

**Escuela Superior Politécnica del Litoral**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Diseño de estrategia para operativizar corredores turísticos seguros en  
Guayaquil

ADMI - 1269

**Proyecto Integrador**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciatura en Turismo**

Presentado por:

Gloria Elena German Montalván

Melanie Edith Gutiérrez Orejuela

Año: 2025

**Dedicatoria**

El presente proyecto se lo dedico a Dios,  
por mantenerme en pie, a mis padres por impulsarme  
y a mi bebé por motivarme cada día.

**Melanie Edith Gutiérrez Orejuela**

A mis padres, por ser la fuerza que me impulsan a seguir adelante.

A mis hermanos, por su confianza inquebrantable en mí.

A mi abuelita, por cuidarme con amor a lo largo de mi vida.

A mi Sharpy, por haber sido mi fiel compañera en mis noches de desvelo.

A mis amigos Alisson, Gustavo, Víctor y Lorry, porque con su compañía mi paso por la  
ESPOL se volvió único e inolvidable.

**Gloria Elena German Montalvan**

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por darme la fuerza,  
a mis profesores por todo el conocimiento y  
apoyo brindado, y a mí misma por tener la fuerza  
de voluntad para cumplir mis objetivos.

**Melanie Edith Gutiérrez Orejuela**

Agradezco a Dios por darme la fortaleza  
de llegar hasta este momento tan importante en mi vida.

A mis padres, por su fe incondicional en mí y  
por su apoyo constante hasta el último instante.  
A mis hermanos y a toda mi familia, por su cariño  
y aliento en cada etapa de este camino.  
A mis profesores, por confiar en mis capacidades.

Y, de manera especial, a mi compañera de tesis,  
por su apoyo y por convertirse en una gran  
amiga durante todo este proceso.

**Gloria Elena German Montalvan**

### **Declaración Expresa**

Nosotras Gloria Elena German Montalván y Melanie Edith Gutiérrez Orejuela acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al/los autor/es que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 29 de mayo del 2025

Gloria German M.  
Gloria Elena Germán Montalván

Melanie Edith Gutiérrez Orejuela  
Melanie Edith Gutiérrez Orejuel

## **Evaluadores**

---

**MBA. MSc. Cinthy Ventimilla**

Profesor de Materia

---

**Lina Enderica Izquierdo**

Tutor de proyecto

## Contenido

<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Introducción .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Descripción del Problema .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Justificación del Problema .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Objetivos .....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.1 Objetivo General.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>14</b>
<b>1.5 Marco Teórico .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.1 Planificación territorial .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.2 Planificación territorial en el turismo .....</b>	<b>16</b>
<b>1.5.3 Espacio turístico.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5.4 Corredores turísticos .....</b>	<b>17</b>
<b>1.5.5 Turismo Urbano .....</b>	<b>18</b>
<b>1.5.6 Seguridad turística .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5.7 Estrategia de Gestión Turística .....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Metodología.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.1 Descubrir .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.2 Analizar .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1.3 Idear .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.4 Prototipar.....</b>	<b>26</b>
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Resultados .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Resultados obtenidos de la revisión de proyecto.....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Resultados obtenidos del Análisis Delphi “Expertos” .....</b>	<b>31</b>
<b>3.4 Resultados obtenidos de los Mapas de Empatía .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4.1 Percepciones y sentimientos predominantes .....</b>	<b>33</b>
<b>3.5 Resultados obtenidos del Benchmarking Interno .....</b>	<b>35</b>

<b>3.6 Resultados obtenidos de la lluvia de ideas .....</b>	<b>37</b>
<b>3.7 Estrategias .....</b>	<b>39</b>
<b>3.7.1 Puntos del corredor turístico:.....</b>	<b>39</b>
<b>3.7.2 Estrategia 1 “Centro Informado” .....</b>	<b>40</b>
<b>3.6.3 Estrategia 2: “Corredor Turístico Vivo, Seguro e Inclusivo” .....</b>	<b>43</b>
<b>3.6.4 Estrategia 3 “Guayaquil Vive y Cuenta” .....</b>	<b>47</b>
<b>3.7 Presupuesto .....</b>	<b>50</b>
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>55</b>
<b>4.1 Conclusiones .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 Recomendaciones generales .....</b>	<b>56</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>61</b>
<b>Anexo A.....</b>	<b>61</b>
<b>Anexo B.....</b>	<b>63</b>
<b>Anexo C.....</b>	<b>78</b>
.....	81
<b>Anexo D.....</b>	<b>81</b>
<b>Anexo E.....</b>	<b>83</b>

<b>Tabla 1</b> Matriz de evaluación a corredores turísticos .....	30
<b>Tabla 2</b> Propuestas priorizadas para la operativización de corredores turísticos en Guayaquil .....	37
<b>Tabla 3</b> Presupuesto Estrategia 1 “Centro Informado” .....	50
<b>Tabla 4</b> Presupuesto Estrategia 1A “Turismo Asiste” .....	51
<b>Tabla 5</b> Presupuesto Estrategia 2A "Arte Vivo en el Corredor" .....	51



