

Anexo Nro.1: Encuesta para determinar el coeficiente de competencia del experto

El significativo rol que juegan los estudios de mercados emisores en el producto turístico en el marco de referencia donde se puede mover la investigación de mercados es tan amplio como también lo pueden ser los problemas que pueda plantear una orientación hacia el marketing por parte de la organización.

Usted ha sido seleccionado como posible experto para ser consultado respecto los estudios de mercados emisores la investigación de mercados es el método que utilizan las organizaciones para tratar de evitar este género de errores costosos, de ahí que constituye un medio para alcanzar.

En este caso estamos desarrollando la investigación “Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales en el producto turístico Las Tunas” y hemos considerado valorar la posibilidad de que nos colabore y seleccionarlo entre los expertos a consultar.

Necesitamos antes de realizarle la consulta correspondiente, como parte del método empírico de investigación “Consulta a Expertos”, determinar su coeficiente de competencia en este tema, a los efectos de reforzar la validez del resultado de la consulta que

realizaremos. Por esa razón le rogamos que responda las siguientes preguntas de la forma más objetiva que le sea posible.

1. Marque con una cruz (x), en la tabla siguiente, el valor que le corresponda con el grado de conocimiento que usted posee del tema: “Estudios de mercados” vinculado con la actividad turística.

(Considere que la escala que le presentamos es ascendente, es decir el conocimiento sobre el tema referido va creciendo desde cero (0) hasta diez (10):

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Realice una autovaloración del grado de influencia que cada una de las fuentes que le presentamos a continuación ha tenido en su conocimiento y criterios sobre las variables que hemos puesto a consideración. Para ello marque con una cruz(x), según corresponda, A(alto), M (medio), B (bajo).

Fuentes de argumentación	Grado de influencia de cada una de las fuentes		
	A (alto)	M (medio)	B (bajo)
Análisis teóricos realizados por usted			
Trabajos consultados de autores nacionales			
Trabajos consultados de autores extranjeros			
Experiencia obtenida			
Su propio conocimiento del estado del problema en el extranjero			
Su intuición			

3. DATOS PERSONALES.

3.1 Nombre y apellidos: _____ Cargo que ocupa: _____

3.2 Nivel en que labora.

Organismo central del MES ___ UHo ___ UC___ UMCC___ Facultad ___ Carrera ___ Centro de estudio ___ Sector Turístico ___ Otro ___

3.2.1 Años de experiencia: _____

3.3 Nombre del centro de trabajo _____

3.4 Especialidad de Graduación Universitaria _____

3.5 Calificación Profesional, Grado Científico o Académico (Marcar con una cruz (x))

Profesor: Titular ___ Auxiliar ___ Asistente ___ Instructor ___ Doctor ___ Master ___

Anexo Nro. 2 Caracterización de los expertos

Exp.	Título Universitario	Años de Exp	Categoría Científica		Centro de Trabajo
			MSc.	DrC.	
1	Lic. Economía	4	x		Universidad de Las Tunas
2	Ing. Industrial	18	X		MINTUR
3	Ing. Eléctrica	34	X		MINTUR
4	Lic. en Lengua Inglesa	21	X		FORMATUR
5	Lic. Geografía	26	X		FORMATUR

6	Lic. Contabilidad y Finanzas	25	X		Parador Cucalambé Palmares.
7	Lic. Cultura Física	21	X		INDER
8	Lic. Economía	22	X		Hotel Las Tunas
9	Ing. Industrial	18	X		Hotel Las Tunas
10	Lic. Economía del Turismo	22	X		Hotel Covarrubias
11	Lic. en Historia y Marxismo	23	X		Delegado del MINTUR en Las Tunas
12	Lic. Historia y Ciencias sociales	22	x		Universidad de Las Tunas
13	Lic. Economía y Planificación	26	X		Universidad de Las Tunas
14	Ing. Industrial	18	X		Hotel Covarrubias
15	Lic. Historia y Marxismo	32	X		FORMATUR

Anexo Nro. 3: CUESTIONARIO DE INSTRUMENTO A EXPERTOS

Se está realizando una investigación para realizar estudios de mercados emisores en el producto turístico Las Tunas para lo cual es importante caracterizar y obtener información sobre algunos comportamientos y determinantes de elección, entonces se podrá caracterizar los mercados reales y potenciales en el producto turístico Las Tunas facilitando la toma de decisiones en la gestión de la demanda. Como parte del proceso de valoración de la factibilidad de aplicación se requiere su opinión en relación con:

- A. Grado de relevancia, importancia, aplicabilidad y relaciones con carácter sistémico de los grupos de indicadores que favorecen el estudio de mercados emisores para el producto turístico facilitando la toma de decisiones en la gestión de la demanda.
- B. Grado de relevancia en la utilidad de las fases y elementos que caracterizan al procedimiento para realizar estudios de mercado emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas.
- C. Grado de relevancia de las herramientas propuestas para contribuir al cumplimiento de los objetivos declarados en cada etapa del procedimiento.
- D. Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar las fases del procedimiento.
- E. Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar los elementos propuestos en cada una de las fases del procedimiento.
- F. Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar los indicadores y herramientas para obtener información sobre los estudios de mercado emisores.

G. INDICACIONES:

Marque con una cruz (x) la categoría que usted considere atendiendo a la clasificación siguiente:

- C1: Muy Relevante C2: Bastante Relevante C3: Relevante
- C4: Algo Relevante C5: No Relevante

Le agradecemos por anticipado el esfuerzo que usted hará para responder con la mayor fidelidad el presente cuestionario, pues son de mucha utilidad sus valoraciones:

MUCHAS GRACIAS

- A. Grado de relevancia, importancia y aplicabilidad de los componentes, relaciones esenciales y dimensiones del Modelo para, como base de la alternativa metodológica

ACCIONES	C1	C2	C3	C4	C5
Posee los elementos estructurales necesarios					
Existe coherencia entre los momentos propuestos					
Hay correspondencia entre el procedimiento diseñado y la definición					
El procedimiento está adecuado a los enfoques y aspectos que lo fundamentan					
Hay claridad en el contenido de cada electo del procedimiento.					
Hay correspondencia entre los elementos estructurales del procedimiento, sus objetivos y características					

B. Grado de relevancia en la utilidad de las fases y elementos del procedimiento para obtener información las características de los estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas.

FASES DEL PROCEDIMIENTO	ELEMENTOS QUE LO CARACTERIZAN	C1	C2	C3	C4	C5
Fase I. Diseño de la investigación	1a. Identificación del problema					
	1b Crear el grupo de trabajo					
	1c Establecer los objetivos					
	1d Buscar fuentes de información	C1	C2	C3	C4	C5
	1e Diseñar la forma en que se va a recolectar los datos					
	1f Determinar cuál es la muestra y población a estudiar					
	1g Instrumentos para recolección de datos					
	1h Análisis de datos					
FASES DEL PROCEDIMIENTO	ELEMENTOS QUE LO CARACTERIZAN	C1	C2	C3	C4	C5
Fase II Realizando la investigación de mercado	2a Entender el marco de actuación					
	2b. Comprender el mercado					
	2c. Cómo se puede dar a conocer el producto turístico					
	2d Presentación de resultados y conclusiones					
	2b. Talleres de trabajo con la alta dirección del sector y otros actores del producto turístico para la mejora del procedimiento y el aprendizaje organizacional.					