? ¿Qué modelos de diseño y gestión turística pueden garantizar que el producto experiencial sea innovador, atractivo y sostenible?</p>	<p>Objetivo Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las actividades autóctonas de la comuna Valdivia con potencial turístico. - Analizar las preferencias, expectativas y necesidades de los turistas actuales respecto a productos turísticos experienciales. - Proponer un producto turístico experiencial que combine autenticidad orientado a diversificar la oferta turística actual. 	
Alineación con el eje de investigación	<p>Línea de investigación: Planificación de áreas y destinos turísticos. Turismo, desarrollo y sociedad local</p> <p>Sublínea de investigación: Turismo y desarrollo local</p>		
Fuente de información	Libros físicos biblioteca UPSE:		2
	Libros digitales biblioteca UPSE		3
	Tesis grado:		3
	Tesis posgrado:		2
	Artículos alto impacto Scopus:		4
Artículos alto impacto WOS:		3	

Anexo No. 15 - Encuesta a turista.

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO																																																													
OBJETIVO: IDENTIFICAR LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LAS EXPERIENCIAS CULTURALES Y LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA EN EL TURISMO.																																																													
<p>A. DATOS GENERALES</p> <p>1. Género</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">Masculino</td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;">Femenino</td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 20%;">LGBTQ+</td> <td style="width: 5%;"></td> </tr> </table> <p>2. Edad</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">18 – 29</td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;">30 - 39</td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 20%;">40 – 49</td> <td style="width: 5%;"></td> </tr> <tr> <td>50 – 59</td> <td></td> <td>60 en adelante</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>3. Residencia</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">Nacional</td> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;">Lugar</td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> <tr> <td>Extranjero</td> <td></td> <td>Lugar</td> <td></td> </tr> </table> <p>4. ¿Con quién visita la Comuna Valdivia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%;">Solo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Amigos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>En familia</td> </tr> <tr> <td></td> <td>En pareja</td> </tr> </table> <p>5. ¿Es la primera vez que visita la Comuna Valdivia?</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>Sección 2. Motivos de viaje</p> <p>6. ¿Cuál es el motivo principal de su visita a Comuna Valdivia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%;">Ocio y descanso</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Cultura e historia</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Gastronomía</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Naturaleza</td> </tr> </table> <p>Sección 3. Interés en turismo experiencial</p> <p>7. ¿Qué actividades autóctonas le interesaría experimentar?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%;">Pesca artesanal</td> </tr> </table>	Masculino		Femenino		LGBTQ+		18 – 29		30 - 39		40 – 49		50 – 59		60 en adelante				Nacional		Lugar		Extranjero		Lugar			Solo		Amigos		En familia		En pareja		Ocio y descanso		Cultura e historia		Gastronomía		Naturaleza		Pesca artesanal	<p>8. ¿Estaría dispuesto a participar en actividades tradicionales de la comunidad de Valdivia (como pesca artesanal, preparación de platos típicos o elaboración de artesanías) como parte de un tour de experiencias culturales?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tal vez</p> <p>9. ¿Qué tipo de experiencias prefiere vivir durante su viaje?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%;">Sensoriales (sabores, aromas, sonidos, texturas)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Educativas (aprender historia, técnicas, tradiciones)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>De convivencia (interacción con la comunidad)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Aventuras y actividades al aire libre</td> </tr> </table> <p>10. ¿Cuál sería un precio razonable que estaría dispuesto a pagar por un tour de medio día en Valdivia, que incluya actividades culturales y tradicionales (como pesca artesanal, cocina local o elaboración de artesanías)?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%;">Menos de \$10</td> </tr> <tr> <td></td> <td>\$10 – \$20</td> </tr> <tr> <td></td> <td>\$21 – \$30</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Más de \$30</td> </tr> </table> <p>Sección 4. Percepción de la oferta turística</p> <p>11. ¿Considera que la oferta turística actual de Valdivia es satisfactoria?</p>		Sensoriales (sabores, aromas, sonidos, texturas)		Educativas (aprender historia, técnicas, tradiciones)		De convivencia (interacción con la comunidad)		Aventuras y actividades al aire libre		Menos de \$10		\$10 – \$20		\$21 – \$30		Más de \$30
Masculino		Femenino		LGBTQ+																																																									
18 – 29		30 - 39		40 – 49																																																									
50 – 59		60 en adelante																																																											
Nacional		Lugar																																																											
Extranjero		Lugar																																																											
	Solo																																																												
	Amigos																																																												
	En familia																																																												
	En pareja																																																												
	Ocio y descanso																																																												
	Cultura e historia																																																												
	Gastronomía																																																												
	Naturaleza																																																												
	Pesca artesanal																																																												
	Sensoriales (sabores, aromas, sonidos, texturas)																																																												
	Educativas (aprender historia, técnicas, tradiciones)																																																												
	De convivencia (interacción con la comunidad)																																																												
	Aventuras y actividades al aire libre																																																												
	Menos de \$10																																																												
	\$10 – \$20																																																												
	\$21 – \$30																																																												
	Más de \$30																																																												

