

# Estructurando Macroproductos Turísticos en el Ecuador Aplicando Design Thinking

## PROBLEMA

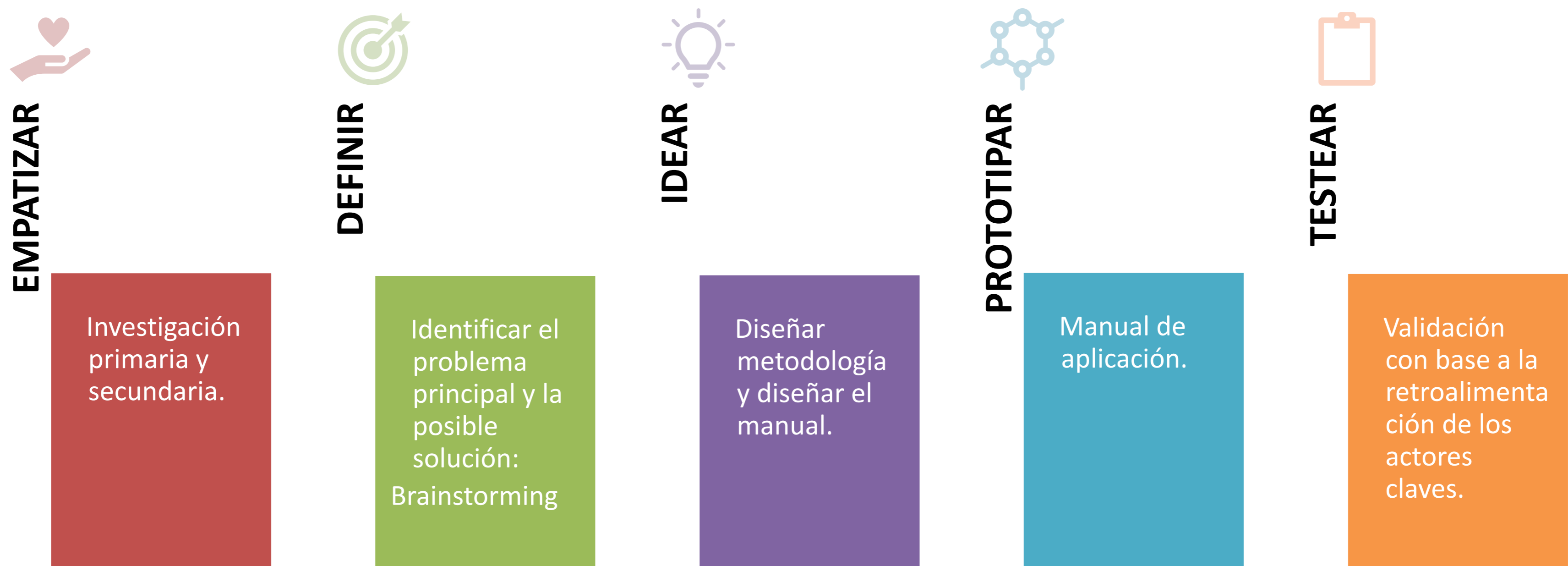
En Ecuador existe oferta turística, la cual ha sido desarrollada de manera aislada tanto por operadores, comunidades, y gobiernos locales. Esta oferta, comúnmente denominada *productos turísticos*, se centra en experiencias específicas para los visitantes, los cuales en su gran mayoría se deciden por tours de un día, visitas a un solo atractivo, o actividades puntuales.

