

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanística

Desarrollo de un centro de información y asistencia al turista en el campus
de ESPOL "Las Peñas".

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentado por:

Héctor Alejandro Vera Holguin

Elsa Rosalía Enríquez Corral

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

College of Social Sciences and Humanities

Development of a tourist information and assistance center at the ESPOL
“Las Peñas” campus.

CAPSTONE COURSE

A Project submitted in partial fulfillment of the requirements for
the degree of:

Bachelor of Tourism

By:

Héctor Alejandro Vera Holguin

Elsa Rosalía Enríquez Corral

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a todas las personas que hicieron parte de nuestros años de trayectoria en la universidad, a ESPOL por enseñarnos a crecer en lo personal y profesional, y que con dedicación, esfuerzo y disciplina se pueden alcanzar grandes metas en beneficio de la sociedad.

Con cariño,

Rosalía Enríquez / Héctor Vera

AGRADECIMIENTOS

Mi más profundo agradecimiento a Dios, porque me ha permitido llegar hasta este punto de mi vida con muchas bendiciones, mi mamá por haberme encaminado a conseguir este logro, a mi hermana por aportar con sus valiosas ideas, a mi abuela por estar presente a pesar de la distancia y a mi familia por sostenerme de la mano para continuar el camino.

Un especial agradecimiento a mi compañero de tesis porque con su apoyo, ambos culminamos esta etapa con gran satisfacción.

Con amor,

Rosalía.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por haberme brindado salud y haber realizado grandes amigos durante mi etapa universitaria. A mi familia, que han sido parte de estos años de esfuerzo, pero que con gran satisfacción se ha alcanzado su objetivo.

En segundo lugar, a mi compañera de tesis que con organización y dedicación hemos finalizado este proyecto que va a ser un gran aporte para la ciudad de Guayaquil.

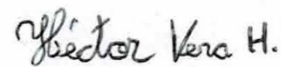
Finalmente, a nuestra tutora, M.Sc. Cinthy Veintimilla, por su tiempo y aportes de mejora en el proyecto.

Con amor,

Héctor.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Elsa Rosalía Enríquez Corral* y *Héctor Alejandro Vera Holguin* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”.



Elsa Rosalía Enríquez Corral
Autor

Héctor Alejandro Vera Holguin
Autor

EVALUADORES

M.Sc. Cinthy Elizabeth Veintimilla Marino
PROFESOR DE LA MATERIA / PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La ciudad de Guayaquil cada vez tiene una mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales, sin embargo, se ve afectada por una realidad común en diversos destinos del mundo; la delincuencia. Por consiguiente, no existe un espacio que brinde una asesoría integral al turista para la recepción de denuncias y orientación de reclamos hacia prestadores de servicios turísticos. Por esta razón, el presente proyecto tiene como objetivo proponer el CIAT “LAS PEÑAS” para mejorar la experiencia de turistas nacionales e internacionales. Para ello, se realizó un estudio de mercado con la técnica de grupo focal para identificar las necesidades, y experiencias de los turistas durante su viaje.

También, se realizó entrevistas semiestructuradas con grupos de expertos en el sector turístico para reconocer los actores a participar en el CIAT. Los resultados evidenciaron que la inseguridad y la carencia de información turística influyen en una experiencia negativa, y que los actores a participar para la operatividad del centro son el GAD MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, ESPOL, FISCALIA DEL GUAYAS, POLICIA NACIONAL y CAPTUR GUAYAS.

De manera que, el centro cuente con un Sistema de Información Integral que genere un incremento positivo en la percepción de la seguridad turística y brinde una Asesoría Integral de los atractivos turísticos. El documento establece la cultura organizacional, elaboración de mapa de procesos, flujograma de procesos, descripción de ambientes básicos, planta arquitectónica, diseño sugerido de marca, convenio de cooperación institucional, plan de inversión y el plan de actividades anuales del CIAT “Las Peñas”.

Palabras Clave: Turismo, Delincuencia, Inseguridad, Asesoría integral, Información,

ABSTRACT

The city of Guayaquil increasingly has a steady stream of national and international tourists; however, it is affected by a common reality in various destinations around the world; crime. Therefore, there is no space that provides comprehensive advice to tourists for the reception of complaints and orientation of complaints towards tourism service providers. For this reason, this project aims to propose the CIAT "LAS PEÑAS" in order to improve the experience of national and international tourists. To this end, a market study was carried out using the focal group technique to identify the needs and experiences of tourists during their trip.

Also, semi-structured interviews were conducted with groups of experts in the tourism sector to recognize the actors to participate in the CIAT. The results showed that insecurity and the lack of tourist information influence a negative experience, and that the actors to participate for the operation of the center are the GAD Municipal de Guayaquil, ESPOL, Fiscalía del Guayas, Policía Nacional and Captur Guayas.

Thus, the center has a Comprehensive Information System that generates a positive increase in the perception of tourist security and provides a Comprehensive Advice of tourist attractions. The document establishes organizational culture, process mapping, process flow, description of basic environments, architectural plan, suggested brand design, institutional cooperation agreement, investment plan and the annual activity plan of the CIAT "Las Peñas".

Keywords: *Tourism, Crime, Insecurity, Integrated advice, Information.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
INDÍCE DE ILUSTRACIONES.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	2
1.3 JUSTIFICACIÓN	3
1.4 OBJETIVOS	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO 2	5
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Marco Conceptual	5
2.1.1 Turismo y turista.....	5
2.1.2 Seguridad, Seguridad turística y seguridad integral	5
2.1.3 Consumo Turístico o gasto turístico	6
2.1.4 Destino turístico.....	7
2.1.5 Centro de información turística	7
2.2 Estudios Previos.....	8
2.2.1 Centro de Información Turística	8
2.2.1.1 Funciones de los centros de información turística-Artículos científicos.....	8
2.2.1.2 Estudios de la Creación de un centro de información turística-Tesis previas.	11
2.2.1.3 Intenciones previas para la creación de un centro de información por parte del Ministerio del Turismo.....	13
CAPÍTULO 3	14
3. METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo de investigación.....	14

3.2	Población y muestra	15
3.3	Instrumentos de investigación	16
3.3.1	Análisis de documentos	16
3.3.2	Entrevistas	17
3.3.2.1	Diseño de entrevistas	17
3.3.3	Grupo Focal	18
3.3.3.1	Diseño de Grupo Focal.....	18
3.4	Herramientas para la presentación de los resultados.....	19
3.4.1	Bizagi	19
3.4.2	AutoCAD 2D.....	19
3.4.3	Pirámide de Kelsen	20
CAPÍTULO 4	22
4.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	22
4.1	Resultados de entrevistas semiestructuradas	22
4.1.1	Actores de las organizaciones públicas y privadas	22
4.1.2	Propuestas de valor o servicios innovadores	26
4.2	Grupo Focal.....	29
4.2.1	Experiencia positiva y negativa del turista.....	29
4.2.2	Necesidades del turista durante su estadía	31
4.2.3	Necesidades y experiencia durante el viaje	32
4.2.4	Expectativas de la creación de un centro de información y asistencia turística	
	34	
CAPÍTULO 5	36
5.	PROPUESTA TÉCNICA, LEGAL Y FINANCIERA	36
5.1	Propuesta Técnica	36
5.1.1	Misión, Visión y Valores Corporativos	36
5.1.2	Elaboración de la Marca.....	38
5.1.3	Organigrama Estructural	42
5.1.3.1	Análisis del Organigrama Estructural de la EP	43
5.1.3.2	Propuesta de un Especialista de atención y asistencia al turista.....	46
5.1.3.3	Organigrama estructural del centro de información y asistencia al turista..	47
5.1.4	Manual de Funciones	48
5.1.5	Mapa de procesos.....	54
5.1.6	Flujograma de Procesos	55

5.1.7 Ambientes básicos	56
5.2 Propuesta Legal	64
5.3 Propuesta Financiera	65
5.4 Plan Operativo anual.....	71
CAPÍTULO 6.....	73
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
6.1 Conclusiones.....	73
6.2 Recomendaciones.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	76
ANEXOS	84

INDÍCE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 3.1 Orden jerárquico del Art. 425 de la CRE.....	20
Ilustración 4.1 Clasificación de los actores públicos y privados.....	24
Ilustración 4.2 Propuestas de valor.	28
Ilustración 5.1 Logo para CIAT Las Peñas	42
Ilustración 5.2 Organigrama de la EP de Turismo de Guayaquil (EP, 2021)	43
Ilustración 5.3 Decisión 1: Análisis del subgerente de la EP.	44
Ilustración 5.4 Decisión 2: Análisis del coordinador o supervisores de la EP	45
Ilustración 5.5 Propuesta de un Especialista en Atención y Asistencia al Turista.	46
Ilustración 5.6 Organigrama estructural del CIAT“Las Peñas”.....	47
Ilustración 5.7 Mapa de procesos del centro “Las Peñas”	54
Ilustración 5.8 Mapa de procesos del centro “Las Peñas”.....	55
Ilustración 5.9 Flujograma de procesos para el asesoramiento al turista.	56
Ilustración 5.10 Render. Sala principal	57
Ilustración 5.11 Render. Maqueta 3D	58
Ilustración 5.12 Render. Guías turísticas QR	58
Ilustración 5.13 Render. Exhibición de productos.....	59
Ilustración 5.14 Render. Zona Fotográfica	60
Ilustración 5.15 Render. Sala de niños.....	61
Ilustración 5.16 Render. Departamento FGE.....	62
Ilustración 5.17 Render. Policía turística	62
Ilustración 5.18 Planta Arquitectónica	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Funciones que ofrece un centro de información y asistencia turística.....	10
Tabla 2.2 Tesis previas relacionadas a la creación de un centro de información.....	12
Tabla 3.1 Muestra de las Entrevistas Semiestructuradas.....	15
Tabla 3.2 Muestra del Grupo Focal	16
Tabla 4.1 Codificación de entrevistas. Organizaciones públicas y privadas.....	22
Tabla 4.2 Codificación de entrevistas. Propuestas de valor.	26
Tabla 4.3 Experiencia positiva y negativa del turista nacional.....	29
Tabla 4.4 Necesidades del turista durante su estadía en Guayaquil.....	31
Tabla 4.5 Necesidades de Maslow identificadas en los turistas nacionales.	32
Tabla 4.6 Nivel de expectativa de los turistas en la creación de un centro de información	34
Tabla 4.7 Resultados de nivel de expectativa	35
Tabla 5.1 Cultura organizacional del CIAT Las Peñas	37
Tabla 5.2 Objetivos de desarrollo sostenible del CIAT	38
Tabla 5.3 Matriz Naming.....	39
Tabla 5.4 Opciones de logo para CIAT Las Peñas.....	41
Tabla 5.5 Ponderación de variables para un logo.	41
Tabla 5.6 Plan presupuestal. Costo Inicial.....	66
Tabla 5.7 Plan presupuestal. Costo de remodelación	67
Tabla 5.8 Plan presupuestal. Costo de Activos fijos.....	68
Tabla 5.9 Costo de Inversión Total.....	69
Tabla 5.10 Plan presupuestal. Costos fijos.....	69
Tabla 5.11 Plan presupuestal. Costos variables.....	70
Tabla 5.12 Costos de operación.....	70
Tabla 5.13 Matriz del plan operativo anual.....	71

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Guayaquil es una de las ciudades más grandes de Ecuador y también la más poblada con un aproximado de 2,6 millones de habitantes, así lo indica el Instituto Nacional de estadísticas y censos en el 2017. Gracias a su fuerte concentración de población se ha posicionado como un puerto de comercio y por eso se denomina la capital Económica del Ecuador, así mismo es una ciudad que se destaca por actividades de entretenimiento y ocio. (El Universo, 2020)

El principal factor por el cual se ha hecho notar la falta de un centro de información y asistencia turística es la inseguridad que rodea a la ciudad. De acuerdo con las cifras de la Fiscalía General del Estado (2022), en Ecuador el robo a personas ha incrementado su cifra con respecto al 2020, con una variación del 24,4% y en Guayaquil sus cifras ascienden a 8.000 personas, sin discriminar si esta es un ciudadano o turista. Aunque la disposición de la policía está presente para aumentar la seguridad de los atractivos turísticos más concurridos por nacionales y extranjeros (El Comercio, 2021) no se omiten casos de vulnerabilización a los turistas y de este modo, se halló que dentro de Guayaquil no existe un departamento de recepción de quejas y reclamos, generando una inconformidad en el turista porque sus denuncias no son atendidas, además no se lleva un registro de los mismos para realizar un análisis y evaluar los puntos débiles de la atención al turista en la ciudad de Guayaquil.

La industria turística de la ciudad recibe aproximadamente 386 mil entradas internacionales anuales, los cuales pueden realizar varios tipos de turismo como el de naturaleza, cultural, de esparcimiento, y de negocios, así lo menciona el Ministerio de Turismo de Ecuador (S.f). Sin embargo, los turistas que llegan a Guayaquil tienen un período corto de estadía, es decir, no superior a 3 días (Díaz, 2018) porque no se sienten satisfechos debido a la falta de atención e información que reciben sobre los atractivos turísticos que tiene este sitio de visita (Sánchez & Fidel, 2018).

Otra dificultad identificada en el turismo de la ciudad es la escasa afluencia de visitas en los atractivos de naturaleza y culturales menos populares a causa del desconocimiento de la existencia de estos, ocasionando que los turistas no tengan diversidad de opciones a elegir y visiten siempre las mismas locaciones.

Por otro lado, respecto a los prestadores de servicios turísticos, se ha identificado la falta de intermediación con sus programas turísticos, es decir, el turista no podrá encontrar variedad de actividades en un mismo punto de venta y su volumen de compra será limitada.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se determina la necesidad de un centro de información y asistencia turística que pueda satisfacer la necesidad de información y asesoría integral completa sobre un atractivo de Guayaquil hacia los turistas y que, asimismo, atienda a las denuncias o reclamos que el turista presente en base a su experiencia en Guayaquil, de este modo se podrá alargar su período de estadía y mejorar la satisfacción en el destino.

1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Pregunta General

¿Cómo un centro de información y asistencia al turista puede otorgarle al visitante, un asesoramiento personalizado de los prestadores de servicios turísticos y brindar mayor seguridad en la ciudad de Guayaquil?

Preguntas Específicas

- ¿Qué organizaciones públicas y privadas pueden participar en el centro de información y asistencia al turista?
- ¿Cuáles son las necesidades y expectativas de los turistas en el centro de información y asistencia al turista?
- ¿Cuáles son los mecanismos técnicos, legales y financieros necesarios para la operatividad en el centro de información y asistencia al turista?
- ¿Cuál es el plan operativo anual del centro de información y asistencia al turista?

1.3 JUSTIFICACIÓN

El turismo es una actividad económica que genera ingresos de divisas debido al intercambio de productos y servicios. De acuerdo con el Ministerio del Turismo de Ecuador; en el país el ingreso de divisas fue de 2,288 MM de dólares en el año 2019 por lo que representa un rubro importante en la generación de empleo y la redistribución del dinero. Sin embargo, debido a la pandemia COVID-19 decayó a 705 MM de dólares en el año 2020. La industria del turismo fue uno de los sectores más afectados generando pérdidas económicas. No obstante, se han venido generando diferentes estrategias y mecanismos de reactivación para el arribo de turistas internacionales y el desplazamiento de turistas nacionales de lo que va durante el 2021.

Por lo que el sector de intercambio de bienes y servicios debe estar en constante cambio y mejora con la finalidad de buscar la satisfacción del visitante. Esto conlleva a que, diferentes actores de organizaciones públicas y privadas en alojamiento, restauración, intermediación, transporte, recreación y servicios de apoyo necesiten trabajar de manera colaborativa y crear vínculos de convivencia para generar un engagement con el turista o el visitante. Es por esta razón, la Empresa Pública Municipalidad de Turismo de Guayaquil ha venido generando diferentes proyectos que fomentan el intercambio cultural, ferias y eventos de gastronomía, y promoción de la ciudad.

No obstante, a lo largo de los años en la ciudad ha existido un problema de delincuencia, y la carencia de un punto de información y asistencia turística donde el visitante pueda obtener material informativo de los atractivos naturales y culturales a visitar, mapas turísticos, indagación de las empresas reguladas en su tasa de funcionamiento, recepción de reclamos y quejas, consulta de eventos y festivales, asesoramiento personalizado e intermediación con los prestadores de servicios turísticos, departamentos de cuerpos de seguridad, tiendas de souvenirs y actividades en esparcimiento in situ que resalte las tradiciones de Guayaquil, entre otros. Por ende, un centro de información y asistencia al turista pueda generar esa confianza con el visitante y generar un incremento en la percepción de la seguridad turística.

Además, de generar la promoción de la ciudad a través de la marca Guayaquil es mi destino, el trabajo colaborativo de diferentes organizaciones que trabajen en beneficio del turismo y la búsqueda de destinos inteligentes a través de la gobernanza, accesibilidad, innovación y tecnología. Por lo tanto, la creación del CIAT Las Peñas puede ser de gran beneficio al sector turístico de la ciudad y que sus actores se sigan fortaleciéndose, capacitándose e innovando, donde el principal beneficiario sea el turista o visitante.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

- Proponer un centro de información y asistencia turística que mejore la experiencia de turistas nacionales e internacionales, asesorando los servicios que ofrecen los prestadores de servicios turísticos y brindando mayor seguridad durante su estadía en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer las funciones de las organizaciones públicas y privadas involucradas en el centro de información y asistencia al turista.
- Reconocer las necesidades y expectativas de los turistas en el centro de información y asistencia al turista.
- Identificar los mecanismos técnicos, legales y financieros necesarios para la operatividad en el centro de información y asistencia al turista.
- Establecer un plan operativo anual de las actividades a realizarse en el centro de información y asistencia al turista.

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Turismo y turista

El turismo, como lo define la OMT (S.f) es la totalidad de actividades capaces de ser ejecutadas por quienes realizan viajes y estancias a diversos lugares del mundo fuera de su ambiente común por un periodo de tiempo continuo e inferior a un año, recalando que debe cumplir con el fin de ocio, negocios u otros motivos relacionados. Adicionalmente, el turismo hace referencia a las relaciones sociales entre personas que se encuentran de manera efímera en un lugar con quienes están permanente en el mismo lugar, es decir, nativos o ciudadanos (Gonzalez, 2010)

En otro caso, Hunziker and Krapf (1942) menciona que es la totalidad de hechos ocurridos durante un viaje o una estadía de personas no residentes en un destino, siempre que este no signifique una residencia permanente y no genere beneficios lucrativos para el viajero.

Por otra parte, aquellos quienes realizan visitas con pernoctación a un destino distinto al de su lugar de residencia, siempre y cuando no sea mayor a un año, se consideran turistas (OMT, s.f.).

2.1.2 Seguridad, Seguridad turística y seguridad integral

Para comprender el término *seguridad integral*, es importante abarcar el término **seguridad** que en palabras poco complejas se define como la cualidad de seguro – libre o exento de todo peligro, daño o riesgo- (Diccionario de la Real Academia Española, 2001), pero, la palabra seguridad se deriva de otros dos términos: '**safety**', lo que implica un ayuda para prevenir lesiones o daños, es decir, hace referencia a la protección por la vida humana y '**security**', la seguridad que busca una organización en prevención de un percance criminal (Pearsall y Hanks, 2001).

Desde otra perspectiva, Martínez y García (2001) enfatiza que la seguridad turística en relación a la actividad empresarial es enfocada en tratar de prevenir fallos o interrupciones en la operatividad de la empresa, en donde pueda generar pérdidas económicas y daños en el recurso humano.

Así mismo, la seguridad se puede enfocar al entorno turístico, en el que se define como un “conjunto de medidas existentes en el ámbito social y económico de un destino turístico, que permiten que la experiencia turística se desarrolle en un entorno de confianza y tranquilidad para los turistas y quienes contraten servicios turísticos en dicho destino” (Blanco Herranz, 2006).

Esta medida en pro de la seguridad de los turistas es definida como la protección de la vida, salud, integridad física y psicológica de los visitantes y prestadores de servicios. Según la OMT (s.f), concluye que es una medida de protección que se le otorga hacia el turista o visitante. (Informe de la Comisión de Transporte y Turismo del Parlamento Europeo, 2018).

Se puede determinar la palabra seguridad integral, partiendo de que la cualidad integral, según Mariscal (2002, p.57), se refiere a que la seguridad está integrada dentro de las actividades desarrolladas por una organización, es decir, debe afectar a la totalidad de esta y a todas las decisiones que se tomen en ella (Castillo, 2016).

Para comprender más a fondo lo que implica, el Instituto de Seguridad Integral (1995, citado por Dolón) plantea a la seguridad integral como la búsqueda del bien común en toda la sociedad, además, se basa en la toma de una posición proactiva por parte de una empresa u organización (Dolón, 2005).

2.1.3 Consumo Turístico o gasto turístico

A pesar de que ambos términos tienen la misma definición, el consumo turístico es la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio y para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (gasto turístico), además, se incluyen servicios asociados,

por ejemplo: el alojamiento que tiene un fin turístico. No obstante, pueden darse ayudas de carácter social y propio durante el viaje (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2008).

Según la OMT (citado por CST 2011, p. 19) el consumo turístico es el gasto total efectuado por un visitante durante su viaje y estancia en el lugar de destino; implicando gastos personales o reembolsados por otros (Cuenta Satélite de Turismo Andina, 2011).