<b>Figura 1</b>	Nube de palabras de entrevistas aplicadas con el método Delphi.....	31
<b>Figura 2</b>	Distribución de Categorías.....	32

# CAPÍTULO 1

## 1.1 Introducción

Guayaquil es una ciudad en el territorio ecuatoriano que representa uno de los centros urbanos más importantes de este país. (Berdegué y Schejtman: 2004). Ubicada en el Litoral del Ecuador, al pie del Océano Pacífico, es la ciudad más poblada con una superficie de 344,5 km<sup>2</sup>, con un clima tropical de sabana se caracteriza por temperaturas elevadas y alta humedad (INEC<sup>1</sup>, 2020).

Según Szymula (2022) Guayaquil tiene una maravillosa gastronomía, cuenta con gran variedad de lugares turísticos y su gente es muy hospitalaria. Pero actualmente Ecuador se encuentra en una situación muy difícil ya que enfrenta un incremento en el índice delictivo, lo cual se ve reflejado en la reducción de visitantes y de forma paralela aumenta la salida de sus habitantes.

Entrando al contexto de reordenamiento territorial impulsado por la Municipalidad de Guayaquil, se presentó un modelo urbano llamado “la ciudad de los 15 minutos”, este fue introducido formalmente el 18 de mayo del 2023 durante una sesión del Consejo Cantonal. El modelo consiste en reestructurar tanto el diseño como la gestión de la ciudad, basándose en el reemplazar las 15 parroquias existentes por 19 distritos territoriales, cada uno como una unidad independiente a la que los ciudadanos puedan acceder a pie o en bicicleta, en máximo 15 minutos. Estos distritos tendrán servicios básicos tales como: salud, educación, recreación, comercio y movilidad.

Dicho modelo responderá a la necesidad de una ciudad más equitativa, sustentable y descentralizada, lo cual permite una planificación urbana más cercana a la realidad de cada sector fomentando así una distribución igualitaria de la inversión pública. Dicho modelo ya fue adoptado en ciudades como París y su ejecución ha sido un éxito Su adaptación en Guayaquil representaría un paso importante hacia una ciudad más funcional.

---

<sup>1</sup> INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

A pesar de los esfuerzos por darle a los distritos servicios básicos, se puede ver la escasez de oficinas locales de turismo en estas unidades territoriales municipales. Su ausencia no sólo limita la promoción de los atractivos turísticos de la ciudad, además impide la aplicación efectiva de una estrategia de articulación local que puedan involucrar actores comunitarios y privados.

La descentralización turística regularmente se potencia con oficinas locales que gestionan rutas, eventos y que facilitan la conexión con el sistema nacional de turismo.

Bajo este contexto, operativizar sendas de traslado es indispensable ya que estas pueden crear experiencias únicas y seguras para los turistas, con el fin de que las visitas al sitio crezcan. Para este proyecto, consideraremos las sendas de traslado propuestas en el proyecto de materia integradora realizado anteriormente por Aristega y Bobadilla, 2024.

## **1.2 Descripción del Problema**

Las estadísticas del Observatorio de Turismo de Guayaquil a través de su portal “Turismo en Cifras”, en el módulo de Entradas y Salidas Internacionales, evidencian una preocupante disminución en el número de visitantes nacionales e internacionales en los últimos años (MINTUR<sup>2</sup>, s.f.).

Esta caída está estrechamente relacionada con la percepción de inseguridad en la ciudad, intensificada por hechos delictivos y su amplia difusión en los medios de comunicación. Como resultado, tanto turistas independientes como aquellos que viajan con operadores perciben el destino como riesgoso, lo que afecta directamente su decisión de visita, la duración de su estadía y su experiencia general.

---

<sup>2</sup> MINTUR: Ministerio de Turismo

La ausencia de estrategias articuladas que garanticen desplazamientos seguros y experiencias integradas desde la llegada hasta la salida del destino agrava significativamente la situación actual. Si bien existen corredores turísticos, estos no están claramente definidos ni gestionados de manera efectiva. Además, no se cuenta con flujos de atención adecuados que generen confianza, orientación y protección para los visitantes, lo que repercute negativamente en la competitividad turística de la ciudad. Es fundamental considerar como base el trabajo desarrollado en la materia integradora por las estudiantes Aristega y Bobadilla (2024), el cual ofrece aportes relevantes para abordar estas problemáticas.