## OBJETIVO GENERAL

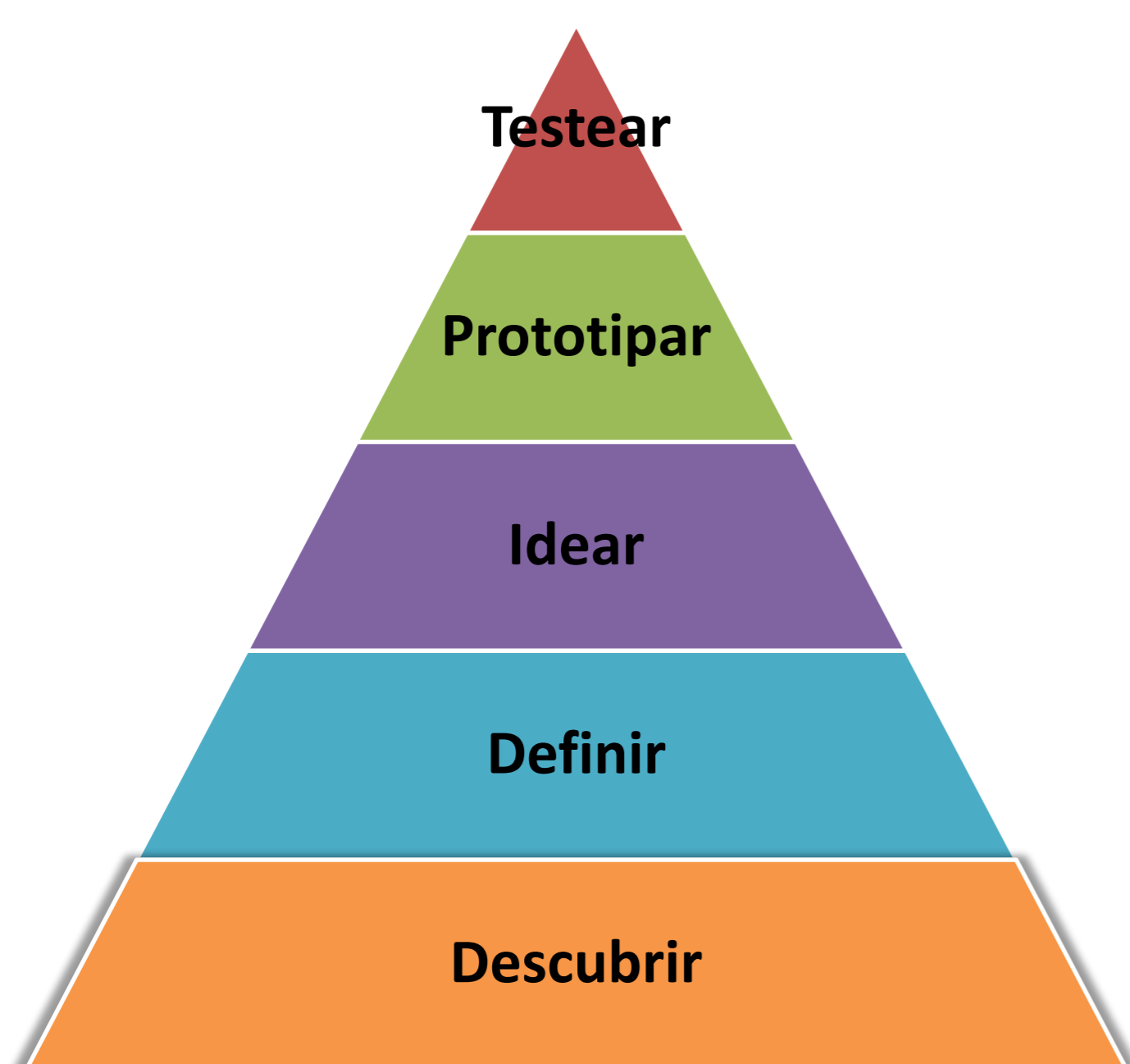
Diseñar una metodología basada en herramientas de análisis estratégico y planificación turística que permita alianzas público-privadas orientadas a la integración y fortalecimiento de productos turísticos.