2.1.4 Destino turístico

Un destino turístico puede ser un espacio físico en el cual puede ser de carácter analítico o administrativo, en el cual un visitante decide pernoctar. Además, pueden situarse diferentes componentes y prestadores de servicios turísticos cuya finalidad permita generar actividades y experiencias a los turistas. Por ende, un destino debe generar una imagen que conlleve a ser competitiva y resaltar de otros destinos (UNWTO, 2021).

2.1.5 Centro de información turística

Según Mazúchová y Pančíková (2019) la definición se establece sobre un edificio o infraestructura, estos centros de información turística son instituciones turísticas, cuya creación se fundamenta en el motivo de mantener informado a los turistas sobre toda la oferta turística, sin embargo, Rachel. R (2015) lo define como un centro que brinda información a los turistas sobre ubicación, atractivos, hospedaje, centros de entretenimiento, mapas y todo lo relacionado con el turismo en la zona.

2.1.5.1 Información turística

Tal como lo menciona Majó y Galí (2002), se define a este término como un conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarlo y orientarlo durante su estancia. Así mismo, recalcan que esta necesidad de información es un handicap que el turista encuentra al momento de planificar un viaje y debe ser complementada in situ,

puesto que, dentro del turismo, es necesaria la necesidad de intercambio de información entre los actores del turismo (Sheldon, 1997).

2.1.6 Asistencia al turista

Es la acción de prestar socorro, favor o ayuda, así lo define la Real Academia Española (s.f.) Además, se define como la capacidad de incorporar la escucha activa y el entendimiento de las percepciones y perspectivas de las personas, así mismo, debe incorporar la ayuda y el acompañamiento en la toma de decisiones (Salas, 2019).

De ese modo, la asistencia orientada al turismo sería el acompañamiento o guía al turista en las necesidades que requiera de atención, para cumplir sus expectativas del destino que visita.

2.2 Estudios Previos

2.2.1 Centro de Información Turística

2.2.1.1 Funciones de los centros de información turística-Artículos científicos.

Los centros de información turística deben permitir la facilidad de acceder a un conjunto completo de información en relación con el territorio, prestadores de servicios turísticos, destinos turísticos, atractivos turísticos y servicios de apoyo (Hernan B et al., 2019). Por esa razón, deben tener información actualizada de los atractivos y servicios que ofrece el destino, a través de materiales informativos y promocionales de la oferta turística primaria y secundaria (Mazúchová y Pančíková, 2019).

Un estudio realizado por Lyu, S. y Lee, H. (2015) donde analizaron las preferencias de los turistas al recibir información de un centro de información turística. Los investigadores establecieron cinco atributos de las funcionalidades que pueda dar un centro de información turística. Dando como resultado que la interacción humana sigue siendo una variable importante al solicitar asesoramiento de diferentes destinos, y las otras variables se encuentran el servicio de reserva, la tecnología, el nivel de información y la locación.

Además, para Draper (2016) estableció en su investigación diez variables de las cuales porque los turistas visitan un centro de información turística. Por ende, determinó las

variables cómo: descubrir información general del destino, obtener un mapa de la zona, información sobre las actividades/atracciones, reservar un guía local, el uso de las instalaciones (baño), preguntar alguna dirección, comprar souvenirs, reservar excursiones, descansar en el área de estar, encontrar bebidas para refrescarse y reservar alojamientos.

Por otro lado, para Bodhawi (2018) las funcionalidades básicas que se debe tener en un centro de información turística son: el área de bienvenida, área de mostrador/consulta, exhibición de folletos, geografías y mapas, oficinas de gerente y baños públicos. No obstante, en un futuro se deben buscar mecanismos para brindar área de investigación informativa, sala de video, sala de visitante, ventas minoristas, servicio telefónico, biblioteca, cafetería, bocado de autoservicio, asientos al aire libre, teatro, áreas de juegos y sala de reuniones.

Asimismo, Herman et al. (2019) enfatizó en la importancia de los centros de información y promoción turística para la creación de una imagen de destino turístico en Rumania. Los investigadores llegaron a la conclusión que ocho centros se dedican a la investigación de mercado a nivel local y regional, diez en el desarrollo de propuestas turísticas a nivel local o regional y seis en el marketing turístico. Donde, las herramientas más utilizadas son mapas turísticos, volantes, folletos, guías de turistas y revistas.

Finalmente, Chikati (2019) investigó sobre los centros de información turística de Guateng, Sudáfrica. El recalca que los centros siguen siendo importantes para la industria del turismo, ya que ayuda a la difusión del destino a través del marketing y presenta un medio de comunicación para que los visitantes despejen cualquier consulta durante su permanencia en el sitio de visita. No obstante, presenta ciertas sugerencias donde deben permanecer las funciones tradicionales, revisar los nuevos servicios globales y el constante monitoreo en el cambio de tendencias de los visitantes.

En resumen, las funciones que presta un centro de información turística son el asesoramiento de las actividades a realizar en un destino, reservas de prestadores de servicios turísticos y la promoción de la ciudad a través del marketing para la creación de la marca del destino.

Tabla 2.1 Funciones que ofrece un centro de información y asistencia turística.

AUTORES	AÑO	FUNCIONES
Lyu, S. O., & Lee, H.	2015	Interacción humana, servicio de reserva, tecnología, nivel de información y locación.
Draper, J.	2016	Información general del destino y atractivos, obtener un mapa de la zona, reservar un guía local, uso de las instalaciones (baño), preguntar alguna dirección, comprar souvenirs, sentarse en la sala de estar, encontrar bebidas para refrescarse y reservar alojamientos.
Bodhawi, N	2018	<p>Funcionalidades básicas</p> <p>*Área de bienvenida, área de mostrador/consulta, exhibición de folletos, geografías y mapas, oficinas de gerente y baños públicos.</p> <p>Funcionalidades en un futuro</p> <p>*Área de investigación informativa, sala de video, sala de visitante, ventas minoristas, servicio telefónico, biblioteca, cafetería, bocado de autoservicio, asientos al aire libre, teatro, áreas de juegos y sala de reuniones.</p>
Herman, G. V., Caciora, T., Dumbrava, R., Sonko, S. M., Berdenov, Z. G., Safarov, R. Z., & Ungureanu, M	2019	Información en relación al territorio, prestadores de servicios turísticos, destinos turísticos, atractivos turísticos y servicios de apoyo.
Mazúchová, L., & Pančíková, K.	2019	Información actualizada de los atractivos y servicios que ofrece el destino. Brindar materiales informativos y promocionales.
Herman, G. V., Wendt, A. J., Dumbravă, R., & Gozner, M.	2019	Investigación de mercado a nivel local y regional, propuestas turísticas a nivel local o regional y el marketing turístico.
Chikati, S.	2019	Difusión del destino a través del marketing y presenta un medio de comunicación.

Elaboración propia.

Fuente: Lyu, S. O., & Lee, H. (2015), Draper, J. (2016), Bodhawi, N. (2018), Herman, G. et al. (2019), Mazúchová, L., & Pančíková, K. (2019), Herman, G. (2019) y Chikati, S. (2019).

2.2.1.2 Estudios de la Creación de un centro de información turística-Tesis previas.

De acuerdo a Rugama et al. (2017), en su tesis “*Creación de un centro de información turística en el municipio de Condega, Estelí. En el segundo semestre del 2017*” que tuvo como finalidad proponer un centro de información turística a través de la identificación de los atractivos turísticos, la promoción de los atractivos y servicios turísticos, y la elaboración de una propuesta para el Municipio de Condega. La investigación realizada fue de tipo descriptivo, ya que establecieron las características de esas variables llevando consigo la recolección, medición y evaluación de las mismas. También, fue explicativo porque establecieron las causas de esas dichas variables, donde los instrumentos de recolección fueron entrevistas estructuradas y encuestas.

Los resultados mostraron que los habitantes si desean que exista un centro de información turística, con la finalidad de que los visitantes conozcan los atractivos turísticos tangibles e intangibles, se les faciliten la información de las actividades a realizar, funcione como promoción turística y proporcione mapas actualizados de los principales atractivos turísticos. De modo similar, los servicios que les gustaría contar fueron folletos, trípticos y mapas, asesoramiento de las actividades culturales y gastronómicas, y cambios de divisas.

Además, para Montenegro, C. (2021) en su tesis “*Diseño Integral del Centro de Información Turística en la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui*”, que tuvo como finalidad proponer un centro de información turística a través del diagnóstico operativo, estructural y financiero, y la elaboración de una propuesta para el cantón Rumiñahui. La recolección de datos fue hecha con encuestas y para la obtención de los resultados fue la metodología de cruce de variables en las preguntas. Donde, la población fue elegida de manera aleatoria, pero que no resida en el cantón. También, otro instrumento de recolección fueron las entrevistas a profesionales y expertos del área turística. La obtención de los resultados fue por medio del análisis de sus opiniones.

Los resultados muestran que, en gran porcentaje los turistas visitan el cantón una vez al año, prefieren complejos turísticos privados; no cuenta con información suficiente previa al viaje; el perfil del turista son familias con mayor frecuencia los fines de semana y prefieren ir por cuenta propia. No obstante, si estuviesen de acuerdo en buscar un centro

de información turística que les brinde asesoramiento antes y durante el viaje. Por otra parte, en relación con los resultados de las entrevistas se indica que se necesita capacitar al recurso humano para que brinde información precisa e importante de los prestadores de servicios turísticos, actualizar constantemente los datos en la página web, realizar una nueva propuesta estructural y funcional que les facilite el desempeño laboral, ayudar a emprendedores turísticos y entregar trípticos o dípticos que les facilite más información y promoción al turista.

En definitiva, la comunidad en los dos proyectos integradores estaban de acuerdo en crear un centro de información turística para que les brinde a los turistas asesoramiento antes y durante el viaje, materiales para la promoción turística y el apoyo a actores locales de la comunidad.

Tabla 2.2 Tesis previas relacionadas a la creación de un centro de información.

AUTORES	AÑO	UNIVERSIDAD	HERRAMIENTAS	RESULTADOS
Rugama Bravo, F. J., Lira Talavera, O. V., & Cárcamo Urbina, T. L.	2017	Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua	Entrevistas estructuradas y encuestas	Los resultados muestran que los servicios que prefieren son en este orden: todas las anteriores, folletos, trípticos y mapas, información turística, ventas de artesanías y souvenirs, cafetería, cambio de moneda, correos postales, bar de bebidas nacionales y extranjeras, internet y llamadas internacionales.
Montenegro Bonilla, C. V.	2021	Universidad Central del Ecuador	Entrevistas estructuradas y encuestas	Asesoramiento antes y durante el viaje, información en página web, realizar una nueva propuesta estructural y funcional, ayudar emprendedores turísticos y entrega de trípticos y folletos.

Fuente: Rugama Bravo, F. J., Lira Talavera, O. V., & Cárcamo Urbina, T. L. (2017) y Montenegro Bonilla, C. V. (2021)
Elaboración propia

2.2.1.3 Intenciones previas para la creación de un centro de información por parte del Ministerio del Turismo en Guayaquil.

Dentro del PLANDETUR 2011-2014 se hace mención del proyecto de dinamización de la Descentralización Turística impulsado en el año 2006 por el SENPLADES y el MEF; en el que se estableció un Convenio de Transferencia de Competencias a los municipios descentralizados; con una de sus finalidades era ejecutar oficinas de información turística i-Tur.

En el año 2009 se priorizaron 12 destinos para la aplicación de *facilidades turísticas* con el objetivo de llevar a cabo las oficinas i-Tur, cuyo propósito eran proporcionar servicios de información y asistir a los turistas que visitaran los atractivos a nivel nacional. Ese mismo año se ejecutaron 52 oficinas i-Tur, que para el año de aplicación del PLANDETUR 2011-2014 ninguna se encontraba en estado vigente.

Además, para el mismo año el Convenio de Transferencia de Competencias a los municipios descentralizados se encontraba caducado, ocasionando una suspensión en sus actividades, de este modo requerían una socialización con los Gobiernos Autónomos Descentralizados para su renovación y así lograr la operatividad de los establecimientos i-Tur.

En la actualidad, a través del Portal Único de Trámites Ciudadanos, el Ministerio de Turismo (2021) brinda el servicio de atención a quejas y reclamos para turistas nacionales y extranjeros que hayan sido sujetos de alguna inconformidad respecto a los distintos servicios o establecimientos turísticos de Ecuador. Este servicio será una referencia dentro del presente proyecto para la creación de un nuevo centro de información y asistencia al turista.

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

La investigación cualitativa, en base al análisis de Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014), es un enfoque que desarrolla preguntas e hipótesis durante todo el proceso de la recolección y análisis de datos. Según Savin-Badén y Major (2013) se lo puede reconocer también como una investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, conceptos que hacen parte del conocido “paraguas para efectuar estudios”. Este tipo de investigación se basa en un proceso inductivo que explora y describe para luego generar hipótesis, es decir, van de lo particular a lo general, así lo explica Esterberg (2002). Dentro de la exploración, este enfoque tiene un método de recolección de datos no estandarizados para poder obtener perspectivas de los participantes, así se denominan los datos cualitativos.

Otro tipo de investigación identificado es de tipo exploratorio, como define Hernández Sampieri (2014), los estudios exploratorios normalmente se dan cuando el objetivo es examinar un problema de investigación poco estudiado, adicional, sirven para familiarizarnos con fenómenos poco conocidos y lograr una investigación en base a la vida real, así se pueden definir conceptos o variables y sugerir afirmaciones (Zafra Galvis, 2006).

Es importante determinar que la presente investigación es de tipo cualitativo y descriptivo porque se busca definir nuevas ideas a partir de los datos recolectados y analizados cualitativamente, además, prioriza comprender una situación de carácter social.

3.2 Población y muestra

Las dos poblaciones trabajadas fueron escogidas y divididas en relación con las técnicas de recolección de datos de la investigación cualitativa como son las entrevistas estructuradas y el grupo focal.

Se aplica el muestreo de conveniencia que de acuerdo con Casal y Mateu (2003) consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a la de la población objetivo y, además, se considera el criterio de saturación de la información, que hace referencia al momento en el que, después de cierto número de entrevistas la información recolectada deja de aportar datos nuevos a la investigación (Miguel Valles, 1997).

Al ser una investigación cualitativa, el tamaño de la muestra no pretende ser representativa para universalizar resultados, sino para lograr un reconocimiento de la información brindada por parte de los profesionales en el sector turístico, y un análisis de la experiencia y percepciones de los turistas durante su estadía en la ciudad de Guayaquil.

Durante las entrevistas semiestructuradas, se utilizó una población que tenga experiencia y conocimiento en el sector turístico. La muestra y el tamaño de la muestra escogida tomando en cuenta el criterio de saturación fueron de seis actores estratégicos que formen parte del sector turístico: Ministerio del Turismo, la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, Agencia de viaje, supervisora del I-Tur de la ciudad de Cuenca y consultora turística.

Tabla 3.1 Muestra de las Entrevistas Semiestructuradas

ENTREVISTAS	MUESTRA	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Grupo	Experiencia y conocimiento en el sector turístico.	6 integrantes

Elaboración propia

En la segunda muestra, en el grupo focal se utilizó la población de turistas que hayan visitado una o más veces la ciudad de Guayaquil. La muestra son los turistas o visitantes que no residan en la ciudad de Guayaquil y que por lo menos una vez hayan visitado la ciudad con la finalidad de realizar actividades turísticas y el tamaño de la muestra fue de 5 integrantes.

Tabla 3.2 Muestra del Grupo Focal

GRUPO FOCAL	MUESTRA	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Grupo 1	Turistas que no residan en la ciudad de Guayaquil y que por lo menos una vez hayan visitado la ciudad.	5 integrantes

Elaboración propia

3.3 Instrumentos de investigación

3.3.1 Análisis de documentos

Como el nombre lo indica, el primer instrumento de investigación técnico utilizado fue el análisis documental, que según García Gutiérrez., (2002) consiste en un conjunto de operaciones intelectuales que buscan describir los documentos para facilitar su recuperación, es decir una extracción científico-informativa para el estudio de un documento, sin embargo, se realizó en conjunto al análisis interno o de contenido.

El análisis de contenido se emplea para estudiar documentos de cualquier tipo, es una metodología sistemática porque usa procedimientos y variables que responden a diseños de estudio. Este procedimiento científico tiene como objetivo la extracción de información pertinente al tema de estudio para su posterior manejo. (Bernete, F, 2013)

De este modo, la presente investigación empleó el análisis de contenido de una variedad de documentos relacionados al objeto de estudio, es decir, un centro de información turística, los cuales se encuentran detallados en el capítulo 2 de estudios previos.

3.3.2 Entrevistas

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa para recolectar datos y se lleva a cabo mediante una conversación que tiene una finalidad en específico (Diccionario de ciencias de la educación, 1983). De tal forma que, Cerón (2006) establece que la comunicación interpersonal entre el sujeto de estudio y el investigador es primordial para obtener información que ayuden a encontrar respuestas al problema planteado.

Las entrevistas se dividen en 3 tipos: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas. Para el presente caso se escogió un formato de entrevistas semiestructuradas por el tipo de ambiente en que se desarrollaron y la manera espontánea de la conversación siempre y cuando se interrogaran las preguntas previamente planificadas, acorde al ritmo de la conversa porque según tal persona, ofrecen un grado de flexibilidad aceptable y además mantienen la uniformidad para lograr interpretaciones orientados al propósito de estudio (Flick U, 2007).

3.3.2.1 Diseño de entrevistas

El presente estudio tuvo como objetivo establecer las funciones de las organizaciones públicas y privadas involucradas en el centro de información y asistencia turística. La propuesta de valor que puede tener el centro de información, y la identificación de ciertos procesos legales y operacionales a tener en el centro de información turística. También, ayudó a identificar los distintos actores y las funcionalidades de cada departamento a operar en el centro de información.

Los principales participantes de las entrevistas fueron personas expertas en el sector turístico que compartieron sus conocimientos sobre un centro de información turística y respondieron a las interrogantes de manera espontánea e imparcial.

Para el análisis se realizaron 2 etapas, la primera consistió en la transcripción completa de las entrevistas y la segunda etapa fue la codificación que consistió en reconocer la propuesta de valor que puede tener el centro, y los posibles actores a participar en el centro. De manera que, se analizaron los posibles beneficios a tener en el centro de información y los organismos pertinentes.

3.3.3 Grupo Focal

Para Escobar y Bonilla (2017), los grupos focales son una técnica de recolección de datos cualitativos que consisten en una entrevista grupal con preguntas semiestructuradas, en donde se dialoga de un tema que es planteado por el investigador. Asimismo, Silveira et al. (2015) enfatiza que se intercambian ideas y opiniones que pueden ser contestadas y refutadas por otros participantes con la finalidad de percibir consensos colectivos.

Por otro lado, para Pacheco y Salazar (2020) enfatiza que el rol del moderador es importante, ya que debe generar un ambiente agradable y propicio para la recopilación de información y se recomienda que sea de 30 a 60 minutos el grupo focal. Para dar inicio al grupo focal Aigner (2009) da ciertas recomendaciones como elaborar un guion de preguntas de acuerdo a la experiencia de los entrevistados, prevalecer un lenguaje accesible, enfatizar el propósito del estudio, generar una buena relación activa con los participantes, y saber confrontar ciertos puntos de vistas y opiniones que puedan afectar el desenvolvimiento de la reunión.

3.3.3.1 Diseño de Grupo Focal

El presente estudio estableció como objetivo reconocer las necesidades y expectativas de los turistas que visitaron la ciudad de Guayaquil y un modelo que contextualice que beneficios y funcionalidades que pueda otorgarles un centro de información y asistencia turística desde la perspectiva del visitante en su experiencia natural.

En el estudio se analizaron dos variables. La primera es en relación con las necesidades, por consiguiente, puede conceptualizarse como “una evaluación que pone de manifiesto un desfase en una situación analizada y otra considerada ideal o de referencia” (Moreno et al., 2015). De modo que, la necesidad es una carencia de algún servicio y ayuda ante una situación pasada, y que puede ser en un futuro como referencia para atender y cubrir esos requerimientos.

Por otro lado, la otra variable es expectativa. Por lo tanto, se puede conceptualizar como “posibilidad razonable de que algo suceda” (RAE, 2021). De manera que, saber sus opiniones, aportaciones de ideas y cuestionarse la factibilidad de la creación de un centro de información turística ante las necesidades y sus requerimientos.

Para el desarrollo del grupo focal se establecieron 16 preguntas de las cuales fueron divididas: 2 preguntas de apertura, 3 preguntas introductorias, 8 preguntas de transición y 3 preguntas cierre. El tiempo estimado del grupo focal fue de 1 hora aproximadamente, con la participación de 5 integrantes.

La herramienta utilizada fue la plataforma de Zoom que permitió generar ese acercamiento con los integrantes del grupo focal de manera interactiva.

3.4 Herramientas para la presentación de los resultados

3.4.1 Bizagi

Es un software que brinda ayuda en los mapeos de procesos de negocios para identificar las oportunidades de mejora y lograr la eficiencia en una organización. (Bizagi Modeler, s.f)

Este software hace parte del BPM, que es una gestión de procesos y se pueden ser: modelados, automatizados, monitoreados y optimizados continuamente, así lo define BMP (2009). Uno de los beneficios de este modelo es que permite modelar los procesos de una manera agrupada y estandarizada proporcionando un entendimiento a todas las personas involucradas dentro de los procesos de una organización (Bizagi, 2010).