### **1.3 Justificación del Problema**

Abordar la problemática de la inseguridad y su impacto en el turismo es una necesidad en la ciudad de Guayaquil, dado que el turismo es una actividad económica con gran potencial para generar empleo, dinamizar sectores productivos y posicionar positivamente la imagen de la ciudad a nivel nacional e internacional. Sin embargo, esto se ve gravemente afectado por la percepción creciente de inseguridad, que ha provocado una disminución en la llegada de turistas nacionales e internacionales, como lo evidencian las estadísticas del portal “Turismo en Cifras” del Observatorio de Turismo de Guayaquil.

Además, la actual desconexión entre los actores públicos y privados generan descontentos que refuerzan la percepción de desorden. La ausencia de señalética clara, puntos de información confiables, y un acompañamiento efectivo al turista contribuye a que la ciudad no sea percibida como un destino preparado.

Por ello, investigar este tema no solo permite identificar las fallas actuales, sino también construir una propuesta concreta y viable que pueda integrarse en las políticas públicas locales. Es una oportunidad para vincular la planificación turística con la seguridad ciudadana, fomentar la cooperación entre sectores y, sobre todo, posicionar a Guayaquil

como un destino turístico resiliente, consciente de sus desafíos y capaz de transformarlos en oportunidades.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Diseñar estrategias para la operativización de corredores turísticos seguros en la ciudad de Guayaquil, mejorando la experiencia del visitante y fortaleciendo la competitividad del destino.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Evaluar el estado actual de los corredores turísticos en los distritos propuestos en el proyecto base, identificando sus condiciones de seguridad, infraestructura, señalización, y servicios turísticos disponibles identificando su funcionalidad para la implementación de estrategias de mejora.
- Analizar la información recopilada sobre los corredores turísticos para identificar oportunidades, necesidades no cubiertas y puntos críticos que requieren intervención.
- Diseñar propuestas viables para la operativización de corredores turísticos con condiciones favorables, que contribuyan a mejorar la experiencia turística.
- Desarrollar prototipos de las estrategias propuestas para la operativización de los corredores turísticos seleccionados, que permitan visualizar posibles soluciones antes de su implementación definitiva."

## **1.5 Marco Teórico**

### **1.5.1 Planificación territorial**

Según Borja y Castells (1997), la planificación territorial constituye una herramienta clave para organizar el espacio geográfico con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población, impulsar el desarrollo económico y disminuir las desigualdades sociales. En un enfoque similar, Pierre George (1972) plantea que planificar el territorio implica una intervención consciente en la distribución espacial de las actividades humanas.

De manera más sencilla, Quiñonez et al. (2013) explican que la planificación territorial busca analizar los problemas del territorio originados por la acción humana, los cuales se manifiestan en desigualdades sociales, económicas, culturales y ambientales. Por su parte, Sandoval (2014) destaca que esta planificación es un instrumento fundamental para la toma de decisiones públicas, orientadas a ordenar y gestionar el territorio a partir de sus características, potencialidades y limitaciones

Las definiciones anteriores expresadas muestran que la planificación del territorio no solo se trata de organizar el espacio físico, sino también de atender los problemas causados por las actividades humanas, como las desigualdades sociales, económicas o ambientales. Además, resaltan que es importante considerar aspectos como la infraestructura, la ubicación de actividades y la zonificación.

Esta visión es muy útil para el turismo, dado que permite pensar en un desarrollo turístico más ordenado, seguro y sostenible, especialmente al momento de diseñar corredores turísticos en ciudades como Guayaquil. Tomando en cuenta la planificación territorial ahora hay que enforclarla en el turismo.

### 1.5.2 Planificación territorial en el turismo

En este contexto, diversos autores han aportado definiciones clave sobre cómo debe entenderse y aplicarse la planificación territorial en el ámbito turístico. Según Rodolfo G. Boullón (1997) plantea que la planificación del espacio turístico es una herramienta técnica que permite ordenar el territorio conforme a su vocación turística y capacidad de carga, con el objetivo de alcanzar un desarrollo racional de la actividad. Esta visión resalta la importancia de identificar las áreas aptas para diferentes tipos de turismo y de establecer límites para evitar la sobreexplotación.

Por su parte, Cotella, Pielesiak y LesniewskaNapierała (2022), esta forma de planificación debe considerar la oferta y la demanda turística, así como la participación activa de actores públicos y privados, para garantizar una gestión adecuada del espacio y del patrimonio natural y cultural.

Por su parte, Ruperti-Leon (2024), en un estudio desarrollado en Ecuador, señala que el ordenamiento territorial es un instrumento esencial para consolidar la actividad turística local. A través de la identificación de zonas estratégicas, la mejora de servicios básicos y la articulación entre actores sociales, se pueden establecer bases sólidas para el desarrollo turístico sostenible. Esta visión concuerda con la planteada por el Programa de Gestión Territorial en Áreas Protegidas de Perú, que recomienda integrar la planificación turística con el análisis ecológico del entorno, la infraestructura adaptada al contexto y la participación comunitaria en múltiples escalas (City, Territory and Architecture, 2023).