## PROPUESTA

### Metodología Design Thinking



## RESULTADOS



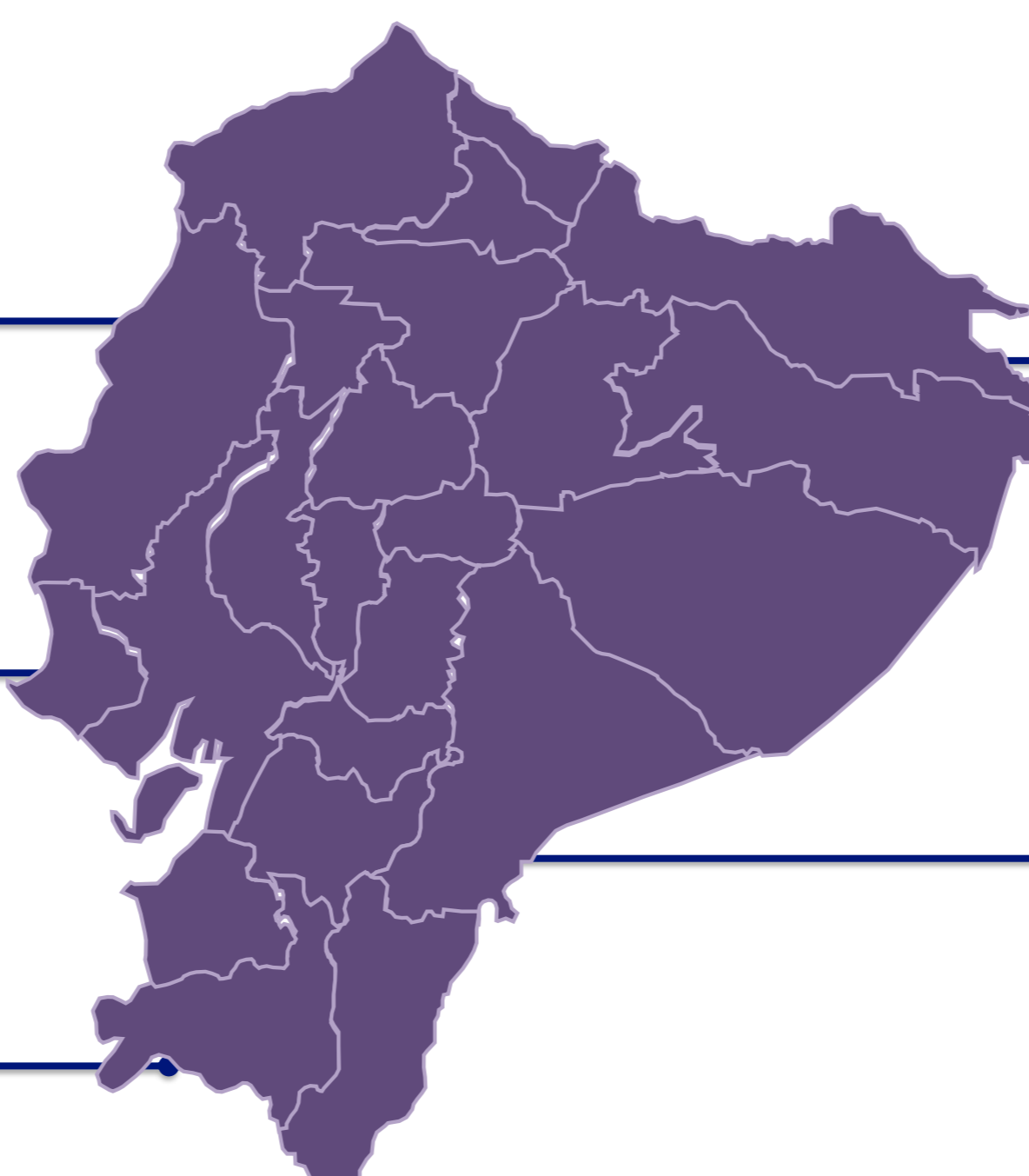
Se diseñó una metodología aplicando *Design Thinking*, la cual consta de 5 etapas que son: Descubrir, Definir, Idear, Prototipar y Testear. Con el fin de que se puede aplicar la metodología, se diseñó el *Manual para Estructurar Macroproductos Turísticos en el Ecuador*, el cual consta de 30 herramientas descargables.

## CONCLUSIONES

Definición del concepto de *Macroproducto Turístico*

Creación de una guía iterativa que estructure los productos turísticos.

Oportunidad de ubicar a Ecuador en el mercado internacional.



Oportunidad de que haya cooperación de empresas público-privada.

Oportunidad de que exista inversión extranjera.