De esta manera, se realizó una serie de procesos para los departamentos identificados para el centro de información turística, basado en la atención al cliente y procesos internos operativos. Esto permitió establecer protocolos para las distintas funciones y actividades pertinentes.

3.4.2 AutoCAD 2D

La compañía Autodesk dedicada a la creación de softwares 2D y 3D para el diseño de objetos en la industria de la construcción, ingenierías, entre otras. A lo largo de los años, ha venido desarrollando diferentes programas; por ejemplo, AutoCAD que permite crear dibujos técnicos. De acuerdo a la compañía Autodesk (2020), AutoCAD 2D permite diseñar de forma rápida y precisa, a través de plantillas y diferentes herramientas de dibujo técnico.

De manera que el programa AutoCAD 2D permitió diseñar un plano arquitectónico de los ambientes básicos a tener en el centro de información turística.

3.4.3 Pirámide de Kelsen

Hans Kelsen propuso una pirámide de jerarquía normativa en relación al orden jurídico. En donde, las categorías que se encuentre en niveles superiores tengan una mayor alcance y referencia que las normativas de categorías inferiores. Para Galindo (2018) en su estudio enfatizó que son normativas que deben respetarse y en relación a la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia de 2008 decidió establecer tres niveles:

En el primer nivel **fundamental** estuvo la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia y tratados internacionales en relación a los derechos humanos

En el segundo nivel **legal** estuvo las leyes locales, Estatutos Autónomos Departamentales y Ordenanzas Municipales.

En el tercer nivel **sublegal** se encontró las normativas jurídicas que no tienen el rango de una ley formal como son los testamentos, decretos y sentencias

No obstante, de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (**CRE**) 2008 en la sección supremacía de la constitución específicamente en el **Art. 424** hace hincapié que la Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier ordenamiento Jurídico.

Además, en el **Art. 425** propone un orden jerárquico que es el siguiente:

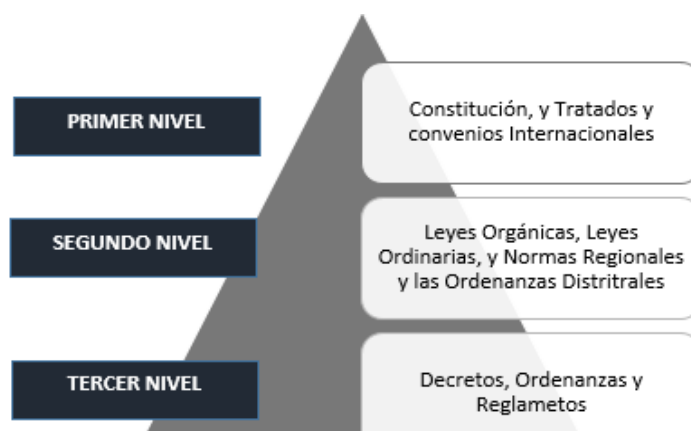


Ilustración 3.1 Orden jerárquico del Art. 425 de la CRE.

Elaboración propia

Cada país debe cumplir con sus normativas y su estructura jerárquica a nivel jurídico para el cumplimiento de un control social. Es por esta razón, es esencial saber qué orden jerárquico tiene la CRE con la finalidad de saber que procedimientos y que acuerdo es primordial para la creación de un centro de información y asistencia turística en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 Resultados de entrevistas semiestructuradas

Para cumplir con el objetivo número 1 y 3 del presente proyecto se llevaron a cabo una serie de entrevistas dirigidas a expertos en el turismo con el propósito de hallar las variables principales “actores de organizaciones públicas y privadas” y “propuesta de valor”. Es necesario conocer que estas dos variables permiten conocer a los actores necesarios para el funcionamiento de un centro de información y asistencia turística mediante la aprobación o permisos de los servicios que se prestarán, además serán parte de un organigrama organizacional importante para la toma de decisiones.

4.1.1 Actores de las organizaciones públicas y privadas

A continuación, se muestra la tabla que recopila la información obtenida mediante codificación de entrevistas para obtener específicamente a los actores identificados, una vez aplicado el filtro se puede realizar un contraste y seleccionar a los más importantes.

Tabla 4.1 Codificación de entrevistas. Organizaciones públicas y privadas.

OPINIÓN	ACTOR 1	FILTRO DE LOS ACTORES
<i>“Hay cosas que nunca cambian. Las necesidades que tiene un turista cuando está en una ciudad extranjera es la vulnerabilidad, peor si no habla un idioma extranjero. Entonces debería suplir a las necesidades que se extranjero pueda tener. Por ejemplo: si le robaron, primero saber el idioma o buscar una manera de comunicarse con ese señor. Y lo que te responden: tiene que ir a la fiscalía y tal vez para el turista no saben que debe realizar, ya que cada país se maneja de manera diferente lo administrativo. Pero si sería una gran funcionalidad, que esa persona le esté llenando el formulario, le voy a imprimir, vaya con esto a la dirección tal, le llamo un seguro y que la fiscalía le firme ese formulario debido a que los seguros de viaje cubren si es que tiene un sello firmado que avale que eso le paso al turista. Para que atienda directamente al turista y agilite el proceso. Serían los Empresarios Turísticos, CAPTUR, Ministerio de Turismo, Universidades de Educación Superior para hacer convenios para que los estudiantes hagan prácticas, Policía Nacional, Fiscalía del Guayas, Empresa Pública Municipalidad de Turismo y la Asociación de Operadores y Restaurantes. Una ambulancia o un</i>		<ul style="list-style-type: none">▪ Empresarios turísticos▪ CAPTUR▪ Ministerio de Turismo▪ Universidades de Educación Superior▪ Policía Nacional▪ Fiscalía del Guayas▪ Empresa Pública Municipalidad de Turismo▪ Asociación de Operadores Turísticos y Restaurantes▪ Departamentos de salud

departamento de salud, en caso de un turista le pasaran algo en el Cerro Santa Ana. Las personas sabían para los programas. La Asociación de operadores turísticos puede poner una persona ya que ellos se pueden beneficiar en la venta de esos programas turísticos.”

ACTOR 2

“Ministerio de Relaciones Externas, toda la planta Turística, Ministerio de Salud, Policía Nacional. Los departamentos van a depender de cada ciudad, si existe un problema alto de delincuencia ayudarle con ese tema de Fiscalía sería muy bueno. Pero, acá en temas de Salud vienen muy poco. En cuenca tenemos el programa de Policía Turística. Los estudiantes para que ayuden en la atención del cliente y tengan experiencia con el manejo de inglés.”

- Ministerio de Relaciones Exteriores
- Actores de la planta turística
- Ministerio de Salud
- Policía Turística
- Fiscalía del Guayas
- Estudiantes

ACTOR 3

“Debe promoverse mesas consultivas de trabajo entre la empresa pública y la academia, alguien debe coordinar estos procesos colaborativos entre la parte legal, academia y diferentes actores de la salud dependiendo de donde se tenga visto los lugares estratégicos. Igual todo proyecto es perfectible, se puede empezar con 2 o 3 actores y en el transcurso se puede tener pruebas error y se va puliendo el proyecto, dependiendo de las situaciones que aparezcan se pueden ir sumando más actores, la cámara de turismo, las asociaciones de cámara de turismo, asociación de operadores.”

- La academia
- Actores de la salud
- Cámara de turismo
- Asociación de operadores
- Empresa pública (Ministerios y municipios)

ACTOR 4

“Las personas ideales a trabajar en el centro de información turística son los operadores turísticos, ya que ellos son los encargados de armar el paquete turístico y trabajan de manera más cercana con el turista, es decir, dan la cara al turista. Beneficia porque trabaja la institución pública, la empresa privada (guías turísticos, toda la cadena de valor turística). Los operadores deben venderles directamente a los turistas, dentro de un centro de información turística. Asociación de operadores del Guayas, veeduría, colegios profesionales, la cámara de turismo.”

- Asociación de operadores del Guayas
- Empresa privada (prestadores de servicios)
- Colegios profesionales
- Cámara de turismo
- Veeduría turística

ACTOR 5

“Dependiendo bajo que jurisdicción, el Gad descentralizado, el municipio de Guayaquil y la dirección del turismo. Empresa privada con sus prestadores turísticos, operación turística, la policía turística y la fiscalía.”

- Gobierno Autónomo Descentralizado
- Dirección de Guayaquil
- Municipio de Guayaquil
- Empresa privada

ACTOR 6

“Es importante que el GAD local debe ser un eje importante y promotor del centro de información. El Ministerio de Turismo, también me parece chévere integrar el Ministerio de Producción de Comercio Exterior porque la oferta exportable del país como cacao, camarón, banano, rosas, sombrero de paja toquilla y entre otros, son muy importantes para el storytelling, ya que el turista siempre busca lo diferenciador y puede acompañarla muy bien al turismo tenerlo en vitrinas de exportación. Además, como procesos de valor puede ser el Ministerio de Cultura, Ministerio de Ambiente, la Cancillería o en este caso el Ministerio de Relaciones Exteriores debido a que las personas suelen preguntar la visa o el pasaporte, y se les

- Gobierno Autónomo Descentralizado local
- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Producción de Comercio Exterior
- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Ambiente
- Ministerio de Relaciones Exteriores
- Ministerio de Gobierno
- Ministerio de Justicia
- Fundaciones
- Empresa privada

puede dar un asesoramiento. El Ministerio de Gobierno también puede ser, y si es un tema de fiscalía el Ministerio de Justicia. Hay conseguir la contraparte como las fundaciones y empresas privadas que tienen diferentes proyectos en relación al apoyo a la sociedad, y es importante integrarlas. Sus productos también pueden estar en las vitrinas.”

Elaboración propia basada en la información de las entrevistas.

Durante la exploración de información, todos los entrevistados han llegado a la conclusión de que la academia es un actor importante porque están en constante actualización de información. Además, 4 de 6 entrevistados enfatizaron en la trascendencia de que la empresa pública y privada trabajen en conjunto, siendo así que el Ministerio de turismo y los prestadores de servicios turísticos son necesarios. Por otro lado, 2 de 6 participantes mencionaron la necesidad de trabajar con el Gobierno Autónomo Descentralizado local para que sea posible la creación de este centro de información y asistencia al turista.

Clasificación de los actores

PÚBLICOS

- *Ministerio de Turismo*
- *Municipio de Guayaquil*
- *Gobierno autónomo descentralizado municipal de Guayaquil*
- *Fiscalía Provincial del Guayas*
- *Ministerio de Salud Pública*

PRIVADOS

- *Asociación de operadores turísticos del Guayas*
- *Cámara de turismo del Guayas*
- *Prestadores de servicios turísticos*
- *CAPTUR*

Ilustración 4.1 Clasificación de los actores públicos y privados.

Elaboración propia

Respecto a los departamentos que debería tener el presente proyecto, se identificaron algunos en relación con los servicios que se deben brindar. El primer departamento fue reconocido por el entrevistado 4 como veeduría, así mismo otros 5 participantes identificaron este mismo departamento como departamento legal, es decir, es de gran relevancia contar con los actores de la fiscalía provincial del Guayas, la Policía Turística y Ministerio de Justicia. Por otro lado, la mitad de los entrevistados hicieron

hincapié en un espacio de venta de tickets donde debe participar la Asociación de operadores del Guayas, sin embargo, cómo hicieron notar los 6 participantes, esta venta debe ser regulada por la Cámara de Turismo. Finalmente, sólo 3 entrevistados mencionaron un departamento de Salud, que cumpla con funciones de derivar a los turistas a otros centros médicos.

En base a estos resultados se puede destacar que el departamento de mayor relevancia y necesidad es el de veeduría, con el fin de receptar denuncias, agilizar procesos legales y reforzar la seguridad de los turistas, en comparación de un departamento de salud que no fue identificado por todos los entrevistados. Adicionalmente, un espacio de venta de tickets a cargo de la Cámara de turismo y operador por la Asociación de operadores del Guayas despertó el interés en los entrevistados. Para concluir, el Ministerio de Turismo es el principal actor identificado por los 6 participantes para la creación del Centro de información y asistencia al turista.

4.1.2 Propuestas de valor o servicios innovadores

Por otra parte, la meta para este centro de información y asistencias al turista es aportar un valor agregado que capte la atención de los turistas y que, además, mejore la experiencia durante su estadía en la ciudad de Guayaquil. La tabla muestra los resultados mediante codificación de las actividades extras que puede abarcar un centro de información turística.

Tabla 4.2 Codificación de entrevistas. Propuestas de valor.

OPINIÓN	FILTRO DE LOS ACTORES
ACTOR 1	
<p><i>“En el campus de Las Peñas la planta baja puede ser el centro de información turística y en la parte de arriba restaurantes. Una tarjeta de regalo que pueda tener el uso de la metrovía, aerovía, la entrada a ciertos museos y el cruce en bote a la Isla Santay. Es importante la venta de la ciudad. Productos que se utilicen en otro lado; por ejemplo: autoguías. Tener un megáfono en caso de algunas recomendaciones o en casos de emergencias. Pueda recibir reclamos y quejas. El centro de información que tan importante puede realizar un Observatorio Turístico. Puede ser un servicio de manera interna en la generación de datos. Puede ser desde la venta de Souvenirs hasta ventas de esos programas. Entonces el ITUR debe ser sostenible, a través de los servicios y la gestión. Puede ser un lugar para levantar estadísticas, mientras el turista pide información y que sea súper rápido para llenar una encuesta.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarjeta de regalo que incluya transportes. ▪ Autoguías ▪ Megáfono en caso de emergencias ▪ Observatorio turístico ▪ Venta de souvenirs ▪ Venta de programas turísticos ▪ Recibir reclamos y quejas
ACTOR 2	
<p><i>“Levantamos datos de quienes llegan acá, pero necesitamos trabajar en un observatorio turístico. El centro de información va a depender del número de flujo de turistas y hacerlo un poco más dinámico, pantallas táctiles para que puedan acceder a la información.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observatorio turístico ▪ Pantallas táctiles
ACTOR 3	
<p><i>“Promoción de la ciudad, hacer participe a la misma comunidad, puntos de emprendimiento al pie del centro de información turística para que el emprendedor local pueda ofrecer lo que elabora, para que la comunidad se sienta parte de.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puntos de emprendimiento ▪ Promoción de la ciudad
ACTOR 4	
<p><i>“Departamento de veeduría turística porque abarca todo, oficina de servicios al cliente donde se atiendan reclamos y denuncias, oficina de ayuda social, departamento legal, departamento gestor hacia los centros médicos. Departamento de capacitaciones también que lo daba el Mintur, para los guías, los choferes, los saloneros.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Departamento de capacitaciones ▪ Departamento de veeduría turística.
ACTOR 5	

“Puede ser un punto de conexión para la medición de gustos y servicios de los turistas, como puntos satélites o un observatorio turístico. En cuestión de innovación pueden ser los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. Realidad aumentada, sensorización, códigos QR, hacer sentir al turismo como parte de Guayaquil, holograma, metaversos.”

- Observatorio turístico
- Realidad Aumentada
- Sensorización
- Códigos QR
- Hologramas
- Metaversos

ACTOR 6

“Venta de tickets, Tours, alimentación, servicios, información, actividades promocionales, vitrinas de exhibición de productos, puntos para tomarse fotos, recopilación de información, eventos de cooking class y culturales, exhibición de películas, alquiler de casilleros, estación para cargar celulares, puntos de reciclaje, punto de free wifi o en caso de que acceda si llene la encuesta, punto para recibir quejas y punto de encuentro. Además, un punto para recopilar información y el levantamiento de estadísticas.”

- Venta de tickets
- Venta de tours
- Zona de alimentación
- Servicios de información
- Exhibición de productos
- Zona fotográfica
- Eventos de cooking class
- Eventos culturales
- Exhibición de películas
- Alquiler de casilleros
- Estación para cargar celulares
- Puntos de reciclaje
- Punto de Wifi
- Punto para recibir quejas

Elaboración propia basada en la información de las entrevistas.

Los entrevistados generaron una idea en común y es que el centro de información y asistencia al turista tiene el potencial para brindar información al turista en colaboración con el observatorio turístico. Además, los sistemas digitales para la asistencia al cliente también son un factor influyente en la experiencia final del turista, debido a que la sociedad actual maneja la mayor cantidad de información por internet, sin embargo, hay personas que aún prefieren el contacto persona a persona al momento de solicitar asistencia turística, así lo menciona el entrevistado 4.

Sistemas tecnológicos sugeridos

Entre las opciones mencionadas por 2 de los entrevistados se encuentran los megáfonos, información brindada por medio de códigos QR, sensorización, metaversos, hologramas y realidad aumentada. Ellos esperan que se note la innovación tecnológica al momento de buscar información o mostrar los atractivos turísticos de la ciudad.

Actividades dinámicas

Para este segmento, 3 de 6 entrevistados han concordado en que el centro de información y asistencia al turista puede contener un espacio para emprendimientos que incluyan la venta de souvenirs o la exhibición de productos. Por otro lado, un participante ha mencionado que se podrían ofrecer actividades en calidad de eventos culturales e incluir una zona de sociabilidad como una zona fotográfica.

PROPUESTA DE VALOR IDENTIFICADA POR LOS ENTREVISTADOS



Ilustración 4.2 Propuestas de valor.

Elaboración propia

Todas estas opciones han sido tomadas en cuenta para lograr que el turista, además de solicitar asistencia e información, tenga los medios para una auto búsqueda y sea capaz de utilizar las herramientas que el centro de información y asistencia al turista tendrá para agilizar el proceso de consultas.

4.2 Grupo Focal

El grupo focal tuvo la finalidad de conocer la experiencia y necesidades que tuvieron los turistas nacionales durante su visita a la ciudad de Guayaquil. Además, de comprender las expectativas de la creación de un centro de información y asistencia turística.

4.2.1 Experiencia positiva y negativa del turista

A continuación, se presenta la tabla de las experiencias positivas y negativas de los turistas nacionales:

Tabla 4.3 Experiencia positiva y negativa del turista nacional

NO. ACTOR	EXPERIENCIA	
	POSITIVA	NEGATIVA
ACTOR 1	<i>“Una ciudad donde hay muchos lugares que ir, cada día es como una aventura, diferentes bares, locales que puedes consumir, ver arte, parques para visitar en familia y amigos. Es muy interesante en la vida nocturna en Guayaquil.”</i>	<i>“La inseguridad que se siente. Hay que ir con mucho cuidado, estar pendiente y mirar a todos lados”.</i>
ACTOR 2	<i>“La ciudad de Guayaquil me llama la atención porque la ciudad es muy colorida, muy alegre, y la música. Dentro de las actividades que he realizado he conocido nuevos restaurantes y museos. Me encanto el Malecón cada lugar es único.”</i>	<i>“Las noticias, me gusta verlas y veo puras noticias de que en Guayaquil pasa esto y son problemas de inseguridad que causan miedo. Eso genera inseguridad hasta cuando viaja la ciudad.”</i>
ACTOR 3	<i>“Guayaquil es muy acogedor, disfrutamos en familia cuando vamos para allá. Tengo muy bonitos recuerdos de allá, es un lugar que siempre está cambiando, está innovando, es muy lindo, pero a veces no me gusta mucho porque hace calor. Pero es muy bonito para pasarla en familia.”</i>	<i>“Yo viajo y las veces que he viajado. Al entrar en la ciudad de siente un mal olor y el ambiente, la basura por el lugar de la cervecería Nacional. Entonces se debe tratar de tener la ciudad limpia siempre”.</i>
ACTOR 4	<i>“Su gente es cálida, amigable, la comida es deliciosa, hay muchos lugares por recorrer. Me gusto las peñas, el faro y se puede ver toda la ciudad. Esta cerca del malecón y la aerovía.”</i>	<i>“Da miedo estar en zonas muy transitadas por el miedo al robo y que la gente no respeta su turno al entrar un lugar turístico como la aerovía.”.</i>
ACTOR 5	<i>“Los lugares más turísticos que visite y me gusto el Malecón y El Morgan. También, me gusto la comida y la aerovía.”</i>	<i>“Los vendedores ambulantes causaban malestar, porque uno llega a un lugar a disfrutar y parece que te van a caer y con la presión que le compres. Y también, pareciera que ya te van a robar”.</i>

Elaboración propia basada en las opiniones y comentarios del grupo focal.

Identificación de Insights

Se pensaba que...

Guayaquil era una ciudad solo para visitar con fines corporativos y comerciales

Pero también es...

Una ciudad cálida, amigable y colorida para visitar con amigos y en familia.

Se pensaba que...

Guayaquil era una ciudad que solo causaba malestar e inseguridad por los robos.

Pero también...

Los turistas nacionales tienen algún tipo de malestar por los vendedores ambulantes y la basura en las calles.

Se pensaba que...

Guayaquil era una ciudad donde los turistas preferían ir a restaurantes y visitar lugares recurrentes.

Pero también...

Los turistas nacionales visitan parques, museos, bares y discotecas.

Point Of View

Los Point of View identificados en relación a los comentarios sobre la experiencia negativa de los turistas durante su visita a la ciudad de Guayaquil son los siguientes:

- ✓ Los turistas nacionales necesitan que se les brinde mayor seguridad porque les da miedo estar en zonas muy transitadas y los vendedores ambulantes generan algún tipo de malestar.
- ✓ Los turistas nacionales necesitan ver a la ciudad de Guayaquil más limpia porque la basura genera malos olores y un mal ambiente.
- ✓ Los turistas nacionales necesitan que se les brinde mayor control en los atractivos turísticos porque las personas no respetan su turno al ingreso.