De esta manera, la planificación territorial turística no solo orienta el desarrollo sostenible desde una perspectiva técnica y ambiental, sino que también se convierte en una herramienta clave para estructurar y dinamizar espacios turísticos concretos. Aplicar estos principios permite identificar y gestionar zonas con potencial turístico como corredores



turísticos, centros históricos, áreas naturales protegidas fortaleciendo su funcionalidad, accesibilidad y atractivo. Así, se sientan las bases para estudiar y diseñar espacios turísticos ordenados, seguros y sostenibles que respondan a las necesidades del territorio y de sus visitantes.

### **1.5.3 Espacio turístico**

El concepto de espacio turístico ha sido definido desde diferentes enfoques disciplinarios. Según Boullón (1997), el espacio turístico es una porción del territorio que ha sido adaptada o utilizada con fines turísticos, en la que se concentran atractivos, servicios y equipamientos que permiten la actividad recreativa y de ocio. Esta definición destaca la funcionalidad del espacio como producto del desarrollo turístico.

Asimismo, Krippendorf (1987) enfatiza que el espacio turístico es un territorio apropiado simbólicamente por los turistas, en el que se proyectan valores, imaginarios y representaciones asociadas al descanso, la aventura o el exotismo. Esta perspectiva introduce una dimensión perceptual y simbólica del espacio.

En conjunto, estos enfoques permiten comprender que el espacio turístico no es solo un lugar físico, sino un constructo social, económico y simbólico, moldeado tanto por las políticas de planificación como por la experiencia del visitante.

### **1.5.4 Corredores turísticos**

Según Bullón (2003 - 2006) los corredores turísticos son vías de conexión entre zonas o áreas de una misma región turística, pudiendo ser de traslado o de estancia.

Según López (2018), los corredores turísticos contribuyen a la organización del flujo turístico, al control de riesgos urbanos, y al posicionamiento de rutas de interés dentro del destino. Además, permiten una intervención focalizada en infraestructura, señalética, servicios públicos y seguridad ciudadana, fortaleciendo la confianza del visitante.

En la Ciudad de México, el gobierno implementó corredores turísticos seguros en el Centro Histórico, una zona con alto flujo de turistas y problemas de seguridad urbana. La estrategia consistió en peatonalizar calles clave, reforzar la vigilancia mediante cámaras y policías turísticos, reordenar el comercio informal y mejorar la infraestructura urbana con iluminación y señalización accesible. Además, se promovieron actividades culturales permanentes para mantener la vitalidad del espacio y estimular el sentido de pertenencia tanto en locales como en visitantes. Estas acciones permitieron una mejora considerable en la percepción de seguridad, con una disminución de incidentes reportados y un aumento del flujo turístico del 40% en los primeros dos años. Este caso resalta la importancia de la articulación entre políticas de seguridad, movilidad y cultura para consolidar rutas turísticas seguras y atractivas (SECTUR, 2022).

Podemos ver que la correcta combinación de seguridad, movilidad y cultura es capaz de transformar de manera positiva la dinámica urbana, fortaleciendo así los corredores turísticos.

### **1.5.5 Turismo Urbano**

Según Ashworth y Page (2011), el turismo urbano abarca tanto actividades de corta duración (como escapadas de fin de semana) como viajes de negocios y visitas a eventos. Las ciudades modernas se convierten en destinos multifuncionales que combinan aspectos económicos, sociales y culturales para ofrecer experiencias atractivas al visitante.

Además, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012) resalta que las ciudades desempeñan un papel fundamental como centros de desarrollo turístico, no solo por su infraestructura y servicios, sino también por su capacidad de diversificar productos turísticos y extender los beneficios económicos al conjunto de la población.

Esta relación entre el diseño urbano y la planificación turística refleja la necesidad de aumentar la seguridad turística como pilar principal en el desarrollo de destinos. Los corredores turísticos deben incluir criterios de seguridad que vayan desde la planificación hasta la ejecución con el fin de ofrecer experiencias agradables, reduciendo el riesgo de inseguridad en sus visitantes.

### **1.5.6 Seguridad turística**

Según el Código Internacional para la Protección de Turistas (2022), el deber de las autoridades y de los servicios turísticos proveedores a proporcionar asistencia a turistas internacionales en situaciones de emergencia, incluidos, entre otros: fácil, accesible, oportuno, objetivo, honesto y a información relevante, clara, destacada y de manera comprensible. Así como la seguridad, las medidas de protección, prevención de accidentes, protección de la salud y la seguridad alimentaria. El contenido y los métodos de prestación de la información debe ser objeto de consulta con las autoridades de los países anfitriones, debe respetar la privacidad de las personas y estar alineados con la protección de datos personales y otras leyes aplicables. Dicha información debe ser estrictamente proporcionada a la gravedad de la situación y confiada a las zonas geográficas donde se da la emergencia.