	Preparación de platos típicos (ej. mariscada)
	Elaboración de artesanías
	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales

12. Durante su visita a Valdivia, ¿cuáles de los siguientes aspectos considera más atractivos o le generan mayor interés?

	Playas y entorno natural (paisajes, biodiversidad, actividades al aire libre)
	Museos y patrimonio arqueológico (historia, cultura Valdivia, vestigios)
	Gastronomía local (platos típicos, mariscadas, productos frescos)
	Artesanías (cerámica, tallados, tejidos autóctonos)
	Actividades culturales (danzas, música, juegos tradicionales)
	Pesca artesanal y oficios tradicionales
	No lo sé / Es mi primera visita

13. En su opinión, ¿las tradiciones y prácticas locales deberían estar integradas en la oferta turística?

- Sí
 No
 Tal vez
 No lo sé / Es mi primera visita

Sección 5. Satisfacción y recomendaciones

14. En una escala del 1 al 5, ¿cómo evaluaría su experiencia en Valdivia o, si es su primera visita, sus expectativas iniciales?

- SI
 NO
 No lo sé / Es mi primera visita

	1. Muy insatisfecho
	2. Insatisfecho
	3. Regular
	4. Satisfecho
	5. Muy satisfecho
	No aplica/ Aún no puedo opinar.

15. ¿Recomendaría Valdivia como destino turístico experiencial a otros viajeros?

- Si
 No
 Tal vez

16. ¿Pensando en el futuro de la comuna Valdivia, valore del 1 al 5 la importancia que otorga a los siguientes aspectos para mejorar su oferta turística (1 = Nada importante, 5 = Muy importante):

Aspecto	1	2	3	4	5
Incluir más actividades autóctonas (pesca artesanal, gastronomía, artesanías)					
Mejorar la infraestructura turística (vías, servicios básicos, señalética, seguridad)					
Promover la cultura y tradiciones locales (festivales, talleres, museos)					
Fomentar la participación de la comunidad local					
Incrementar la promoción y marketing del destino (medios digitales, ferias, alianzas)					

Anexo No. 16 - Entrevistas actores y autoridades locales




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

Dirigida a: Autoridades de la comuna y actores locales.

Objetivo: Analizar la percepción de los actores locales sobre la gestión cultural y la participación comunitaria en el turismo.