Point of View elegido

“Los turistas nacionales necesitan que se les brinde mayor seguridad porque les da miedo estar en zonas muy transitadas y los vendedores ambulantes generan algún tipo de malestar.”

La inseguridad es uno de los principales ejes a trabajar y resolver, ya que les genera puntos de dolor a los turistas nacionales durante su estadía en la ciudad de Guayaquil. Por lo tanto, el centro de información y asistencia turística deberá trabajar de manera colaborativa con la Policía Nacional y presentar diferentes estrategias y acciones.

4.2.2 Necesidades del turista durante su estadía

A continuación, se presenta la tabla de las necesidades de los turistas nacionales durante su estadía en la ciudad de Guayaquil:

Tabla 4.4 Necesidades del turista durante su estadía en Guayaquil.

NECESIDADES		
NO. ACTOR	OPINIÓN	VARIABLE
ACTOR 1	<i>“Yo he visitado ciertos lugares y resulta que está cerrado, y esa información no está actualizada. Yo veo las recomendaciones en redes sociales”</i>	INFORMACIÓN
ACTOR 2	<i>“Yo visito lugares por recomendaciones y reviso redes sociales, pero haría más falta que cuando llegues a la ciudad te brinde información sobre los atractivos que puedas visitar, las cosas que puedo realizar sean interesantes y las cosas que no. Porque debemos aprovechar ese tiempo de calidad.”</i>	INFORMACIÓN
ACTOR 3	<i>“Existen lugares que no son muy conocidos de Guayaquil y la gente visita los mismos lugares. Es importante que se actualice la información, y que te entreguen información por categorías por ejemplos restaurantes, parques y lugares a visitar.”</i>	INFORMACIÓN
ACTOR 4	<i>“Yo soy de la ciudad de Riobamba, y como no estaba acostumbrado al clima. Sentía mucho calor y el sol me agotaba. Tuve que ponerme zapatos cómodos, gorra y protector solar.”</i>	COMODIDAD
ACTOR 5	<i>“Al llegar a la ciudad, les falta generar más promoción turística de la ciudad de los lugares que no son muy reconocidos. También, les faltan más guías que ayuden a dar recorridos de los lugares turísticos.”</i>	INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN

Elaboración propia basada en las opiniones y comentarios del grupo focal.

- ✓ 4 de las 5 turistas nacionales coinciden que durante su visita les faltó que se les brinde mayor información antes y durante el viaje, debido a que no encontraron suficiente información en páginas web, atractivos turísticos, precios de restaurantes, horarios de apertura y cierre de establecimientos turísticos.

- ✓ 1 de los 5 turistas nacionales identificó que, debido a no estar acostumbrado al clima, el sintió la necesidad de ponerse ropa cómoda y equiparse durante sus recorridos.
- ✓ 1 de los 5 turistas nacionales utilizó la palabra promoción turística, y mencionó a la ciudad de Guayaquil les falta generar mayor difusión de sus atractivos.

4.2.3 Necesidades y experiencia durante el viaje

A continuación, se presenta la tabla de las necesidades y experiencia durante el viaje, a través del reconocimiento de las necesidades de Abraham Maslow:

Tabla 4.5 Necesidades de Maslow identificadas en los turistas nacionales.

NIVEL 1 NIVEL MASLOW	NIVEL 2 VARIABLE	NIVEL 3 COMENTARIOS	NIVEL 4 IMPACTO
SOCIAL	<i>Amistad</i>	<i>Para pasarla en familia Su gente es cálida Su gente es amigable Para visitar en familias y amigos Es muy acogedor Muy alegre Interesante vida nocturna</i>	POSITIVO
	<i>Afecto</i>	<i>Lugares únicos Bonitos recuerdos Está cambiando Está innovando Muchos lugares por recorrer Muchos lugares que ir Es muy colorida La comida es deliciosa La música</i>	
SEGURIDAD	<i>Inseguridad</i>	<i>Hay que tener mucho cuidado Se siente Estar pendiente a todos lados Causan miedo Noticias Zonas muy transitadas No respetan su turno de espera Vendedores ambulantes</i>	NEGATIVO
	<i>Información</i>	<i>Lugares cerrados No está actualizada Se visita los mismos lugares Falta de promoción turística</i>	
	<i>Ambientales</i>	<i>Mal olor La basura</i>	
FISIOLOGICAS	<i>Clima</i>	<i>Hace mucho calor El sol me agotaba</i>	

Elaboración propia basada en las opiniones y comentarios del grupo focal. Las necesidades son en base la identificación de los 5 niveles de Abraham Maslow

Existen tres de los 5 niveles de Maslow identificados en los turistas nacionales durante su visita en la ciudad de Guayaquil. El nivel Fisiológico y de Seguridad tienen un efecto negativo en los turistas, mientras que el nivel Social genera un impacto positivo.

Impacto Negativo

- ✓ El nivel Fisiológico tiene una variable de clima en donde acorde a los comentarios brindados el sol les genera mucho calor y agotamiento, en consecuencia, afectando a su salud y la necesidad de estar constantemente tomando agua.
- ✓ El nivel Seguridad tiene tres variables de categoría 2: Inseguridad, Información y Ambientales. En primer lugar, está la de Inseguridad ya que pueden percibir el miedo en las zonas muy transitadas, cuando se les acerca los vendedores ambulantes, en ciertos lugares no existe un orden de espera y las noticias también causan pánico en sus receptores. En segundo lugar, está de información ya que encontraron cierto malestar al no haber encontrado información actualizada de horarios, atractivos pocos recurrentes y la falta de promoción turística de la ciudad. En tercer lugar, está la ambiental ya que los turistas perciben un mal olor por la basura en las calles.

Impacto Positivo

- ✓ El nivel Social tiene dos variables de categoría 2: Amistad y Afecto. En la variable de amistad, los turistas mencionaron que Guayaquil es una ciudad para visitar en familia y amigos, ya que su gente es cálida, amigable y acogedora. Y presenta opciones de vida nocturna para visitar en amigos. En la variable de afecto, los turistas generan un acercamiento con la ciudad porque les genera bonitos recuerdos, porque es una ciudad que está cambiando e innovando, su gastronomía y algunos lugares por recorrer.

En definitiva, el nivel a trabajar es el de seguridad por lo que presentan diferentes variables de nivel 2. No obstante, la variable de seguridad e información presentan más impacto negativo en los turistas.

4.2.4 Expectativas de la creación de un centro de información y asistencia turística

A continuación, se presenta la tabla de las opiniones de los turistas nacionales en relación a las expectativas de la creación de un centro de información y asistencia turística para la ciudad de Guayaquil:

Tabla 4.6 Nivel de expectativa de los turistas en la creación de un centro de información

EXPECTATIVAS		
NO. ACTOR	OPINIÓN	INDICADOR
ACTOR 1	<i>“Creería que debe enfocarse en algo más virtual o cosas tecnológías. Tener información actualizada de los precios, porque hay parques que ya no son públicos y se va tomar un valor que no estaba destinado a gastar en el viaje. Es importante, tener una categorización de los precios.”</i>	MEDIO
ACTOR 2	<i>“Actualmente, creería que la gente no va mucho a estos sitios por la pandemia, pero sería de gran ayuda. Y tal vez, le gustes revisar en página webs. Pero si sería importante tener un letrero grande al ingresar a la ciudad de que en caso de que desees recibir información de sitios a visitar puedas llamar a este número o ir presencial para recibir información de los atractivos.”</i>	BAJO
ACTOR 3	<i>“Puede mejorar la experiencia, a mí me gusta las cosas antiguas para saber más. Me gustan las redes sociales, pero si me gusta el contacto con otra persona para recibir información y asesoramiento”</i>	ALTO
ACTOR 4	<i>“Puede ser muy beneficioso para la ciudad, ya que muchas personas al igual que yo que no saben qué lugares visitar durante su estadía en la ciudad de Guayaquil. Es por ello, que el centro puede ser un lugar para que exista una mejor organización y promoción de la ciudad.”</i>	ALTO
ACTOR 5	<i>“La creación de un centro de información y asistencia me parece una buena idea. Pero el centro debe contar con herramientas tecnológicas que permitan mejorar la experiencia del visitante. Así también hay personas que no les gusta mucho la tecnología y prefieren visitar el lugar para recibir información de los atractivos.</i>	ALTO

Elaboración propia basada en las opiniones y comentarios del grupo focal.

El análisis de las opiniones de acuerdo al nivel alto, medio y bajo.

Tabla 4.7 Resultados de nivel de expectativa

ALTO	MEDIO	BAJA
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Mejorar la experiencia. ◆ Asesoramiento personal. ◆ Muy beneficioso para la ciudad. ◆ Mejor organización y promoción. ◆ Herramientas tecnológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Algo más virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ La gente no va estos lugares por la pandemia.

La creación de un centro de información y asistencia turística para la ciudad de Guayaquil genera una expectativa alta en los turistas nacionales, ya que va a mejorar la experiencia, va a existir el asesoramiento personalizado, de gran beneficio para la ciudad y ayudará a la organización y promoción.

CAPÍTULO 5

5. PROPUESTA TÉCNICA, LEGAL Y FINANCIERA

5.1 Propuesta Técnica

En el presente capítulo se describirá la cultura organizacional del centro de información y asistencia al turista mediante la elaboración de la misión, visión y valores corporativos. También, se identifican los objetivos de desarrollo sostenible a los que se contribuye para generar ese valor agregado en la sociedad. Del mismo modo, se elabora la imagen corporativa del centro; utilizando la herramienta Naming para proponer un nombre y logo que cumpla con una estandarización e identifique a la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte, se identifica el organigrama estructural, el manual de funciones y el mapa procesos para su operación. Finalmente, se describe los ambientes básicos en donde se enlista los recursos materiales requeridos y se ilustra mediante una planta arquitectónica de los ambientes a tener en el centro de información y asistencia al turista.

5.1.1 Misión, Visión y Valores Corporativos

La cultura organizacional se conoce como un sistema colectivo en el que todos los miembros de una organización comparten una misma conciencia que los identifica, logrando estandarizar sus acciones y conductas (Mendez, 2009). Siendo de este modo, el centro de información y asistencia al turista requiere una misión, visión y valores corporativos que se detallan posteriormente.

¿Qué es la misión?

Se lo reconoce como un propósito o razón de ser de la creación de una empresa, así se determina lo que la organización espera lograr dentro del entorno en que se desenvuelve (Thompson, 2006).

¿Qué es la visión?

Es el trayecto al cual la empresa se quiere dirigir a largo plazo, logrando orientar a la empresa a tomar las mejores decisiones estratégicas para su crecimiento (Fleitman, J., 2015).

¿Qué son los valores organizacionales?

Según Morales Olga (2006), los valores simbolizan las normas de comportamiento establecidos en la cultura organizacional, definiendo lo que una empresa es o quiere ser en el futuro.

Teniendo claro estos conceptos, se presenta la cultura organizacional del centro de información y asistencia al turista.

Tabla 5.1 Cultura organizacional del CIAT Las Peñas

MISIÓN
Brindar a todos los turistas nacionales e internacionales una experiencia turística complementaria de la ciudad de Guayaquil, mediante el asesoramiento de calidad de información turística y los servicios brindados en base a las necesidades de la demanda turística.
VISIÓN
Convertirnos en un espacio que genere confianza y seguridad para los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil con el fin de mejorar su experiencia turística.
VALORES ORGANIZACIONALES
<ul style="list-style-type: none">✓ Integridad✓ Responsabilidad✓ Calidad✓ Confianza✓ Accesibilidad✓ Inclusión

Elaboración propia.

5.1.3 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Se conoce que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en calidad de orientador, permiten a las empresas reconocer y medir si su impacto de carácter social, económico

y medioambiental está aportando valor a la sociedad, de ese modo logrará establecer relaciones entre diversos grupos de interés.

El presente proyecto también trabajará bajos los parámetros de los ODS, de los cuales se han identificado 2 objetivos, en concordancia con los propósitos del centro de información y asistencia al turista *Las Peñas*.

Tabla 5.2 Objetivos de desarrollo sostenible del CIAT

REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES	
	El CIAT Las Peñas aportará a este objetivo mediante la inclusión de turistas con discapacidades físicas o intelectuales y servicios ofrecidos, utilizando las herramientas para su adaptación como lenguaje braille o caminos podotáctiles.
CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	
	Uno de los principales enfoques para cumplir con este objetivo es proporcionar espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles. En donde el CIAT las Peñas pueda generar ese espacio de seguridad y asesoramiento a los turistas con la finalidad de crear comunidades sostenibles a través de generar un bienestar social y una cultura de sostenibilidad.

5.1.2 Elaboración de la Marca

Se ha encontrado necesario que el centro de información y asistencia al turista debe tener su propia identidad y para eso se ha pensado en la idea de la elaboración de marca. En este caso, la herramienta escogida para lograrlo es el “*Naming*”, un proceso para la creación de identidad de marca, considerado importante desde el punto de vista estratégico. Según Villegas, Guerrero, Llanderal y Sosa (2020) este proceso debe establecer en cuatro fases: a) la estratégica; para conocer que desea el usuario o cliente y establecer que materiales o recursos se van a utilizar para el proyecto; b) la conceptual; es la indagación y el análisis de la información; c) la creativa; para generar la mayor cantidad de propuestas de nombres, que permita filtrar y seleccionar; y d) la de

validación; para poner en marcha los recursos que den certeza que la idea es viable sobre las diferentes opciones elegidas.

Las cuatro fases mencionadas anteriormente se han ido realizando a lo largo del proyecto de la siguiente manera:

- a. Fase estratégica:** Esta fase se relaciona con el estudio de mercado, por consiguiente, se realizó un grupo focal a turistas nacionales para conocer las necesidades y expectativas que tuvieron los turistas durante su visita en la ciudad de Guayaquil. Con dicha información recolectada se reconoció las funcionalidades y el recurso humano a tener en el centro de información y asistencia al turista.
- b. Fase conceptual:** Para esta fase se recabó la información relacionada a centros de información turística a través de los estudios previos ubicados en el marco teórico. Esta fase va de la mano con la fase estratégica porque permitió precisar el propósito del proyecto.
- c. Fase creativa:** Para lograr generar la mayor cantidad de opciones, construimos la matriz Naming que consta de 2 partes: analítico y creativo. En la parte analítica se detallaron logares, cosas e identidades de la ciudad, y en la parte creativa se identificó jergas de la ciudad. Esto ayudó a realizar un juego de palabras y distintas combinaciones hasta definir una opción.

Tabla 5.3 Matriz Naming

MATRIZ NAMING			
ANALÍTICO		CREATIVO	
Lugar	Cosa	Identidades	Jerga
Guayaquil	Asistencia	Puerto principal	Guayaco
Malecón 2000	Perla del Pacífico	Numa Pompillo	Chato
Las Peñas	Informativo	Río Guayas	Banderea
Ecuador	Astillero	Cerrito Verde	Chévere
Torre Morisca	El Fortín	Pasillo	Papea

Elaboración propia.

Para establecer el nombre general del centro y ser reconocido por los turistas. Se decidió ponerle “**CENTRO DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL TURISTA LAS PEÑAS**” debido a que describe la funcionalidad que va a tener y detalla el lugar donde estará

ubicada. Para la descripción de una frase que nos ayude a describir el centro se procedió a realizar el juego de palabras. A continuación, se presentan las opciones creadas a partir de la matriz Naming; combinadas por las distintas palabras propuestas y logrando un sentido lógico.

Creación de opciones:

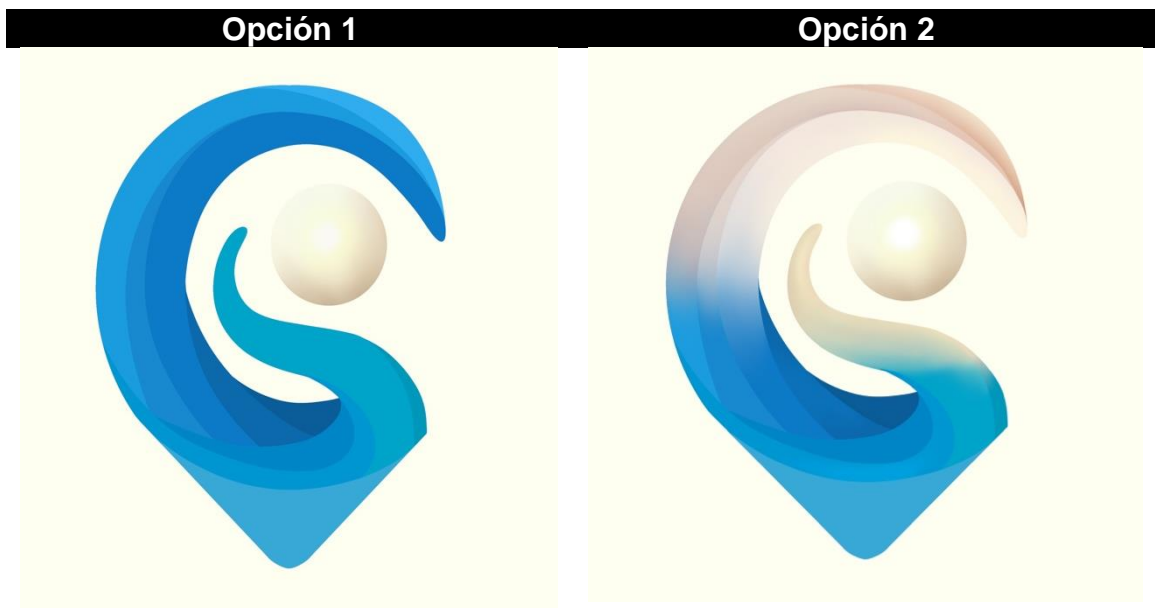
1. Un Río Guayas informativo
2. Puerto Informativo
3. Numa Pompillo Banderea
4. Perla de Asistencia
5. Cerrito Verde Guayaco
6. El Fortín Guayaco
7. Torre Morisca del Astillero
8. Las Peñas del Pasillo

Para establecer la frase se procedió a elegir dos de los nombres con la finalidad de que puedan unirse y establecer una frase:

Opción A	Opción B
Un Río Guayas informativo	Perla de Asistencia
Unión de las opciones	
UN RÍO GUAYAS DE INFORMACIÓN Y UNA PERLA DE ASISTENCIA.	

Después de haber establecido el nombre del centro y una frase que ayude a su comercialización y reconocimiento en los turistas. Se procedió a realizar la creación del logo en donde se debía representar elementos que lleven relación con la frase. A continuación, se ilustra las dos opciones realizadas para dar inicio el proceso de validación.

Tabla 5.4 Opciones de logo para CIAT Las Peñas.



Elaboración propia.

Fase de validación: En esta última fase se realizó la validación del logo, en el que participaron 3 personas a las que se les mostraron las 2 opciones de logo, cada ilustración tenía sus diferencias y en base a esto se les pidió ponderar las siguientes variables a fin de identificar lo que más refleja en ellos el logo al momento de escogerlo.

Tabla 5.5 Ponderación de variables para un logo.

VARIABLE	PONDERACIÓN					
	ACTOR 1		ACTOR 2		ACTOR 3	
	Opción 1	Opción 2	Opción 1	Opción 2	Opción 1	Opción 2
SIMPLICIDAD	✓	✓	X	✓	✓	✓
REPRESENTATIVIDAD	✓	✓	✓	✓	✓	X
MEMORABILIDAD	X	✓	✓	✓	✓	✓
ORIGINALIDAD	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Elaboración propia.

Luego de este ejercicio, el logo elegido fue la segunda opción porque fue la que tuvo mayor aceptación en simplicidad, representatividad, memorabilidad y originalidad.



Ilustración 5.1 Logo para CIAT Las Peñas

Elaboración propia.

5.1.3 Organigrama Estructural

El centro de información y asistencia turística estará a cargo de la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil. Por consiguiente, para determinar el organigrama estructural del centro se procedió a realizar un análisis del esquema organizativo y el reglamento orgánico de gestión organizacional por procesos de la institución. La información fue obtenida en su página web en la sección de Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP). De manera que, para fines académicos y la importancia de contar con información actual se llevó a cabo la obtención de datos del mes noviembre de 2021.

5.1.3.1 Análisis del Organigrama Estructural de la EP

A continuación, se revisará el esquema de la organización:



Ilustración 5.2 Organigrama de la EP de Turismo de Guayaquil (EP, 2021)

En la **primera línea** del organigrama está conformada por el **Directorio**, en el que está establecida por cinco miembros: Dos delegados del alcalde Guayaquil, un delegado por el Municipio de Guayaquil, el presidente de la Fundación Aeroportuaria de Guayaquil y el director Financiero Municipal.

En la **segunda línea** está el **presidente del directorio** cuya función es hacer cumplir los deberes y objetivos de la empresa, presentar proyectos de ordenanza en la parte técnica, operativa, administrativa y financiera, y convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias del directorio. El presidente del directorio será delegado por el alcalde de Guayaquil durante su periodo.

En la **tercera línea** se sitúa el **gerente general** cuya responsabilidad es asesorar a la gestión operativa, administrativa, financiera, económica y técnica, y la elaboración de estrategias, indicadores y normas para el cumplimiento de los objetivos. Otra de las responsabilidades es: impulsar la promoción de la ciudad a través de la marca “*Guayaquil es mi destino*”, la contratación del recurso humano de la empresa y la aprobación anual de las contrataciones. El gerente general será delegado por el Directorio.