Dicho esto, tengamos en cuenta que la planificación de corredores debe contemplar tanto la movilidad como la protección de los visitantes, mejorando su experiencia y percepción del destino.

### **1.5.7 Estrategia de Gestión Turística**

Según el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible (PLANDETUR 2020) sostiene: La importancia de la coordinación entre el sector público, privado y la comunidad para lograr un modelo de gestión que beneficie a todos los actores involucrados.

En base a Falcones (2024), resalta la necesidad de un modelo de gestión turística como herramienta para el desarrollo de las comunidades, con la colaboración de gobierno, empresas y academia.

Boullón (2004) define al sistema turístico como un conjunto de elementos interrelacionados entre oferta, demanda, superestructura, infraestructura, comunidad local, etc. Que buscan satisfacer las necesidades de los visitantes.

# CAPÍTULO 2

## 2.1 Metodología

Para la elaboración del proyecto se utilizó la metodología del *Design Thinking* que está centrada en el ser humano y permite llegar a una correcta resolución del problema. Según Brown (2009), CEO de la consultora IDEO, el *Design Thinking* es “un enfoque centrado en el ser humano para la innovación, que se basa en las herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades tecnológicas y los requisitos para el éxito empresarial”. En esta línea, Kelley y Kelley (2013), fundadores de la escuela de Stanford, explican que se trata de un proceso que combina la empatía con la ideación y la experimentación para abordar los desafíos de forma creativa.

Desde una perspectiva académica, Cross (2011) argumenta que el pensamiento de diseño implica modos de pensar particulares que los diseñadores han desarrollado para enfrentar problemas mal definidos o ambiguos, destacando su valor en la resolución de desafíos complejos. Por su parte, Martin (2009) plantea que el *Design Thinking* permite equilibrar el pensamiento analítico y el intuitivo, lo cual resulta fundamental en la toma de decisiones en entornos de incertidumbre.

Cada etapa de esta metodología se encuentra alineada con un objetivo específico, lo que permite orientar el proceso hacia la generación de soluciones efectivas y centradas en el usuario como se presenta a continuación. Cabe mencionar que esta metodología se adaptó para el proyecto *Diseño de estrategia para operativizar corredores turísticos seguros en la ciudad de Guayaquil* por lo que la etapa de implementar no aplica. Posteriormente, se procede a mostrar detalladamente cada una de las etapas desarrolladas.

### 2.1.1 Descubrir

En esta etapa se realizó una serie de procesos con el fin de obtener e identificar información fundamental para el desarrollo y comprensión del tema, a continuación, con el objetivo que se encuentra alineado.

#### Definir objetivo

Este paso corresponde a la fase de **descubrir** del Design Thinking, en la cual se busca comprender las necesidades del usuario y el contexto actual del problema. Según Brown (2009), entender profundamente a los usuarios es esencial para diseñar soluciones relevantes. En este caso:

*Evaluar el estado actual de los corredores turísticos en los distritos propuestos en el proyecto base, identificando sus condiciones de seguridad, infraestructura, señalización, y servicios turísticos disponibles identificando su funcionalidad para la implementación de estrategias de mejora.*

#### Técnicas utilizadas

Para alcanzar el objetivo propuesto, se procedió a responder las siguientes interrogantes, tales como:

- ¿Cuál es el estado actual de los corredores turísticos existentes en Guayaquil en cuanto a infraestructura, señalización, iluminación y mantenimiento?
- ¿Qué niveles de seguridad perciben los turistas y residentes al transitar por estos corredores?
- ¿Cuáles son los principales riesgos o amenazas que afectan la seguridad en los corredores turísticos de la ciudad?
- ¿Qué actores (públicos, privados y comunitarios) están involucrados actualmente en la gestión y operación de estos corredores?

## Herramientas

- Revisión de proyectos

La revisión de proyectos previos según Camp (1989), también conocido como el benchmarking interno facilita la comparación de iniciativas internas para identificar buenas prácticas y áreas de oportunidad. Asimismo, Liedtka y Ogilvie (2011) sostienen que, en las primeras fases del Design Thinking, es esencial recopilar conocimiento previo, ya que este proporciona una visión realista para la generación de soluciones viables. Esta herramienta “Anexo A” se la usó con el propósito de evaluar el estado actual de los corredores turísticos propuestos en el proyecto base, con el fin de identificar cuáles cumplen con condiciones mínimas en cuanto a seguridad, infraestructura, señalización y servicios turísticos.

- Entrevistas

La entrevista semiestructurada de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) es una técnica eficaz para explorar opiniones, percepciones y conocimientos específicos que enriquecen el análisis de una realidad compleja actores clave del sistema turístico, tales como representantes municipales, guías turísticos, empresarios locales y visitantes. Esta técnica permitirá obtener información cualitativa profunda sobre las condiciones reales de los corredores turísticos propuestos, desde diversas perspectivas. Estas entrevistas “Anexo B” facilitan comprender la percepción de seguridad, la calidad de la señalización o el nivel de satisfacción con los servicios turísticos.