1. ¿Cómo percibe la oferta turística actual en la comuna Valdivia?
2. ¿Qué actividades tradicionales o culturales considera más representativas de la identidad local?
3. ¿En qué medida cree que estas actividades están siendo aprovechadas dentro del turismo actual?
4. Según su experiencia, ¿De dónde provienen los turistas que visitan Valdivia y con qué motivaciones principales?
5. ¿Considera que los visitantes buscan principalmente descanso o experiencias culturales y vivenciales?
6. ¿Qué importancia cree que los turistas otorgan a las experiencias sensoriales (sabores, aromas, sonidos, paisajes) durante su visita?
7. ¿Qué factores considera esenciales para que un producto turístico en Valdivia tenga éxito y sostenibilidad?
8. ¿Cómo podría la comunidad local involucrarse de manera activa en este tipo de propuestas turísticas?
9. ¿Qué oportunidades tiene Valdivia se posicione como un destino de turismo cultural y de experiencias?
10. ¿Qué acciones concretas estaría dispuesto(a) a realizar usted o su organización para contribuir al desarrollo y éxito de un producto turístico basado en actividades tradiciones de Valdivia?

Anexo No. 17 - Ficha de observación.

 <p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO</p>
<p>Objetivo: Registrar de forma sistemática la interacción entre turistas y comunidad en actividades culturales locales.</p>
<p>FICHA DE OBSERVACIÓN</p>
<p>Datos Generales</p> <p>Lugar de observación: _____</p> <p>Fecha: _____</p> <p>Hora: _____</p> <p>Observador/a: _____</p>
<p>2. Información de la Actividad Cultural Autóctona</p> <p>Nombre de la actividad: _____</p> <p>Tipo de actividad: <input type="checkbox"/> Festividad / ceremonia <input type="checkbox"/> Danza / música <input type="checkbox"/> Ritual / tradición <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Artesanía <input type="checkbox"/> Otro: _____</p> <p>Descripción breve:</p> <p>_____</p> <p>Frecuencia / fecha de realización:</p> <p><input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Diaria <input type="checkbox"/> Según calendario tradicional</p> <p>Detalle: _____</p> <p>Significado cultural o ancestral:</p> <p>_____</p>
<p>3. Participación y Transmisión</p> <p>Quiénes participan:</p> <p><input type="checkbox"/> Comunidad local <input type="checkbox"/> Autoridades <input type="checkbox"/> Visitantes <input type="checkbox"/> Grupos culturales <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Ancianos</p>

Quién transmite la tradición:

Ancianos Maestros / líderes culturales Familiares Otro: _____

Nivel de participación de la comunidad:**Nivel de participación de la comunidad:**

Alta Media Baja

Organizadores:

4. Desarrollo de la Actividad**Etapas observadas:**

5. Elementos Culturales Presentes**Elementos observados:**

Música Danza Vestimenta típica Gastronomía Artesanía
 Simbología Lengua / expresiones tradicionales Otro: _____

Descripción de los elementos:

6. Entorno y Contexto**Lugar donde se realiza:**

Plaza Templo / Iglesia Casa comunal Calles Hogares Otro:

Condiciones observadas:

Ordenado Congestionado Adecuado para turistas Poco adecuado

Detalles:

7. Relación con el Turismo

Presencia de turistas: Sí No

Participación del visitante: Observan Participan Fotografían/Graban

Potencial turístico: Alto Medio Bajo

Justificación:

8. Observaciones adicionales

Anexo No. 18 - Base de datos

Copia de Copia_de_Tabulación_nath9(1)(2).xlsx - Excel

Herramientas de tabla GONZALEZ SALAZAR, NATHALY VALERIA

Archivo Inicio WPS PDF Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Diseño de tabla ¿Qué desea hacer? Compartir

Portapapeles Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición Complementos WPS PDF