En la **cuarta línea** están los **subgerentes conformados por el de Turismo y Promoción Cívica, Buro de Convenciones, Administrativo y Financiero**. El subgerente de Turismo y Promoción Cívica está encargado de asesorar, gestionar, y ejecutar eventos turísticos y de civismo en la ciudad para ser un destino referente a nivel nacional e internacional. El subgerente de Buro de convenciones sus funciones se basan en la captación de eventos, la participación en ferias y eventos internacionales para la captación de congresos con la finalidad de posicionar a Guayaquil como sede para el Meetings, Incentives, Conventions y Events (MICE).

Por otro lado, el subgerente Administrativo es responsable de gestionar, administrar, coordinar y controlar los recursos administrativos y las distintas actividades que tengan un impacto económico y social. Finalmente, el subgerente financiero que es el encargado de revisar y controlar los ingresos y egresos, con la finalidad de optimizar recursos.



Ilustración 5.3 Decisión 1: Análisis del subgerente de la EP.

Después de haber analizado las funcionalidades de los subgerentes, se llega a la conclusión que el centro de información y asistencia turística puede entrar en el subgerente de Turismo y Promoción Cívica. El subgerente está a cargo de funciones de asesorar, monitorear y ejecutar actividades de Turismo y Promoción Cívica.

De acuerdo a la atribución y responsabilidades más importantes a cumplir son las siguientes:

- ✓ Analizar la factibilidad de proyectos contemplados en la EP.
- ✓ Supervisar eventos de Turismo y Promoción Cívica.
- ✓ Mantener reuniones con las personas a su cargo para la optimización de recursos.
- ✓ Asesorar al Gerente General sobre la viabilidad de eventos turísticos.

No obstante, existe una **quinta línea** que está el **coordinador de turismo de promoción cívica, el supervisor de promoción de mercadeo turístico nacional e internacional, y el supervisor de contenido y comunicación**. El coordinador de promoción cívica tiene la responsabilidad de ejecutar los eventos aprobados por la Gerencia General. El coordinador de mercadeo su función es ejecutar eventos turísticos a través de la planificación técnica, presupuesto del proyecto y la supervisión de las actividades. Finalmente, el supervisor de contenido y comunicación encargado de revisar el contenido digital emitido en todas las plataformas digitales, y la publicación de información relevante para la empresa.

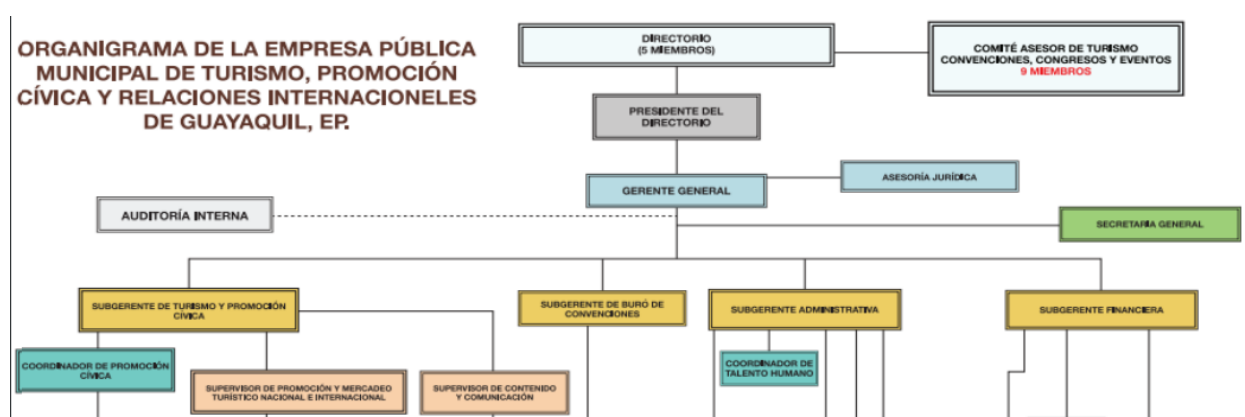


Ilustración 5.4 Decisión 2: Análisis del coordinador o supervisores de la EP

Luego de reconocer las funcionalidades del coordinador y supervisores, se llega a la deducción que el centro de información y asistencia turística puede entrar en el **supervisor de promoción de mercadeo turístico nacional e internacional**. A pesar de ello, también existe otro **supervisor de proyectos turísticos y de calidad** encargado de manejo de programas para el registro de los establecimientos turísticos de la ciudad, validación catastral, análisis de factibilidad de proyectos turísticos y la elaboración de rutas, mapas y guías.

Estos dos supervisores comparten **un especialista en desarrollo y promoción turística**, donde sus funciones son desarrollar, implementar y generar promoción turística a través de la marca “Guayaquil es mi destino”, atención a turistas nacionales y extranjeros, apoyo logístico en la llegada de cruceros internacionales, y el análisis de programas y paquetes para diferentes operadores turísticos de la ciudad.

5.1.3.2 Propuesta de un Especialista de atención y asistencia al turista

Después de haber analizado el organigrama estructural de EP y haber reconocido las funciones de cada uno de las atribuciones y responsabilidades a cumplir del recurso humano. Se sugiere crear un Especialista de atención y asistencia al turista que este encargado de las funciones y las actividades a desarrollar en el centro. Por lo tanto, se plantea que el organigrama de la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil sea el siguiente:

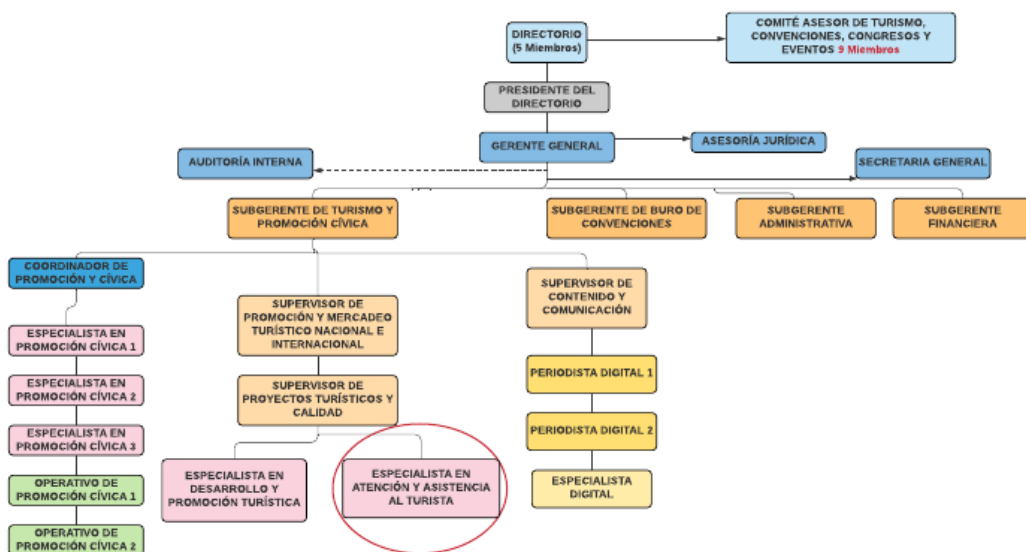


Ilustración 5.5 Propuesta de un Especialista en Atención y Asistencia al Turista.

Elaboración propia

El Especialista en atención y asistencia al turista será el delegado por la EP para coordinar, supervisar y ejecutar acciones que generan una experiencia turística y realizar material promocional para la ciudad.

5.1.3.3 Organigrama estructural del centro de información y asistencia al turista

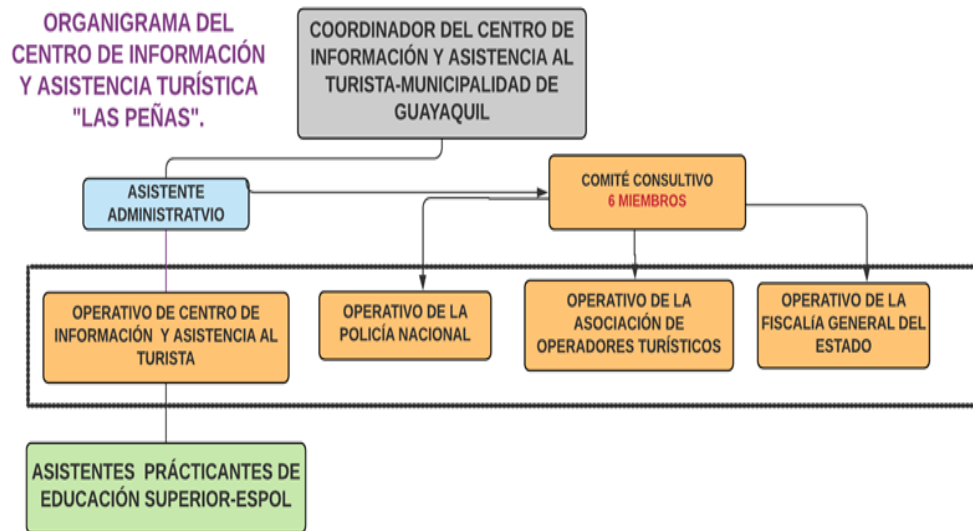


Ilustración 5.6 Organigrama estructural del CIAT“Las Peñas”.

Elaboración propia

En la **primera línea** del centro de información y asistencia al turista estará encargado por un Especialista en Atención y Asistencia al turista que es el delegado por la EP; el cumplirá las funciones de coordinador. En la **segunda línea**, estará el asistente administrativo para coordinar y ejecutar las actividades llevarse a cabo en el centro. En la **tercera línea**, estará el operativo de la Asociación de Operadores Turísticos, el operativo del Centro de Información y Asistencia al Turista, el operativo de la Policía Nacional y el Operativo de la fiscalía general del estado. Finalmente, en la **cuarta línea** estarán los practicantes de distintas Universidades de Educación Superior.

5.1.4 Manual de Funciones

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO	
Título del puesto	Coordinador del Centro de Atención y Asistencia al Turista
Responsables	El Coordinador del Centro de Atención y Asistencia al Turista será <u>delegado por el Gerente General de la EP.</u>
Jefe inmediato	Supervisor de Proyectos Turísticos de Calidad y Supervisor de Promoción de Mercadeo Turístico Nacional e Internacional.
Misión	Hacer cumplir los objetivos de la EP en el centro de información y asistencia turística, en conjunto con el asistente administrativo.
Atribuciones y responsabilidades	
	<ul style="list-style-type: none">✓ Coordinar las acciones y la operatividad del centro de información y asistencia turística.✓ Realizar capacitaciones mensuales y anuales en servicio al cliente a la EP y el recurso humano del centro de información y asistencia turística.✓ Mantener reuniones con los representantes de la Cámara de Turismo, Fiscalía y Policía Turística para identificar posibles necesidades.✓ Autorizar la compra de materiales a utilizar en el centro.✓ Aprobar los planes mensuales y anuales realizados por el asistente administrativo y las áreas operativas.✓ Participar en las reuniones extraordinarias y ordinarias por el subdirector de promoción y mercadeo turístico nacional e internacional de EP.✓ Aprobación de los reglamentos internos y el recurso humano a tenerse en el centro de información y asistencia turística.✓ Presentar al subgerente de Turismo y Promoción Cívica de manera mensual lo trabajado y las novedades en el centro.✓ Establecer alianzas estratégicas con distintas universidades para la realización de actividades empresariales en el centro.

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

Título del puesto

Asistente Administrativo

Responsables

El Asistente Administrativo será delegado por el Gerente de la EP y aprobado por el Coordinador en Atención y Asistencia al turista.

Jefe inmediato

Coordinador en Atención y Asistencia al turista.

Misión

Planificar, coordinar, dirigir, y ejecutar las distintas actividades a desarrollarse en el centro de información y asistencia turística, con la finalidad de hacer cumplir los objetivos de la EP.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Administrar el recurso humano y la elaboración de informes mensuales y anuales.
- ✓ Realizar y participar las reuniones extraordinarias y extraordinarias con el recurso humano operativo del centro.
- ✓ Evaluar el desempeño de los operativos, y en especial al operativo de centro de información y asistencia turística.
- ✓ Supervisar el suministro de los materiales a tener en la oficina.
- ✓ Elaborar listas de los recursos físicos a comprar y emitirlas al Gerente General.
- ✓ Revisar los trámites mensuales para los gastos del centro.
- ✓ Determinar el perfil humano de las personas a trabajar en el centro y enviar al área de recurso humano de la EP.
- ✓ Revisar diariamente que el centro cumpla con su operatividad y busque la satisfacción del turista.
- ✓ Coordinar las actividades a realizarse en el centro de información y asistencia turística.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir el cronograma de trabajo a realizarse durante la semana.
- ✓ Verificar que los recursos tecnológicos se encuentren en su operatividad a través de consensos con el recurso operativo.
- ✓ Evaluar que sea una grata experiencia para los turistas en el centro de información y asistencia turística.
- ✓ Cotizar y gestionar el material promocional, ya sea físico o tecnológico para los turistas nacionales e internacionales.
- ✓ Analizar de feedback de los turistas con el Coordinador del centro y enviar informes a la EP para la toma de decisiones.

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

Título del puesto	Operativo de la Asociación de Operadores Turísticos
Responsables	El Operativo de la Asociación de Operadores Turísticos será delegado por la Asociación de Operadores Turísticos y aprobado por el Coordinador en Atención y Asistencia al turista.
Jefe inmediato	Asistente Administrativo
Misión	Emitir y vender programas de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a la necesidad del turista.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Encargado de vender los productos turísticos de la ciudad.
- ✓ Informar al turista nacional e internacional de todos programas a tener para su disponibilidad de manera equitativa de acuerdo a las necesidades del turista.
- ✓ Facilitar un sistema de reserva entre los prestadores de servicios turísticos y el turista.
- ✓ Ventas de tickets de eventos a desarrollarse en la ciudad: teatros, museos, aerovía, espacios deportivos.
- ✓ Coordinar las reuniones con los prestadores de servicios turísticos de los programas a venderse de la ciudad y aprobarse por el asistente administrativo.
- ✓ Participar de las distintas reuniones extraordinarias y ordinarias por el Asistente Administrativo del centro.

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

Título del puesto	Operativo de Centro de Información y Asistencia al Turista
Responsables	El Operativo de Centro de Información y Asistencia al Turista será delegado por el Gerente de la EP y aprobado por el Coordinador en Atención y Asistencia al turista.
Jefe inmediato	Asistente Administrativo
Misión	Asesorar al turista en cualquier inquietud de las actividades a desarrollarse en la ciudad a través de la vocación de servicio.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Asesorar de las actividades turísticas a realizar en la ciudad.
- ✓ Realizar cronogramas de trabajo mensual y anual de las actividades a realizar para que el turista se motive ir al centro.
- ✓ Suministrar Información para el diseño de material promociona físico y tecnológico.
- ✓ Participar de las distintas reuniones extraordinarias y ordinarias por el Asistente Administrativo del centro.
- ✓ Atender a las llamadas telefónicas y correo para asesorar de los atractivos turísticos a visitar.
- ✓ Entrega de material físico o digital en caso de que lo requiere el turista nacional e internacional.
- ✓ Ofrecer al turista una variedad de opciones que cuenta el destino para el turista escoja de acuerdo a su comodidad.
- ✓ Brindar confianza y seguridad al turista a través de la escucha activa de sus consultas y requerimientos.
- ✓ Informar del patrimonio y de los prestadores de servicios turísticos: ubicación, precio, horario de apertura y cierre, accesibilidad, vestimenta y datos de contactos.
- ✓ Predispuesto a brindar asistencia de primeros auxilios a turistas nacionales e internacionales.
- ✓ Asesorar al turista de cómo utilizar las máquinas de autoconsultas.

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

Título del puesto	Operativo de la Fiscalía
Responsables	El Operativo de la Fiscalía será delegado por la Fiscalía del Guayas y aprobado por el Coordinador en Atención y Asistencia al turista.
Jefe inmediato	Asistente Administrativo
Misión	Brindar seguridad al turista nacional e internacional a través de la llena de documentos y el seguimiento de sus denuncias.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Informar el turista del proceso a llevar a cabo en caso de algún delito.
- ✓ Receptar denuncias de los turistas que han sido perjudicados por algún delito.
- ✓ Participar de las distintas reuniones extraordinarias y ordinarias por el Asistente Administrativo del centro.
- ✓ Elaboración y la llena de datos de denuncias a turistas nacionales e internacionales.
- ✓ Seguimiento del proceso de denuncias y las consultas de su trámite.
- ✓ Brindar seguridad al turista a través de la escucha activa para el manejo de conflictos.
- ✓ Elaboración de informes semanales de cuantos turistas presentan sus denuncias y el motivo.

Ficha de descripción y Análisis del puesto

Título del puesto	Operativo de la Policía Turística
Responsables	El Operativo de la Policía Turística será delegando por la Policía Nacional y aprobado por Coordinador en Atención y Asistencia al turista.
Jefe inmediato	Asistente Administrativo
Misión	Brindar seguridad al turista nacional e internacional a través del acompañamiento de los turistas durante su recorrido en la ciudad.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Agendamiento de turistas nacionales e internacionales que deseen una seguridad personalizada durante su recorrido.
- ✓ Elaboración de informes semanales de cuantos turistas reservan una seguridad personalizada.
- ✓ Informar a los turistas de los posibles riesgos a presentarse en la ciudad y cómo actuar ante cada uno de ellos.
- ✓ Realizar patrullajes para velar la integridad del turista nacional y extranjero,

FICHA DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

Título del puesto	Asistentes Practicantes de Educación Superior
Responsables	El Asistente Practicante de Educación Superior será aprobado por el Operativo de Centro de Información y Asistencia Turística.
Jefe inmediato	Operativo de Centro de Información y Asistencia al Turista.
Misión	Informar al turista del patrimonio de la ciudad y adquirir experiencia en servicio al cliente.

Atribuciones y responsabilidades

- ✓ Informar al turista del patrimonio e historia de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Elaborar brainstorming mensual de cómo mejorar la atención al cliente en el centro de información y asistencia al turista.
- ✓ Asesorar al turista en mapas físicos o digitales de los atractivos a visitar.
- ✓ Asesorar al turista de cómo utilizar las máquinas de autoconsultas.
- ✓ Estar en la sala de exhibición de productos de la marca "Guayaquil es mi destino."
Levantamiento de datos del perfil de usuario del centro y sus necesidades que ayuden al almacenamiento de datos.

5.1.5 Mapa de procesos

El mapa de procesos del Centro de Información y Asistencia Turística “Las Peñas” permitió tener una visión de los procesos estratégicos, operativos y soportes a cumplirse. A continuación, se presenta la ilustración del mapa de procesos.

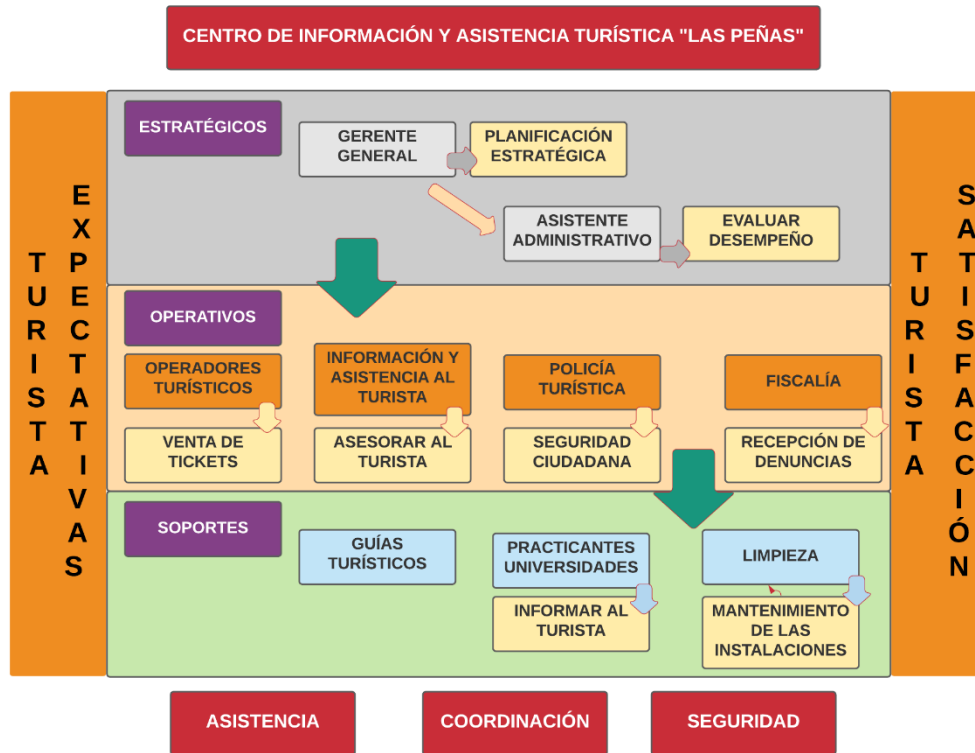


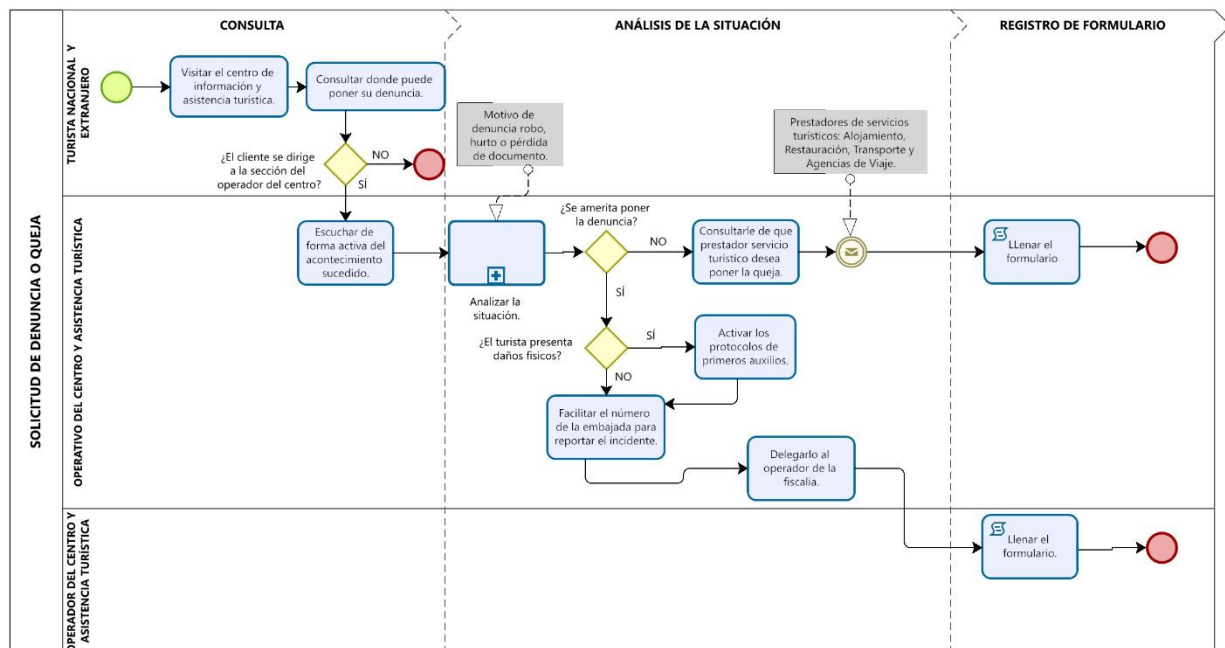
Ilustración 5.7 Mapa de procesos del centro “Las Peñas”.