### 2.1.2 Analizar

En la fase de “Analizar” del modelo Design Thinking, se procesará de manera crítica la información obtenida durante la etapa de descubrimiento, con el objetivo de:



*Analizar la información recopilada sobre los corredores turísticos para identificar oportunidades, necesidades no cubiertas y puntos críticos que requieren intervención*

## **Herramientas**

### **Mapa de empatía**

El mapa de empatía según Gray, Brown y Macanuffo (2010), fomenta una comprensión profunda del usuario, permitiendo convertir observaciones y testimonios en ideas accionables para el diseño de mejoras en experiencias turísticas. Por tanto, su aplicación “Anexo C” será clave para traducir la información recopilada en insights valiosos, orientados a la toma de decisiones estratégicas sobre qué y cómo intervenir en los corredores turísticos seleccionados.

### **Benchmarking**

En el contexto de este proyecto el benchmarking ofrece una base sólida para identificar y adaptar prácticas exitosas aplicadas en otros territorios. Según Chávez y Fernández (2023), la clave está en no copiar de forma literal, sino en analizar cómo los destinos líderes han gestionado la planificación, señalización, accesibilidad, promoción y sostenibilidad en sus corredores turísticos, para luego adaptar esas estrategias a la realidad específica de Guayaquil.

#### **2.1.3 Idear**

En la fase de **idear**, se generan múltiples soluciones creativas con base en el conocimiento obtenido en las fases previas. Como indican Liedtka y Ogilvie (2011), esta etapa permite convertir la empatía en oportunidades concretas. Aquí, se relaciona directamente con la necesidad de:

*Diseñar propuestas viables para la operativización de corredores turísticos con condiciones favorables, que contribuyan a mejorar la experiencia turística.*

## **Herramientas**

### **Brainstorming**

Durante la fase de diseño se usó como herramienta la **lluvia de ideas** (*brainstorming*) “Anexo D”, Según Osborn (1953), creador de esta técnica, su eficacia radica en la suspensión del juicio durante la generación de ideas, lo que permite libertades necesarias para explorar múltiples alternativas antes de seleccionar las más viables para ser prototipadas.

#### **2.1.4 Prototipar**

La etapa de **prototipar** consiste en representar de forma tangible las ideas para identificar fortalezas y debilidades antes de invertir en su ejecución. Tim Brown (2009) sugiere que prototipar permite explorar rápidamente qué funciona y qué no. En este objetivo:

*Desarrollar prototipos de las estrategias propuestas para la operativización de los corredores turísticos seleccionados, que permitan visualizar posibles soluciones antes de su implementación definitiva.*

## **Herramientas**

### **Storyboards**

La herramienta de Storyboards será clave para anticipar las necesidades del visitante “Anexo E”, mejorar el flujo de los recorridos y ajustar los elementos de

infraestructura o señalización antes de su ejecución. Como señalan Stickdorn et al. (2018), los *storyboards* ayudan a construir una visión compartida entre los involucrados en el diseño, ya que hacen tangibles las ideas de manera sencilla y comprensible. En el contexto de este estudio, los *storyboards* contribuirán a comunicar claramente las estrategias propuestas a los actores locales, permitiendo una retroalimentación más concreta antes de su implementación definitiva.

# CAPÍTULO 3

### **3.1 Resultados**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del uso de las herramientas aplicadas en función de los objetivos planteados. Cada herramienta fue desarrollada para recopilar información que permita comprender y analizar los factores clave involucrados en la operativización de corredores turísticos seguros en la ciudad de Guayaquil.

### **3.2 Resultados obtenidos de la revisión de proyecto.**

Con el objetivo de seleccionar el corredor turístico urbano más adecuado como base para el desarrollo de estrategias, se realizó una evaluación comparativa de las tres propuestas presentadas en el proyecto anterior. Esta valoración se fundamentó en criterios clave que permiten determinar no solo el atractivo y potencial turístico de cada corredor, sino también su viabilidad operativa y su alineación con los objetivos de la investigación.

Los criterios utilizados son:

- **Relevancia turística:** Se refiere al atractivo que el corredor ofrece para los visitantes. Evalúa si cuenta con puntos de interés (culturales, históricos, naturales o recreativos), actividades llamativas y potencial para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales.
- **Accesibilidad:** Mide la facilidad con la que un visitante puede recorrer el corredor. Incluye la calidad de las vías, disponibilidad de transporte público o privado
- **Seguridad:** Evalúa las condiciones de seguridad para el turista. Considera presencia de policía turística, iluminación en zonas de tránsito, bajo índice de delitos y protocolos de emergencia.