K1 precio a pagar

	N° de encuesta	Género	Edad	Residencia	Primera vez	Visitó	Motivo de viaje	Experimental	Participó	tipo de experiencia	precio a pagar	Oferta	Intereses
4	3	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
7	6	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Ocio y descanso	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
11	10	Masculino	40-49	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Aventuras y actividades al aire libre	mas de 30	Si	Playas y entorno natural
12	11	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Ocio y descanso	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
13	12	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
22	21	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Ocio y descanso	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
27	26	Masculino	40-49	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Aventuras y actividades al aire libre	mas de 30	Si	Playas y entorno natural
28	27	Masculino	40-49	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Aventuras y actividades al aire libre	mas de 30	Si	Playas y entorno natural
37	36	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Naturaleza	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
89	88	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
90	89	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
91	90	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	Amigos	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
92	91	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
101	100	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Elaboración de artesanías	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
120	119	Femenino	30-39	Nacional, Quito	Si	Amigos	Ocio y descanso	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
151	150	Femenino	30-39	Nacional, Quito	Si	Amigos	Ocio y descanso	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
166	165	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
167	166	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
192	191	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
201	200	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Naturaleza	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
206	205	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
207	206	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Naturaleza	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
218	217	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
227	226	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
242	241	Masculino	18-23	Nacional, Quito	Si	Amigos	Naturaleza	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
246	245	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
260	259	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
264	263	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En pareja	Naturaleza	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
265	264	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En familia	Naturaleza	Pesca artesanal	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Pesca artesanal y oficios tradicionales
266	265	Masculino	60 en adelante	Nacional, Guayaquil	No	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	De convivencia	\$10-20	No	Actividades culturales
267	266	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En familia	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
268	267	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En pareja	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
269	268	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En pareja	Naturaleza	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
270	269	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En pareja	Naturaleza	Elaboración de artesanías	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
271	270	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En pareja	Ocio y descanso	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico
272	271	Masculino	18-23	Nacional, Guayaquil	Si	En familia	Naturaleza	Recorridos con relatos históricos y leyendas locales	Si	Sensoriales	\$10-20	No lo sé / Es mi primera vez	Museos y patrimonio arqueológico

Hoja10 Hoja4 Datos (2) Datos

Recuento: 21

11:01:54 a. m. 26/11/2025

Anexo No. 19.- Carta Aval



COMUNA VALDIVIA
 PATRIMONIO CULTURAL DEL ESTADO ECUATORIANO
 Fundado el 11 de Diciembre del 1937
 ACUERDO MINISTERIAL N° 015
 Manglaralto - Santa Elena - Ecuador



Lcda.
María Fernanda Alejandro Lindao
 Directora carrera de turismo
 Universidad Estatal Península de Santa Elena
 Presente

De nuestras consideraciones:

Reciba cordiales saludos de quienes formamos la Ancestral Comuna Valdivia, deseándole éxitos en sus labores diarias en bienestar de nuestro País.

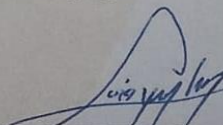
En respuesta al interés de realizar un trabajo de investigación de rescate y revalorización damos la carta aval para la Srta. **Nathaly Valeria González Salazar**, con cedula de identidad N° 2450015108, para su proceso de titulación "DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL BASADO EN ACTIVIDADES AUTÓTONAS PARA LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL EN LA COMUNA VALDIVIA, AÑO 2025" En la Comuna Valdivia con el fin de documentar, preservar y difundir nuestras tradicionales ancestrales. Es necesario mencionar que es de gran importancia dar relevancia la identidad cultural de nuestra comunidad y por ende de nuestro País.

En coordinación con nuestro cabildo les damos la apertura para iniciar este importante proyecto, en coordinación con nuestros habitantes y respetando los reglamentos de nuestra institución comunal. Es trascendental que, durante los procesos y transcurso del levantamiento de información, se dé a conocer, se socialice, y se logre exponer los resultados que se vayan generando para que los resultados tengan una gran acogida.

Resaltamos que al mismo tiempo que estaremos pendiente del borrador del proyecto a presentar y ejecutar en los próximos días, y si es necesario generar una reunión o las que sean necesarias para mantener una información y coordinación permanente.

Esperando que nuestra respuesta sea el inicio de un avance a revalora nuestra identidad principalmente desde nuestra ancestralidad cultural.

Por vuestra acogida quedamos de Usted muy agradecidos.


 St. Luis Yagual Limón
 PRESIDENTE
 COMUNA VALDIVIA



Dirección: Malecón y Av. 9 de Octubre. Teléfono: 0985435075 / 0996614603
 Email: ancestralcomunavaldivia@gmail.com