Elaboración propia

Los **procesos estratégicos** a cumplirse son el de planificación estratégica y evaluación de desempeño. En los **procesos operativos** están la venta de tickets, asesorar al turista, la seguridad ciudadana y la recepción de denuncias. Por último, los **procesos de soporte** que están de informar al turista y el mantenimiento de las instalaciones.

5.1.6 Flujograma de Procesos

En la página de la fiscalía general del estado en la sección de denuncias on-line para turistas solo se pueden realizar en caso de hurtos, robos y pérdidas de documentos. No obstante, existen otros tipos de denuncias o acontecimientos que el turista pueda pasar durante su estadía en la ciudad de Guayaquil. Por consiguiente, es importante que el centro Las Peñas esté preparado para recibir cualquier tipo de denuncia y prestar los primeros auxilios de una forma inmediata. Los protocolos a actuar dependerán de la necesidad del turista, sin embargo, se ha realizado un flujograma de procesos de manera general para la recepción de denuncias o quejas. A continuación, se presenta el flujograma de proceso:

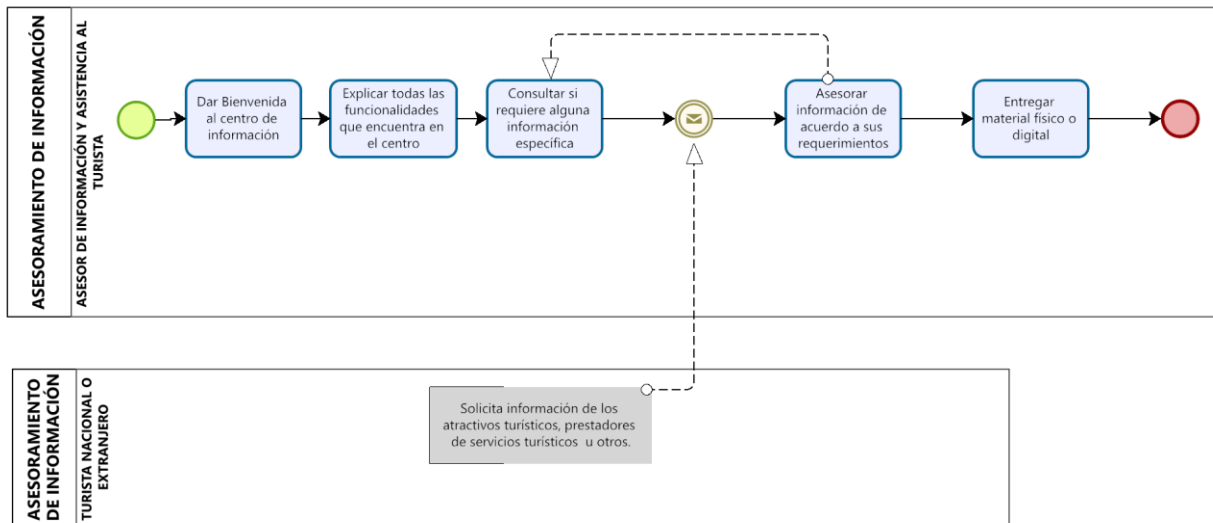


Powered by
b2wagi
Modeler

Ilustración 5.8 Mapa de procesos del centro “Las Peñas”.

Elaboración propia

Del mismo modo, se presenta el flujograma de asesoramiento de información para los turistas nacionales o extranjeros. El asesor debe cumplir con los diferentes procesos para brindarle una atención de calidad al turista y abarcar la mayor información posible de acuerdo a las necesidades del turista.



Powered by
 **Modeler**

Ilustración 5.9 Flujograma de procesos para el asesoramiento al turista.

Elaboración propia

El centro Las Peñas debido a que está enfocado en el turista, existe la posibilidad de que puedan presentarse diferentes situaciones que conlleven a tener protocolos establecidos de manera interna y externa, y analizar las posibilidades de riesgos.

5.1.7 Ambientes básicos

En esta sección se describieron los recursos materiales que se necesitan para el establecimiento de los 6 ambientes básicos identificados en el centro de información y asistencia al turista Las Peñas. Dentro de la descripción se fueron identificando los espacios en el que estaría cada ambiente, de manera que facilitara el acceso a los turistas y además, permitió visualizar el espacio para elaborar un plano arquitectónico del establecimiento.

a. Sala principal

A partir de la entrada principal, este espacio tendrá, de lado izquierdo, una maqueta 3D de la ciudad de Guayaquil, con sus ubicaciones escritas en español y lenguaje braille, además habrá una salida al área libre o áreas verdes. De frente estará la recepción principal en forma de U con 3 personas recibiendo a los visitantes, detrás se encontrarán los servicios higiénicos. En dirección derecha estarán 2 máquinas de autoconsulta y un mueble para descanso o espera. Con vista frontal al mueble se ubicará la zona fotográfica y al fondo se asignará un espacio para la exhibición de productos con dos promotores de la marca Guayaquil es mi destino.

Recursos materiales:

- 1 Mesa cuadrada
- 1 escritorio tipo counter
- 3 sillas de oficina
- 2 pantallas táctiles
- 2 atril para pantalla táctil
- Dispensador de alcohol
- Servicio de braille
- 3 computadoras de escritorio
- 1 impresora
- 1 mueble recto
- 2 aires acondicionados de 24



Ilustración 5.10 Render. Sala principal



Ilustración 5.11 Render. Maqueta 3D



Ilustración 5.12 Render. Guías turísticas QR

b. Servicios higiénicos

Estará categorizado para hombres y mujeres, cada uno tendrá un inodoro y 1 lavamanos y demás accesorios, adicional estará separado el baño para discapacitados y el cambiador de bebés.

Cerca del área de departamentos tendrán a disposición 2 baños para el personal administrativo, así mismo, categorizado para hombres y mujeres.

Recursos materiales:

- 6 puertas
- 5 inodoros

- 5 lavamanos
- 5 secadores de mano
- 5 dispensadores de papel higiénico automáticos
- 5 espejos
- Un cambiador de pañales
- Mueble para dar de lactar

c. Exhibición de productos

Será un área ubicada en una extensión del extremo derecho de la infraestructura y estará destinada a la venta de productos que pueda ofrecer la marca *Guayaquil es mi destino*.

Recursos materiales:

- 1 mesa rectangular de escritorio
- 2 silla de escritorio



Ilustración 5.13 Render. Exhibición de productos

d. Zona fotográfica

Se ubicará en la misma extensión de exhibición de productos y tendrá photocal con referencia a las cosas más características de Guayaquil, de ese modo los turistas podrán interactuar con el CIAT Las Peñas.

Recursos materiales:

- 2 photobooth característicos de Guayaquil
- Imágenes de Guayaquil



Ilustración 5.14 Render. Zona Fotográfica

e. Sala de niños

Estará ubicado cerca de la extensión de departamentos, pero será un área cerrada con juegos y actividades que le permitan al niño a relacionar las características de Guayaquil.

Recursos materiales:

- Juegos para niños
- Piso para niños
- 1 Mesa cuadrada para niños
- 4 sillas pequeñas para niños
- Aparador grande y pequeño



Ilustración 5.15 Render. Sala de niños

f. Zona administrativa

Dentro de esta zona, ubicada en el extremo izquierdo de toda la instalación, estará la zona de departamentos y la sección administrativa. Siendo el detalle el siguiente:

En la esquina estará el departamento de la policía turística, continuando por el lado derecho le seguirá el departamento de fiscalía y luego una sala administrativa. En la parte posterior de los servicios higiénicos para los visitantes, se ubicará una sala de reuniones para la mesa directiva. Entre la sala de reuniones y la administración se facilitará un área de cafetería para el personal.

Recursos materiales:

- 3 mesas en L
- 1 mesa rectangular de 6 puestos
- 15 sillas
- 4 computadora de escritorio
- 4 aires acondicionado



Ilustración 5.16 Render. Departamento F.G.E.



Ilustración 5.17 Render. Policía turística

PLANTA ARQUITECTÓNICA

CENTRO DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA " LAS PEÑAS "

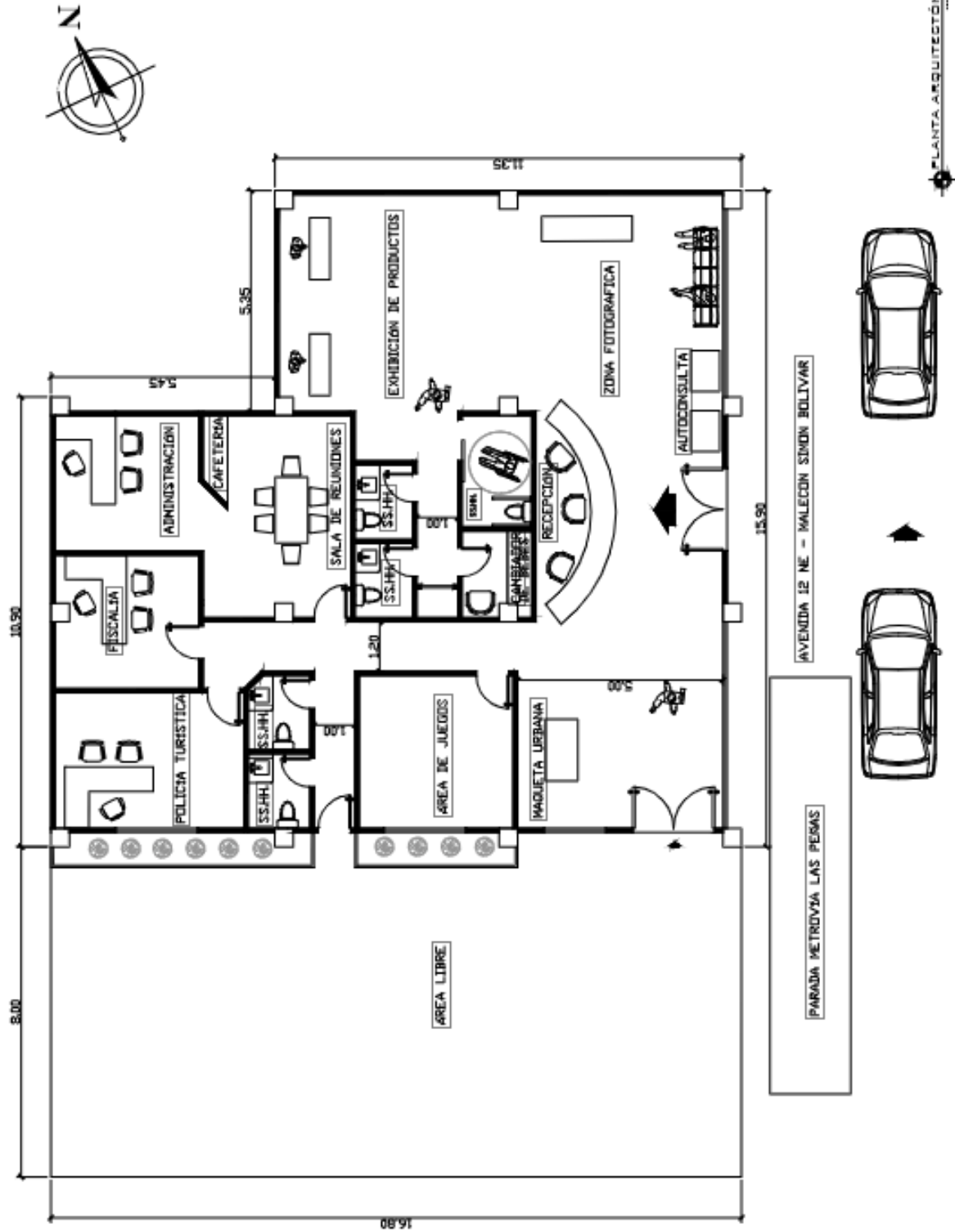


Ilustración 5.18 Planta Arquitectónica

5.2 Propuesta Legal

Después de haber socializado con diferentes actores del sector turístico y haber establecido las organizaciones públicas y privadas a participar en el CIAT Las Peñas. Se propone establecer un acuerdo de cooperación interinstitucional donde distintas organizaciones se comprometen a cumplir con sus obligaciones y responsabilidades. Además, de establecer coordinadores por cada institución con la finalidad de que puedan a cumplirse los objetivos estratégicos del centro.

El convenio se encuentra en sección de anexos#3 y los actores a participar son **LA MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, POLICIA NACIONAL DEL ECUADOR, FISCALÍA PROVINCIAL DEL GUAYAS Y LA CÁMARA DE TURISMO DEL GUAYAS**. Estos cinco actores se establecieron en el convenio para dar inicio al funcionamiento del **CIAT LAS PEÑAS**, no obstante, el **MINISTERIO DE TURISMO** puede ser un actor clave para una segunda fase de ejecución y de cumplir un rol importante para el dinamismo del turismo en la ciudad de Guayaquil.

El convenio contiene legislación aplicable donde se citan artículos y estatutos de cada organización con la finalidad de enfatizar que pueden ser parte del proyecto debido a sus fines estratégicos, coordinadores de cada institución, obligaciones y responsabilidades, cláusula de vigencia, financiamiento, confidencialidad, tiempo de convenio y relación laboral.

El tiempo de vigencia del convenio es de 5 años, no obstante, se deberá estar constantemente evaluando las funciones y cumplimiento de estas, a través de la socialización de los actores en mesas consultivas con el propósito de buscar el desarrollo turístico y un cambio positivo en la percepción de la seguridad turística por parte de los turistas hacia Guayaquil.

5.3 Propuesta Financiera

En la presente sección se revelan una serie de valores calculados para hallar el valor más próximo a la realidad sobre cuánto se debe invertir para llevar a cabo la creación del centro de información y asistencia al turista “Las Peñas”. El proceso consistió en la elaboración de varios planes presupuestales tales como:

El costo de la inversión total que contiene los:

- Costo Inicial: Los primeros gastos a realizarse previo al inicio de las actividades del CIAT, por ejemplo, los registros de empresa, registros de marca y diseño web.
- Costo de Construcción o Remodelación: Costo de remodelación y gastos del proyecto.
- Costo de Activos Fijos: Los bienes que poseerá la empresa durante su funcionamiento, estos pueden ser tangibles o intangibles.

Tabla 5.6 Plan presupuestal. Costo Inicial

PLAN PRESUPUESTAL				
COSTO INICIAL				
Centro de información y asistencia al turista “Las Peñas”				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PROVEEDOR
Registro de fonética	1	\$16	\$16	Portal Único de trámites ciudadanos
Registro de marca	1	\$208	\$208	Portal Único de trámites ciudadanos
Diseño corporativo y manual de marca	1	\$2.500	\$2.500	Blue mango.design
Diseño web	1	\$3.000	\$3.000	Dmstudios.ec
Marketing-Publicidad de inicio	1	\$10.000	\$10.000	Incluye 1 valla, banners de aeropuerto y tarjetas para turistas.
Sistemas de información	1	\$30.000	\$30.000	
Registro mercantil	1	\$25	\$25	Portal Único de trámites ciudadanos
Camino Pódotáctil	22	\$77	\$1.694	*45 metros lineal-Guía Podotáctil
				*10 metros lineal-Pupo Podotáctil
				*Planchas de 0,4x0,4
TOTAL			\$47.443	

Tabla 5.7 Plan presupuestal. Costo de remodelación

ESTRUCTURA DE COSTOS			
COSTO DE REMODELACIÓN + GASTOS DEL PROYECTO			
1. COSTO DE CONSTRUCCIÓN			80%
Costo de remodelación	176		dólares por m2
Área no construida (aire libre)	50		dólares por m2
Costo total de remodelación por edificación	\$41.880,96		dólares
Costo total de construcción de área libre	\$8.178,00		dólares
costo de construcción (Hard cost)	\$50.058,96		dólares
2. GASTOS DEL PROYECTO			20%
Gastos notariales	\$1.501,77	3%	sobre costo de construcción
Gestión (licencias y permisos)	\$4.004,72	8%	sobre costo de construcción
Proyecto arquitectónico	\$1.501,77	3%	sobre costo de construcción
Ingenierías	\$1.501,77	3%	sobre costo de construcción
Administración de construcción	\$4.004,72	8%	sobre costo de construcción
Gastos del proyecto (Soft cost)	\$12.514,74		dólares
costo total del costo de reconstrucción y gastos del proyecto	\$62.573,70		costo de construcción (hard cost) + gastos del proyecto (soft cost)

Tabla 5.8 Plan presupuestal. Costo de Activos fijos

PLAN PRESUPUESTAL				
ACTIVOS FIJOS				
Centro de información y asistencia al turista "Las Peñas"				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
<i>Mobiliario de oficina</i>				
Mesa Cuadrada	3	\$177,68	\$533,04	Marriott
Escritorio tipo counter	1	\$2.400,00	\$2.400,00	StarOffice
Silla de oficina	18	\$231,25	\$4.162,50	Marriott
Mueble recto	2	\$1.111,00	\$2.222,00	Marriot
Sillas del Counter	2	\$169,00	\$338,00	Marriott
Mesa para niños	1	\$83,00	\$83,00	Pycca
Silla para niños	4	\$20,00	\$80,00	
Aparador grande	1	\$357,00	\$357,00	El Bosque
Aparador pequeño	1	\$159,00	\$159,00	El Bosque
Mesa en L	3	\$356,78	\$1.070,34	Marriott
Puertas	3	\$115,68	\$347,04	
Puertas principales	2	\$800,00	\$1.600,00	
Mesa lateral sala	1	\$150,00	\$150,00	
Pizarra	1	\$27,90	\$27,90	Juan Marcet
Mesa rectangular 6 puestos	1	\$1.000,00	\$1.000,00	StarOffice
<i>Mobiliario de baños</i>				
Puerta para baño	6	298,75	\$1.792,50	
Inodoro	5	\$98,41	\$492,05	MegaKiwi
Lavamanos	5	\$25	\$125,00	MegaKiwi
Secador de mano	5	\$167	\$835,00	MegaKiwi
Espejo	5	\$69,99	\$349,95	Boyacá
Cambiador de pañal	1	\$299,69	\$299,69	Bebé mundo
Sillón	1	\$534,82	\$534,82	Marriott
<i>Computadoras y software</i>				
Computadora de escritorio	7	\$781,99	\$5.473,93	Sukasa
Aire acondicionado 24 btu	2	\$989,99	\$1.979,98	Sukasa
Aire acondicionado 12 btu	4	\$566,99	\$2.267,96	Sukasa
Pantalla táctil	4	\$1.130,00	\$4.520,00	
Cámaras de Seguridad	5	\$80,00	\$400,00	
Impresora	3	\$169,99	\$509,97	computrón
Teléfono celular	1	\$75,00	\$75,00	
	1	\$427,49	\$427,49	Sukasa
TOTAL			\$34.613,16	

Tabla 5.9 Costo de Inversión Total

PLAN DE INVERSIÓN CIAT "LAS PEÑAS"	
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
Costo Inicial	\$47.443,00
Costo de Construcción	\$301.858,02
Activos Fijos	\$34.613,16
TOTAL	\$383.914,18

La inversión total estimada es de \$383.914,18.