- Viabilidad operativa: Evalúa si es factible implementar y mantener el corredor con los recursos actuales (financieros, humanos y técnicos) y en un plazo realista.
- Potencial de desarrollo: Analiza la posibilidad de mejorar, ampliar o diversificar la oferta turística. Considera si hay espacio para nuevos negocios, actividades culturales o eventos que incrementen la afluencia de visitantes.

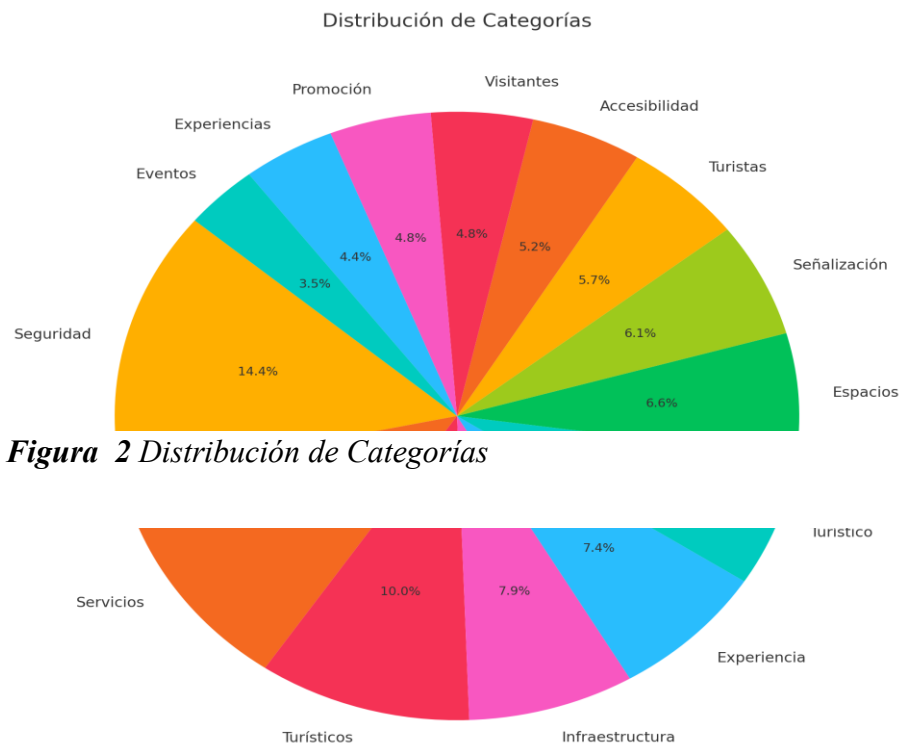
A través de un análisis objetivo, se buscó identificar cuál de los corredores presenta mayor oportunidad para su implementación, asegurando que la elección final responda a las necesidades del proyecto y a las tendencias actuales del turismo urbano sostenible.

**Tabla 1** Matriz de evaluación a corredores turísticos

Criterio	Corredor Sur	Corredor Centro	Corredor Urdesa
Relevancia turística	3	5	4
Seguridad	3	4	3
Accesibilidad	4	5	3
Viabilidad operativa	3	5	4
Potencial de desarrollo	3	5	4
Total	16	24	18

El Corredor Centro es el más adecuado para el desarrollo de estrategias turísticas urbanas, ya que obtuvo la puntuación más alta en la matriz (24 puntos). Este resultado refleja que cumple mejor con los criterios de atractivo turístico, facilidad de acceso, seguridad aceptable, viabilidad de implementación y posibilidad de crecimiento futuro.





La palabra más recurrente fue "seguridad" (33 menciones), seguida de "servicios" (28), "turísticos" (23), "infraestructura" (17), y "experiencia" (16). Esta tendencia refleja la preocupación de los actores entrevistados por garantizar entornos seguros y funcionales para los visitantes. En particular, la seguridad fue relacionada con elementos como vigilancia, señalética, iluminación, y coordinación entre actores como la policía, el municipio y los guías turísticos.



En cuanto a servicios, se enfatizó la necesidad de cubrir aspectos básicos como baños públicos, atención médica, información turística accesible, conectividad digital, y mantenimiento regular. Las deficiencias actuales en estos servicios fueron señaladas como una barrera para brindar experiencias satisfactorias a los turistas.

En el eje de infraestructura y facilidades, se destacaron términos como “accesibilidad”, “espacios”, “señalización”, y “movilidad”, lo que indica una preocupación por la inclusión de personas con discapacidad, adultos mayores o familias con niños, así como por la calidad de los espacios físicos destinados al turismo.

Finalmente, conceptos como “promoción”, “eventos” y “plataformas” sugieren que los actores ven necesario implementar estrategias de visibilidad y posicionamiento del corredor turístico, especialmente mediante medios digitales, redes sociales y colaboración con el sector privado.