Para calcular los costos operacionales del CIAT las Peñas se establecieron unos costos fijos y variables para un año:

- Costos Fijos. - Los gastos que no van a variar independiente de su operación y por al menos un periodo de un año.
- Costos Variables. - Pueden variar de acuerdo a su operatividad.

Tabla 5.10 Plan presupuestal. Costos fijos

PLAN PRESUPUESTAL COSTOS FIJOS Centro de información y asistencia al turista "Las Peñas"					
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL	PROVEEDOR
Sueldos	1	\$3.620,70	\$3.620,70	\$43.448,40	
Agua	1	\$150,00	\$150,00	\$1.800,00	Interagua
Luz	1	\$175,00	\$175,00	\$2.100,00	Cnel
Internet	6	\$100,00	\$600,00	\$7.200,00	Tv Cable
Arriendo	1	\$1.000,00	\$1.000,00	\$12.000,00	
Seguridad social	18	\$55,75	\$1.003,50	\$12.042,00	
TOTAL			\$6.549,20	\$78.590,40	

Tabla 5.11 Plan presupuestal. Costos variables

PLAN PRESUPUESTAL COSTOS VARIABLES Centro de información y asistencia al turista "Las Peñas"					
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL	PROVEEDOR
Suministro y Papelería					
Post it	100	\$1,15	\$115,00	\$1.380,00	Juan Marcet
Bolígrafos	1000	\$0,40	\$400,00	\$4.800,00	Juan Marcet
Cinta adhesiva	100	\$0,60	\$60,00	\$720,00	Juan Marcet
Clips	25	\$2,90	\$72,50	\$870,00	Juan Marcet
Caja de 10 resmas Papel bond	5	\$42,30	\$211,50	\$2.538,00	Juan Marcet
TOTAL			\$859,00	\$10.308,00	

Tabla 5.12 Costos de operación

GASTOS DE EXPLOTACIÓN U OPERACIÓN CIAT "LAS PEÑAS"	
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN ANUAL
Costos Fijos	\$78.590,40
Costos Variables	\$10.308,00
TOTAL	\$88.898,40

Los costos operacionales por un año son de \$88.898,40. Sin embargo, hay otros costos fijos y variables que deberán analizarse antes de su ejecución u operatividad, e indagarse con más detalles en dichos costos.

5.4 Plan Operativo anual

Tabla 5.13 Matriz del plan operativo anual

MATRIZ DEL PLAN OPERATIVO ANUAL DEL CIAT LAS PEÑAS									
AÑO 2022									
PLAN OPERATIVO RÍO GUAYAS DE INFORMACIÓN Y UNA PERLA DE ASISTENCIA									
Objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo:									
1. Promover el CIAT Las Peñas como un espacio que brinde asesoramiento a los turistas.									
2. Promover la marca “Guayaquil es mi Destino” y ser un destino referente a nivel nacional e internacional.									
No.	No. Objetivo Estratégico	Objetivo Operativo	Programas, Proyectos y/o actividad	Frecuencia de medición	Indicador	Porcentaje Cuatrimestral % de la meta			Responsables
1	1	Preparar al personal que asiste a los turistas para que brinden información verificada y actualizada.	Capacitar al personal con las últimas tendencias locales e internacionales del turismo.	Cuatrimestre	No medible	20%	40%	40%	Especialista en desarrollo y promoción turística
2			Evaluación al personal respecto a las capacitaciones.	Cuatrimestre	Puntaje de las evaluaciones	20%	40%	40%	Especialista en desarrollo y promoción turística
3	2	Gestionar el desarrollo de material físico y uso de herramientas tecnológicas para generar mayor afluencia de turistas a la ciudad.	Comercialización de la marca en distintos materiales a promocionarse en el CIAT.	Mensual	No. de productos vendidos en el CITUR	20%	40%	40%	Operativo del CIAT Las Peñas
4			Elaboración de mapas, guías y rutas con la finalidad del uso del material en los distintos atractivos de la ciudad.	Mensual	No. de entregas de mapas físicos a turistas	20%	40%	40%	Operativo del CIAT Las Peñas y EP
5			Realización de los códigos QR para acceder a los distintos folletos con información de la ciudad.	Mensual	No. de personas que acceden a los folletos a través del código QR.	20%	40%	40%	Operativo del CIAT Las Peñas
6	1	Lograr una experiencia positiva brindada mediante la calidad de asesoramientos	Elaborar un manual de protocolo para el asesoramiento a los turistas.	Anual	No medible	20%	40%	40%	Operativo del CITUR Las Peñas
7			Estandarizar la atención a los usuarios mediante el seguimiento del manual de protocolos.	Anual	No. de personas con buenos comentarios de la asistencia recibida.	20%	40%	40%	Operativo del CITUR Las Peñas

Como se observa en la Tabla, se establecieron 2 objetivos estratégicos principales que requiere cumplir el CIAT Las Peñas, en base a estos objetivos se plantean los objetivos operativos con las actividades que necesitan para lograr ejecutarlas dentro del tiempo determinado. Los responsables identificados hacen parte directa del CIAT Las Peñas, en este caso el operativo del CIAT y el Coordinador de desarrollo y promoción turística.

CAPITULO 6

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La ciudad de Guayaquil cada vez tiene mayor afluencia de turistas, por consiguiente, se deberá seguir trabajando para convertirse en un destino inteligente a través de la gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad. Por esa razón, es conveniente la creación de un Centro de información y Asistencia al turista “Las Peñas” con la finalidad de brindar información de las actividades y atractivos a visitar, consulta de los distintos prestadores de servicios turísticos, eventos y festivales, y la venta de productos en relación a la marca “Guayaquil es mi destino”.

No obstante, en la investigación de mercado se evidenciaron problemas que acontecen una experiencia negativa en los turistas nacionales durante su estadía en la ciudad de Guayaquil. Por ello, el centro contribuirá a mejorar la experiencia del visitante, ya que CIAT “Las Peñas” constará con cuerpos de seguridad como la Policía Nacional para reducir la delincuencia en los distintos atractivos a visitarse y la reserva de seguridad personalizada en caso de grupos de turistas que lo requieran. También, tendrá un asesor del Sistema de Atención Integral (SAI) para agilizar el proceso de denuncias y el seguimiento de las mismas, ya que muchos turistas nacionales y extranjeros no saben que procedimiento llevar a cabo en caso de ser víctima de un delito.

- La operación del CIAT y el sistema integral va a depender del trabajo coordinado de las siguientes instituciones: GAD MUNICIPAL, ESPOL, FISCALIA DEL GUAYAS, POLICIA NACIONAL y CAPTUR GUAYAS, por ende, es fundamental el compromiso y el cumplimiento de cada una de sus funciones establecidas en el acuerdo de cooperación.
- En respuesta las expectativas y las necesidades de la demanda; el centro constará de seis ambientes básicos que son la sala de estar, servicios higiénicos, exhibición de productos, zona fotográfica, sala de niños y la zona administrativa, en el cual deberá prevalecer el uso de herramientas tecnologías y la satisfacción del visitante.

- La inversión estimada tendrá un retorno de forma indirecta a través el incremento del número de visitantes, la promoción de la ciudad, mayor seguridad turística, inclusión de personas con discapacidad, y la participación de distintas universidades como aporte a la sociedad, y entre otras ante la visita de distintos turistas nacionales y extranjeros.

El gran aporte a la sociedad y el beneficio de contribuir a la satisfacción del visitante conlleva a que se enfatice en la creación del CIAT “Las Peñas”, generando así una alta expectativa en los turistas nacionales debido a la adaptabilidad de herramientas tecnológicas y la búsqueda de destinos inteligentes.

6.2 Recomendaciones

- Se propone a la EP que en su organigrama estructural cree un puesto de Especialista en atención y asistencia al turista que va a cumplir las funciones de coordinar del centro.
- Se sugiere que cada institución tome como guía el acuerdo de cooperación para el desarrollo de sus actividades y el manual de funciones establecidas en el documento.
- Capacitar al recurso humano en primeros auxilios, previsión y control de riesgos.
- La marca del centro es una propuesta preliminar que puede ser revisada y mejorada por diseñadores gráficos.
- Se sugiere que la propuesta CIAT “Las Peñas” sea presentada al GAD Municipal de Guayaquil junto a la Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil.

- Se recomienda que la marca “Guayaquil es mi destino” este en los diferentes productos para ser comercializadas en el CIAT “Las Peñas” con el fin de constituir en el posicionamiento de la imagen del destino.
- La Policía Turística brinde capacitaciones a la ciudadanía sobre los posibles riesgos a presentarse en la ciudad.
- El CIAT colabore con el levantamiento de datos estadísticos en sitio a favor del Observatorio Turístico de Guayaquil.
- Se sugiere contemplar que los flujogramas de procesos son una base, mismas que deben ser revisadas y actualizadas durante las fases de planeación, organización y ejecución del centro.
- Evaluaciones periódicas con el fin de controlar el cumplimiento del plan operativo anual.
- Para una segunda fase de ejecución se recomienda analizar las otras ideas planteadas en la sección de resultados de propuesta de valor por los profesionales del sector turístico. En especial la de una tarjeta de regalo para que pueda acceder a medios de transportes o algunos atractivos de la ciudad y la realidad aumentada.
- Para dar a conocer el centro, se deberá comenzar a realizar la difusión en el aeropuerto y terminal terrestre, con vallas y pancartas, con la finalidad de que los turistas tengan conocimiento de las funcionalidades del CIAT y disminuya su percepción de inseguridad durante su estadía.
- Se sugiere contar con el Ministerio del Turismo para una segunda fase de ejecución con la finalidad de buscar de destinos inteligentes y facilitar el proceso de trámites del sector turístico

BIBLIOGRAFÍA

Aignerren, M. (2009). La técnica de recolección de información mediante grupos focales. La Sociología En Sus Escenarios, (6).

Autodesk (2020). 2D Drawing and Drafting. Obtenido de: <https://www.autodesk.com/solutions/2d-cad-drafting-drawing>.

Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. Lucas, A., Novoa, A. Conocer lo social, estrategias de construcción y análisis de datos, 193-203.

Bizagi. (2010). BPMN by ExampleSPA. Obtenido de: bizagi time to digital <http://resources.bizagi.com/docs/BPMNbyExampleSPA.pdf>

Bizagi Modeler. (S.f). Plataforma Web. Obtenido de: <https://www.bizagi.com/es/plataforma/modeler>

Blanco Herranz, F. J. (2004). Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística". Estudios Turísticos (160): 5-29

Blanco Herranz, F. J. (2006). Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística (III): una aproximación al concepto de seguridad turística.

Bodhawi, N. (2018). Tourism information centers for heritage sites in Libya (Master 's Thesis). Universidad de Çankaya.

BPM, C. (3 de noviembre de 2009). ApuntesBPMN. Obtenido de Club- BPMN <http://www.club-bpm.com/ApuntesBPM/ApuntesBPM01.pdf>

Canales Cerón M. Metodologías de la investigación social. Santiago: LOM Ediciones; 2006. p. 163-165.

Castillo Castañeda, A. J. (2016). Elaboración de un plan de contingencia y seguridad integral en el edificio de la Dirección de Servicios Públicos de la municipalidad de Villa Nueva (Doctoral dissertation). Universidad de San Carlos de Guatemala

Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1(1), 3-7.

Chikati, S. (2019). A best practice framework for visitor information centers in Gauteng Province, South Africa (Doctoral dissertation). University of South Africa.

Comunidad Andina. (2011). Cuenta Satélite de Turismo de los Países Miembros de la Comunidad Andina. Obtenido de: <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DEstadisticos/SGde434.pdf>

Constitución Política de la República del Ecuador, Registro Oficial No. 449, 20 de octubre de 2008.

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (2008). Cuenta Satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789213612392>

Díaz, N. R., & Baldeon, F. M. (2018). Perfil del turista de la generación Z que visita Guayaquil. *Kalpana*, (16), 4-27.

Diccionario de Ciencias de la Educación, Vol. 1. México: Santillana; 1983. p. 208.

Dolón, A (2005). Estudio del grado de aplicación de la seguridad integral de las empresas de la región de Murcia (Tesis Dcotoral, Universidad politécnica de Cartagena).

Draper, J. (2016). Applying importance-performance analysis to services of a visitor information center. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 84-95. <https://doi.org/10.1177/1467358415627300>

El Comercio (2021). Policía refuerza seguridad en sitios turísticos de Guayaquil, tras alerta de Estados Unidos. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/policia-refuerza-seguridad-sitios-turisticos-guayaquil.html>

El Universo. (2020). Guayaquil pionera: El Puerto Marítimo es una joya para la economía nacional. Extraído de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/10/09/nota/8006749/independencia-guayaquil-puerto-maritimo/>

Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil (2021). Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP). Obtenido de: <https://guayaquilturismoep.gob.ec/rendicion>

Escobar, J. & Bonilla, F. (2017). Focus groups: a conceptual and methodological guide. Cuadernos hispanoamericanos de psicología, vol. 9 no. 1, 51-67.

Esterberg, K. G. (2002). Qualitative methods in social research(No. 300.18 E8).

Estatuto de la Cámara Provinciales de Turismo del Guayas. (2012). Aprobado mediante el Acuerdo Ministerial No. 20120275.

Fiscalía General del Estado. (S.f) Cifra de robos. Obtenido de: <https://www.fiscalia.gob.ec/estadisticas-de-robos/>

Fiscalía General del Estado (2021). ¿Qué es la Fiscalía?. Obtenido de: <https://www.fiscalia.gob.ec/institucion/>

Flick U. Introducción a la investigación cualitativa. Madrid: Morata Paideia; 2007. p. 89-109

Galindo, M. (2018). La pirámide de Kelsen o jerarquía normativa en la nueva CPE y el nuevo derecho autonómico. Revista jurídica derecho, 7(9), 126-148.

García Gutiérrez AL. Tratamiento y análisis de la documentación. En: Vizcaya Alonso, D. (comp). Selección de lecturas: Fundamentos de la organización de la información. La Habana: Universidad de La Habana, 2002.

García, S., y Mariscal, M. (2002). La gestión de la seguridad total. Un modelo para la gestión y autoevaluación de la seguridad laboral. Burgos: Servicios de publicaciones de la Universidad de Burgos.

Gonzalez, A. (2010). El Turismo En La Sociología Contemporánea, Una Aproximación. Anuario Turismo y Sociedad, 11, 119-142.

Herman, G. V., Caciora, T., Dumbrava, R., Sonko, S. M., Berdenov, Z. G., Safarov, R. Z., & Ungureanu, M. (2019). Geographical considerations regarding the tourist information and promotion centers from Bihor County, Romania. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 27(4). 1439-1448.

Herman, G., Wendt, A. J., Dumbravă, R., & Gozner, M. (2019). The role and importance of promotion centers in creating the image of tourist destination: Romania. *Geographia Polonica*, 92(4), 443-454. <https://doi.org/10.7163/GPol.0158>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: Mc Graw Hill Education.

Hunziker, Walter y Krapf, Kart 1942. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Universidad de Berna, Suiza.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Guayaquil en cifras. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/guayaquil-en-cifras/>

Ley Orgánica de Educación Superior. (2010). Registro Oficial Suplemento 298 de 12-oct-2010.

Ley Orgánica de la Policía Nacional (2008). Registro Oficial 368 de 24-jul-1998. Última modificación: 20-ago-2008.

Lyu, S. O., & Lee, H. (2015). Preferences for tourist information centers in the ubiquitous information environment. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1032-1047. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.912205>

Majó, J., & Galí, N. (2002). Internet en la información turística. In *Actas IV Congreso «Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones* (pp. 397-409).

Martinez García, F. (2001). Dirección de la seguridad integral en convergencia con los objetivos empresariales. *Mapfre Seguridad*, 82, 15-23

Mazúchová, Ľ., & Pančíková, K. (2019). Regional products offered by tourist information centers in slovakia. XXII. Mezinárodní Kolokvium, 523. 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-66

Mendez Alvarez, C. E. (2009). Método para determinar la cultura de las organizaciones en Colombia. Universidad del Rosario.

Ministerio de Turismo. (2021). Atención a Denuncias, Quejas y Reclamos reportadas por turistas nacionales y extranjeros. Portal Único de Trámites Ciudadanos. Extraído de: <https://www.gob.ec/mintur/tramites/atencion-denuncias-quejas-reclamos-reportadas-turistas-nacionales-extranjeros>

Ministerio de Turismo. (2018). Manual de Atractivos Turísticos. Extraído de: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo. (2011). Proyecto Plandetur 2011-2014. Extraído de: https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014_VERSION2.pdf

Ministerio de Turismo Ecuador (2021). Visualizador de información turística del Ecuador. Entradas y salidas de visitantes del Ecuador. Recuperado de: <https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>

Ministerio de Turismo Ecuador (2021). Visualizador de información turística del Ecuador. Indicadores Económicos de Turismo. Producto Interno Bruto Turístico. Recuperado de: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

Ministerio de educación y ESPOL (Abril 23. 2020). Convenio No.. Cooperación interinstitucional para el fortalecimiento de procesos de investigación, innovación, asistencia técnica, servicios técnicos, procesos de formación académica y de capacitación de maestros en áreas priorizadas por el MINEDUC. <https://www.relacionesexternas.espol.edu.ec/sites/internationalrelations.espol.edu.ec/files/CONVENIO%20MINISTERIO%20EDUCACION%20ESPOL%202020.pdf>

Ministerio de Inclusión Económica Social y la Universidad de Guayaquil (Diciembre 21, 2020). Convenio No. UG-GVS-008-2021-E. Fortalecimiento del proceso de diagnóstico, seguimiento y evaluación de la gestión y efectos del programa catálogo de emprendedores para el desarrollo y potenciación de emprendedores de la Zona 8. <http://www.vigcyp.ug.edu.ec/gsc/images/cespecifico/UG-GVS-008-2021-E.PDF>

Montenegro Bonilla, C. V. (2021). Diseño integral de un Centro de Información Turística en la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui (Tesis de Grado). Universidad Central del Ecuador.

Morales, O. L. A. (2006). La cultura corporativa y su relación con la competitividad. Sotavento MBA, (7), 38-50.

Moreno, S., Palomino, P., Frías, F., y Pino, R. (2015). En torno al concepto de necesidad. *Index Enferm.* 24 (4), 236-239. <https://dx.doi.org/10.4321/S1132-12962015000300010>

Organización Mundial del Turismo (s.f). Glosario de términos de turismo. Extraído de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT - Organización Mundial del Turismo (2004) “Desarrollo sostenible del turismo: definición conceptual”. Disponible en <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Pacheco, F., & Salazar, V. (2020). Grupos Focales: Marco de Referencia para su Implementación. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 182-195.

Pearsall, J., y Hanks, O. (2001). *The new Oxford dictionary of English*. Oxford: Oxford University Press

Rachel, R. (2015). Tourists' perceptions toward the service quality of tourist information center in Toraja. *Teaching English as a Foreign Language Overseas Journal*, 1(1), 58-75.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua*. Madrid: Real Academia Española.

Real Academia Española (2021). *Diccionario de la lengua española*. Expectativa. Obtenido de: <https://dle.rae.es/expectativa>

Real Academia Española. (s.f.) Definición de asistencia. Extraído de: <https://dle.rae.es/asistencia>

Rugama Bravo, F. J., Lira Talavera, O. V., & Cárcamo Urbina, T. L. (2017). Creación de un centro de información turística en el municipio de Condega, Estelí. En el segundo semestre del 2017 (Tesis de Grado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Salas Antonio (2019). El concepto de asistencia integral. Orden Hospitalaria de San Juan de Dios. Obtenido de: <https://www.ohsjd.es/concepto-asistencia-integral>

Sánchez Valero, Fidel Jacob. (2018). Propuesta de estrategias de satisfacción del turista extranjero que visita la ciudad de Guayaquil para mejorar la operación turística de la ciudad.

Savin-Baden, M., & Major, C. H. (2013). Qualitative research: the essential guide to theory and practice. *Qualitative Research: The Essential Guide to Theory and Practice*. Routledge.

Sheldon, P. (1997) *Tourism Information Technology*. New York: CAB International.

Silveira Donaduzzi, D., Colomé Beck, C., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de enfermería*, 24(1-2), 71-75.

Thompson, I. (2006). Misión y visión. *Promonegocios*. Net. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Valles, M. (1997). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional.

Villegas, A. J. C., Guerrero, N. E. C., Llanderal, T. C. C., & Sosa, E. S. (2020). Naming un proceso para la creación de nombres de marca. *Insigne Visual-Revista del Colegio de Diseño Gráfico-BUAP*, 5(25).

Zafra Galvis. (2006). Tipos de investigación. *Revista científica General José María Córdova*. 4(4), 13-14.

ANEXOS

Anexo#1

Formato de preguntas para entrevistas con expertos en el turismo.

FICHA GUÍA DE ENTREVISTAS

Objetivo: Establecer los actores y las funciones de las organizaciones públicas y privadas que puedan involucrarse en el centro de información y asistencia turística.

El presente estudio tiene como objetivo establecer los actores y las funciones de las organizaciones públicas y privadas que puedan involucrarse en el centro de información y asistencia turística. La propuesta de valor que puede tener el centro de información, y la identificación de ciertos procesos legales y operacionales a tener en el centro de información turística. Se elige la herramienta de entrevistas, ya que es una herramienta de recolección de datos en la investigación cualitativa. Por ende, ayudará a identificar los distintos actores y las funcionalidades de cada departamento a operar en el centro de información.

El estudio se llevará a cabo con una muestra y el tamaño de la muestra de seis actores estratégicos que tienen experiencia y conocimiento en el sector turístico. El tiempo estimado de la entrevista es de 1 hora aproximadamente. Toda la información recopilada tendrá fines educativos y será manejado de manera confidencial para el desarrollo del proyecto integrador. Sin embargo, es necesario hacerles la consulta de que ¿Si están de acuerdo que se grabe la reunión para una mayor recopilación y transcripción de la información?

Fecha:

No. De entrevista:

Actor:

Entrevistador:

Vía de comunicación:

PREGUNTAS

- ¿Cuáles creen que son los servicios que ofrece un centro de información y asistencia turística?
- ¿Qué tipo de material de promoción turística y otros elementos importantes cuenta el centro de información y asistencia turística?
- ¿Qué tipo de información crees que debería además otorgar al visitante?
- ¿Guayaquil cuenta con un centro de información turística? ¿Cuál es el motivo de porque no se ha implementado o promocionado de mejor forma un centro de información y asistencia turística en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Qué organismos públicos y privados desearían que formen parte en un centro de información turística?
- ¿Cuáles creen que serían los departamentos y los ambientes básicos que debería tener un centro de información turística?
- ¿Qué procesos legales creen que se debería acudir para la creación de un centro de información turística?
- ¿En qué sector estratégico piensa que debería crearse el centro de información turística?
- ¿Qué servicios innovadores les gustaría que tenga el centro de información y asistencia turística?

Anexo#2

Formato de preguntas para Grupo focal con turistas nacionales

FICHA GUÍA PARA EL DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL

Objetivo: Reconocer las necesidades y expectativas de los turistas en el centro de información y asistencia turística.

El presente estudio establece como objetivo reconocer las necesidades y expectativas de los turistas que visitaron la ciudad de Guayaquil y un modelo que contextualice que beneficios y funcionalidades puede otorgarles un centro de información y asistencia turística. Se elige la herramienta de Grupo focal, ya que es una herramienta de recolección de datos en la investigación cualitativa. Por ende, ayudará a comprender los fenómenos que acontecen desde la perspectiva del visitante en su experiencia natural.

El estudio se llevará a cabo con una muestra de 5 participantes. La muestra serán los turistas o visitantes que no residan en la ciudad de Guayaquil y que por lo menos una vez hayan visitado la ciudad con la finalidad de realizar actividades turísticas. Desde esta perspectiva, se podrá conocer y analizar las opiniones de los participantes de las funcionalidades a tener en un centro de información y asistencia turística.

Toda la información recopilada tendrá fines educativos y será manejado de manera confidencial para el desarrollo del proyecto integrador. Sin embargo, es necesario hacerles la consulta de que ¿Si están de acuerdo que se grabe la reunión para una mayor recopilación y transcripción de la información?

PREGUNTAS:

Objetivo: Reconocer las necesidades durante su visita en la ciudad de Guayaquil y conocer las expectativas que tendrían en la creación de un centro de información y asistencia turística.

DINÁMICA DE APERTURA

1. *Tienen que contar en un minuto la experiencia más graciosa que han tenido en Guayaquil...*
 - ¿Qué actividades les gusto realizar en la ciudad de Guayaquil? ¿Y por qué?
 - ¿Cómo se enteró de los sitios turísticos a visitar en la ciudad de Guayaquil?
 - ¿Ustedes creen que recibieron suficiente información del destino previa al viaje y de todo lo que ofrece la ciudad de Guayaquil? ¿Cómo lograron para suplir esa necesidad de información?
 - ¿Las actividades que tenían pensado realizar, pudieron concretarlas? En caso de no ¿Cuál sería la causa?
 - ¿Durante el viaje, consultó algún tipo de información de los atractivos naturales y culturales a visitar y eventos que pueda asistir? ¿Cuáles? ¿Cómo describiría la información recibida?

- ¿Cuáles creen que son los principales problemas que acontecen en la ciudad que pueden afectar la experiencia de turística?
- ¿Qué servicios turísticos utilizaron en Guayaquil? Entiéndase por servicio turístico a los servicios de alojamiento, restauración, transporte.
- ¿Tiene conocimiento de dónde puede presentar una recomendación positiva o negativa del servicio?
- ¿Qué otras necesidades surgieron durante el viaje y no pudieron ser gestionadas?

PREGUNTAS DE CIERRE

- ¿Piensa que la ciudad de Guayaquil actualmente cuenta con un centro de información y asistencia turística?
- ¿En caso de si o no, piensa que es importante desarrollar un centro de información y asistencia turística? ¿Por qué?

Anexo#3

Formato de convenio de cooperación

El presente convenio fue realizado bajo el análisis de instrumentos legales y la revisión de diferentes documentos que establecen un formato preestablecido de CONVENIOS DE COOPERACIÓN. No obstante, se realizaron cambios respectivos de acuerdo a la relación y operatividad del CIAT Las Peñas. Los documentos legales que fueron instrumentos de guía son el Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Educación y la ESPOL firmando en el año 2020. El objetivo fue establecer procesos de desarrollo e investigación, asistencia técnica, procesos de formación a maestros, entre otros a áreas priorizadas por el MINEDUC. Asimismo, otro convenio guía fue el Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Inclusión Económica Social y la Universidad de Guayaquil firmado en el 2020 cuyo propósito era fortalecer el catálogo de emprendedores de la zona 8 para potencializar sus emprendimientos. Por consiguiente, el convenio de Cooperación Interinstitucional para la creación y operatividad del CIAT Las Peñas es el siguiente:

CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Para dar inicio a los trabajos de acondicionamiento de la infraestructura del centro y su operatividad se plantea desarrollar un convenio de cooperación entre los distintos organismos públicos a cargo del centro de información turística. El convenio permitirá tener clara las funciones a cumplirse por cada una de las instituciones y que su principal beneficiario sea el turista, a través de un asesoramiento de calidad y darle a Guayaquil un centro que trabaje bajo los ejes de gobernanza, innovación, tecnología e inclusión. A continuación, se presenta el convenio:

CONVENIO ESPECÍFICO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE EL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, LA FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO, LA POLICÍA NACIONAL Y LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DEL GUAYAS PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA “LAS PEÑAS”.

COMPARECIENTES. –

Comparecen a la celebración del presente Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional, por una parte, el **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil** representada legalmente por la señora Cynthia Viteri, Abg., en calidad de Alcaldesa de la ciudad de Guayaquil, a quien en adelante se llamará “**GAD MUNICIPAL**”; también, la **Escuela Superior Politécnica del Litoral**, representado legalmente por la señora Cecilia Paredes Verduga, PhD., en su calidad de Rectora de la Universidad, a quien en adelante se llamará “**ESPOL**”.

Además, la **Fiscalía General del Estado** representada por la señora Diana Salazar, Dra., en calidad de la autoridad de la Fiscalía a nivel nacional, a quien en adelante se llamará “**FISCALÍA DEL GUAYAS**”; y por otra parte, la **Policía Nacional** representada legalmente por el señor Fausto Buenaño Castillo, GraD., en calidad de comandante de la Zona 8, a quien en adelante se llamará “**POLICIA TURISTICA**”.

Finalmente, la **Cámara Provincial de Turismo del Guayas** representada legalmente por el señor Holbach Muñeton, Mag., en calidad de presidente, a quien en adelante se

llamará “**CAPTUR GUAYAS**”; en los términos y condiciones siguientes, las partes libres y voluntariamente acuerden celebrar el presente convenio, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTES. -

- a) El artículo 264 literal 8 de la Constitución de la República del Ecuador prescribe que los GAD MUNICIPAL deben: *“Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.”*

- a) El artículo 350 de la Constitución de la República del Ecuador prescribe que: *“El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.”*

- b) La Ley Orgánica de Educación Superior en su artículo 17, señala: *“El Estado reconoce a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los principios establecidos en la Constitución de la República.”*

- c) El artículo 87 de la Ley Orgánica de Educación Superior señala que: *“Como requisito previo a la obtención del grado académico, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante programas, proyectos de vinculación con la sociedad, prácticas o pasantías preprofesionales con el debido acompañamiento pedagógico, en los campos de su especialidad.”*

- d) La misión de la fiscalía general del Estado de acuerdo su pagina web establece que *“Es una institución autónoma, que dirige la investigación preprocesal y procesal penal, procurando el acceso a la justicia con sujeción a los principios de oportunidad y mínima intervención penal, con especial atención al interés público y a los derechos de las víctimas.”*

- e) El artículo 194 de la Constitución de la República del Ecuador prescribe que: *“La fiscalía general del Estado es un órgano autónomo de la Función Judicial, único e indivisible, funcionará de forma desconcentrada y tendrá autonomía administrativa, económica y financiera. La Fiscal o el fiscal general es su máxima autoridad y representante legal y actuará con sujeción a los principios constitucionales, derechos y garantías del debido proceso.”*
- f) En el artículo 4 de la Ley Orgánica de la Policía Nacional detalla las funciones de mantener la paz, el orden y la seguridad pública, cooperar en la protección del ecosistema, y garantizar los derechos de las personas y la protección de sus bienes, entre otras.
- g) De acuerdo al artículo 1 del estatuto de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas *“La cámara Provincial de Turismo del Guayas es una persona jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, que funciona de conformidad con las disposiciones de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, su Reglamento General, su propio Estatuto, sus reglamentos, y con su ejecución a la Constitución Política y demás leyes del Estado Ecuatoriano.”*
- h) En el artículo 3 de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas detalla las funciones de realizar todas las acciones y actividades necesarias que propendan al desarrollo y defensa del gremio turístico, velar porque la actividad turística cumpla sus obligaciones, tomar parte activa en los movimientos de desarrollo económico y los tendientes a unificar los intereses del Turismo Nacional e Internacional, y realizar inversiones en proyectos de desarrollo turístico.

SEGUNDA: OBJETO. - El presente convenio tiene por objeto desarrollar e implementar un centro de información y asistencia al turista en el campus “Las Peñas” en la ciudad de Guayaquil.

TERCERA: EJECUCIÓN. - El proyecto se desarrollará mediante:

- La aprobación de los recursos por parte del **“GAD MUNICIPAL”** para la remodelación interna del edificio del campus Las Peñas en la planta baja otorgada por la ESPOL.

- La delegación del recurso humano correspondiente por parte del “**GAD MUNICIPAL**” para que se encuentre en la operatividad del centro de información y asistencia turística.
- La colaboración de estudiantes, docentes y autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la carrera de Turismo, para el cumplimiento de las prácticas preprofesionales “**ESPOL**”.
- La cooperación participativa y el fortalecimiento de distintos actores como la **POLICIA TURÍSTICA** y la **FISCALÍA DEL GUAYAS** involucradas en la operatividad del centro.
- El cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma expuestas en el proyecto.

CUARTA: OBLIGACIONES. -

El “**GAD MUNICIPAL**” se compromete a:

1. Asignar los recursos económicos para la remodelación de acuerdo a los ambientes establecidos y la decoración de los espacios.
2. Evaluar y destinar herramientas tecnológicas que conlleven a mejorar la experiencia del turista.
3. Delegar y aprobar al personal a operar en el centro de información y asistencia turística.
4. Fortalecer la marca “Guayaquil es mi destino” a través del desarrollo de diferentes estrategias de marketing para destinar a Guayaquil como destino turístico.
5. Otorgar los permisos correspondientes y velar que el centro cumpla con su operatividad.

La “**ESPOL**” se compromete a:

1. Asignar a estudiantes de Educación Superior a cumplir con sus horas de prácticas empresariales.
2. Elaborar herramientas metodológicas y didácticas que conlleven a mejorar la experiencia al turista.

La **FISCALÍA DEL GUAYAS** se compromete a:

1. Delegar un asesor del Sistema de Atención Integral (SAI) para el asesoramiento y la recepción de denuncias de los turistas nacionales y extranjeros que han sido perjudicados por algún delito.
2. Dar seguimiento a las denuncias de los turistas con la finalidad de que no queden archivadas.

La **POLICÍA TURÍSTICA** se compromete a:

1. Delegar un asesor que se encuentre operativo en el centro de información y asistencia turística.
2. Realizar campañas de concientización de seguridad turística a los turistas nacionales e internacionales.
3. Agendar y acompañar a la protección de grupos turísticos que requieran una seguridad personalizada.

La **CAPTUR GUAYAS** se compromete a:

1. Delegar un asesor que se encargue de vender los productos turísticos de la ciudad.
2. Informar al turista nacional e internacional de todos programas a tener para su disponibilidad de manera equitativa de acuerdo a las necesidades del turista.
3. Vender tickets de eventos a desarrollarse en la ciudad: teatros, museos, aerovía, espacios deportivos.

QUINTA: COORDINACIÓN. – Las partes concedidas a miembros de su personal como coordinador/a serán las personas encargadas de supervisar y controlar el presente convenio, quienes cumplirán la responsabilidad de gestionar las cosas necesarias para velar que el proyecto y supervisar que se cumpla a cabalidad. También, tendrán responsabilidad de gestionar los trámites que sean necesarios, sin perjuicio de las siguientes obligaciones:

- a) Velar por la correcta ejecución del convenio.
- b) Realizar el seguimiento de planificación, coordinación, control y evaluación de las funciones establecidas.

- c) Resolver desacuerdos y conflictos entre las distintas instituciones a participar en el convenio.
- d) Presentar informes de gestión a las personas que firmaron legalmente el convenio de los aspectos positivos y negativos a presentarse durante su ejecución.
- e) Realizar reuniones de mesas de consultas con los distintos coordinadores.
- f) Resguardar los intereses institucionales con la finalidad de que prevalezca la ética, la calidad y la finalización satisfactoria de las actividades a realizarse.

Todo lo indicado en el convenio sin perjuicio de otro tipo de responsabilidad, compromiso, competencia o atribución que la designación realice durante el presente convenio. Las partes podrán cambiar sus delegados para la coordinación, para lo cual bastará cursar entre sí la respectiva comunicación, sin que sea necesario la modificación del texto del presente convenio. No obstante, es importante que se envíen una carta a los distintos coordinadores explicando el motivo del cambio.

1. La ejecución del convenio por parte del **“GAD MUNICIPAL”** estará a cargo del Coordinador del Centro de información y asistencia turística, que genere la necesidad del mismo, quien dará el seguimiento de los compromisos contraídos en el convenio y reportará al presidente del Directorio de la EP.
2. La ejecución del convenio por parte de la **“ESPOL”** estará a cargo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, que genere la necesidad del mismo, quien dará el seguimiento de los compromisos contraídos en el convenio y reportará a la Decana de la FCSH y al Vicerrectorado Académico en caso de ser solicitado.
3. La ejecución del convenio por parte del **“FISCALÍA DEL GUAYAS”** estará a cargo de recibir denuncias de los turistas, que generó la necesidad del mismo, quien dará el seguimiento de los compromisos contraídos en el convenio y reportará a la mesa consultiva del centro de información y asistencia al turista.
4. La ejecución del convenio por parte del **“POLICÍA TURÍSTICA”** estará a cargo de agendar y acompañar a la protección de grupos turísticos, que generó la necesidad

del mismo, quien dará el seguimiento de los compromisos contraídos en el convenio y reportará a la mesa consultiva del centro de información y asistencia al turista.

5. La ejecución del convenio por parte del **“CAPTUR GUAYAS”** estará a cargo de vender los productos turísticos de la ciudad, que generó la necesidad del mismo, quien dará el seguimiento de los compromisos contraídos en el convenio y reportará a la mesa consultiva del centro de información y asistencia al turista.

6. Los coordinadores del presente convenio son:

Por el **“GAD MUNICIPAL”**:

Coordinador:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Por la **“ESPOL”**:

Coordinador: Dele

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Por la **“POLICÍA TURÍSTICA”**:

Coordinador:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

POR LA **“FISCALÍA DEL GUAYAS”**:

Coordinador:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Por el **“CAPTUR GUAYAS”**:

Coordinador:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

SEXTA: VIGENCIA DEL CONVENIO. - El presente convenio tendrá vigencia de **SESENTA (60) meses** a partir de la fecha de suscripción y dando inicio a la remodelación

y operación del centro. Los actores a participar en el convenio no tendrán la responsabilidad por daños ocasionados y perjuicios ocasionados por causas de fuerza mayor o fortuita, que pudieran impedir la continuación del presente convenio. Una vez superados dichos casos fortuitos o de fuerza mayor se procederá a reanudar las actividades con normalidad en el cumplimiento de las partes del presente convenio.

Una vez finalizadas las actividades del presente convenio y se evalúen los resultados de este, si las partes lo consideran necesario, se procederá a socializar con dichas partes para que exista la renovación por el tiempo que se crea oportuno, apegándose a través de los instrumentos jurídicos, normativas aplicables, y estar de acuerdo ante las nuevas estipulaciones.

SÉPTIMA: FINANCIAMIENTO. - Este instrumento requerirá de un mayor estudio previo, ya que las remodelaciones internas van a hacer realizadas por el **“GAD MUNICIPAL.”**

OCTAVA: CONFIDENCIALIDAD. - El **“GAD MUNICIPAL”, “ESPOL”, “POLICIA TURISTICA”, “FISCALIA DEL GUAYAS”** y **“CAPTUR GUAYAS”** convienen que toda información de la contraparte que llegue a su conocimiento, en razón de la ejecución y operación del presente convenio será de carácter confidencial. Excepto por la información establecida a brindar a los turistas en el centro de información y asistencia turística.

El incumplimiento de relevar información confidencial será causal para dar por terminado este convenio y quedará a criterio de la parte afectada al iniciar las acciones correspondientes por daños y perjuicios.

NOVENA: DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. - Los descubrimientos e invenciones, las mejoras en los procedimientos, así como los trabajos y resultados que se logren alcanzar dentro del presente convenio; así como lo correspondiente a la titularidad de los derechos de propiedad intelectual que pudieran llegar a derivarse de la ejecución del convenio, deberán respetarse y usarse con confidencialidad. Por lo tanto, si desea replicar otro centro de información y asistencia turística con las mismas funcionalidades requerirá un asesoramiento de los procesos internos de los coordinadores del convenio.

DÉCIMA: RELACIÓN LABORAL. - El personal de cada una de las partes será designado por los distintos organismos establecidos, no obstante, tendrá que ser aprobados por el director encargado del centro de información y asistencia turística. Los representantes de los distintos organismos deberán ser parte de las mesas consultivas hechas por el director con la finalidad de saber las novedades presentadas y actividades a realizar. Cada una de las instituciones es responsable de sus obligaciones laborales de su personal y cumplir con lo establecido en el contrato. Sin embargo, el GAD MUNICIPAL es el responsable de contratar al director del centro, el asistente administrativo y el operativo del centro de información y asistencia al turista.

UNDÉCIMA: DOMICILIO. - La “POLICIA TURISTICA” y la “FISCALIA DEL GUAYAS” tendrán sus respectivas oficinas en el centro de información y asistencia al turista “Las Peñas”. Además, del personal delegado por el “GAD MUNICIPAL”.

DUODÉCIMA: DOCUMENTOS HABILITANTES. - Forman parte del presente convenio y se adjuntan documentos que acreditan la calidad y responsabilidad de los comparecientes:

- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación de los representantes legales de cada institución: “GAD MUNICIPAL”, “ESPOL”, “POLICIA TURISTICA”, “FISCALIA DEL GUAYAS” y “CAPTUR GUAYAS”.
- Documento del proyecto Integrador de *“Desarrollo de un centro de información y asistencia al turista en el campus de ESPOL “Las Peñas”*.
- Acta de reunión de aprobación del convenio del Consejo Consultivo Correspondiente.

DECIMA TERCERA: LEGISLACIÓN APLICABLE. - En el desarrollo de los programas de trabajo y cooperación, todas las partes se comprometen a respetar la normativa vigente y aplicable de cada una de las mismas, esto es, Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Educación Superior, Ley Orgánica de la Policía Nacional, y demás normativas vigentes y aplicable para la ejecución del presente convenio.

DÉCIMA CUARTA: TERMINACIÓN DEL CONVENIO. - El presente convenio se dará por terminado por los siguientes motivos:

- Por vencimiento del plazo establecido en el convenio.
- Por mutuo acuerdo y consenso de las partes a participar en el convenio
- Por la declaración unilateral y con previa anticipación del convenio.

El convenio conlleva compromiso con cada una de las instituciones, por consiguiente, una vez firmado el convenio se requiere el cumplimiento de las obligaciones y precautelar el cuidado de los turistas y el buen nombre de los comparecientes e instituciones que representan.

DÉCIMA QUINTA: ACEPTACIÓN. - Los actores a participar en el convenio se ratifican en todas las cláusulas y las declaraciones contenidas en el presente convenio, por el cual, en prueba de su aceptación a los términos del presente instrumento, se adjunta en **cinco (5) ejemplares** de igual contenido, formar y valor legal, en la ciudad de Guayaquil el veintitrés del mes de febrero de 2022.

Por el **GAD MUNICIPAL**

Por la **ESPOL**

Cynthia Viteri, Abg.
Alcaldesa

Cecilia Paredes Verduga, PhD
Rectora

Por la **FISCALIA DEL GUAYAS**

Por la **POLICIA TURISTICA**

Diana Salazar, Dra.
Autoridad

Fausto Buenaño Castillo, GraD.
General

Por la **CAPTUR GUAYAS**

Holbach Muñeton, Mag.
Presidente