Este análisis evidencia que para diseñar corredores turísticos funcionales y sostenibles en Guayaquil se requiere una articulación efectiva entre seguridad, infraestructura inclusiva, servicios básicos de calidad y estrategias de promoción visibles, considerando la experiencia del visitante como un eje central.

### **3.4 Resultados obtenidos de los Mapas de Empatía**

En base a los mapas de empatía elaborados con el fin de identificar piezas clave acerca de las percepciones, necesidades y aspiraciones de los actores locales involucrados en el entorno turístico del Corredor Centro, Distrito A19, los resultados obtenidos fueron:

#### **3.4.1 Percepciones y sentimientos predominantes**

Los actores involucrados en el desarrollo turístico perciben una sensación generalizada de inseguridad en estos espacios. Si bien reconocen la presencia de vigilancia en ciertos puntos, esta no resulta suficiente ni adecuada para garantizar la tranquilidad

ciudadana. Además, existe la percepción de que una fuerte presencia armada puede aumentar la sensación de peligro, en lugar de generar confianza. Por ello, se evidencia la necesidad de contar con un sistema de seguridad más capacitado, preventivo y orientado a la atención turística.

Desde una perspectiva visual, se observa el deterioro de los espacios públicos, la escasa iluminación, el abandono de ciertas zonas y la presencia de personas que solicitan dinero, lo que genera incomodidad y miedo en los visitantes. A pesar de que se organizan eventos y ferias, su deficiente planificación repercute en la percepción de desorden. Estos elementos afectan directamente la experiencia del visitante y la imagen del destino, disminuyendo su competitividad turística.

En cuanto a los discursos que circulan entre la población, se destaca una constante referencia a que el sector fue más activo y seguro en el pasado, lo que refuerza la necesidad de estrategias para su reactivación. Asimismo, se reconoce que las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la promoción de atractivos locales, aunque se percibe desinterés por parte del personal de seguridad, lo cual genera una sensación de abandono institucional.

En relación con sus acciones, muchos emprendedores utilizan las plataformas digitales, como Instagram y TikTok, para promover sus negocios y proyectar una imagen positiva del entorno. También toman precauciones personales, como evitar sacar pertenencias en zonas inseguras, e informan a los turistas sobre medidas básicas de seguridad. Además, procuran mantener sus espacios de trabajo limpios y bien cuidados como estrategia para atraer a nuevos clientes y fortalecer la confianza de los visitantes recurrentes.

Entre las principales problemáticas identificadas por los actores se encuentran la falta de servicios básicos, como baños públicos y puntos de hidratación, la inexistencia de

señalética adecuada, la ausencia de infraestructura accesible y el deterioro de espacios con potencial turístico. También se manifiesta la falta de articulación entre las entidades públicas y privadas, lo cual limita la posibilidad de generar soluciones conjuntas para la recuperación y mejora del entorno.

Finalmente, las aspiraciones comunes entre los participantes apuntan al desarrollo de un corredor turístico funcional, seguro e inclusivo. Se propone la implementación de señalización clara, rampas de acceso, rutas organizadas con guías capacitados, áreas verdes y sistemas de transporte sostenible como bicicletas y vehículos eléctricos. Asimismo, se destaca la necesidad de fortalecer la cooperación interinstitucional para fomentar la inversión, mejorar la experiencia del visitante y consolidar un modelo de turismo urbano sostenible.

### **3.5 Resultados obtenidos del Benchmarking Interno**

Con el objetivo de identificar buenas prácticas replicables para el diseño y operatividad de un corredor turístico Centro (Distrito A19), se realizó un análisis comparativo (benchmarking) de tres casos destacados en América Latina: Medellín (Colombia), Ciudad de México (México) y Quito (Ecuador). Estos casos representan modelos diversos de intervención urbana y turística que combinan seguridad, revitalización del espacio público, y participación ciudadana.

Medellín, a través del "Corredor Turístico Seguro", ha enfocado sus esfuerzos en reforzar la seguridad como eje central para fomentar el turismo urbano. Este modelo se destaca por integrar tecnología como cámaras, botones de pánico, altavoces con presencia policial especializada (bilingüe) en zonas clave del centro histórico. Su enfoque integral ha logrado disminuir la percepción de inseguridad, dinamizar el comercio local y generar confianza entre residentes y visitantes. La participación comunitaria es alta, con fuerte

involucramiento de comerciantes, vecinos y guías locales, lo que refuerza la sostenibilidad del corredor.

Por su parte, el Corredor Reforma en la Ciudad de México se caracteriza por ser un eje emblemático que combina movilidad, espacio público y cultura. Aunque su enfoque principal no es la seguridad, contiene elementos como patrullaje y cámaras de vigilancia, apoyados por brigadas ciudadanas. Se destaca por su infraestructura moderna y continua inversión en banquetas amplias, ciclovías y señalética, lo que favorece el tránsito peatonal y ciclista. Si bien la participación comunitaria es más limitada, se evidencia una fuerte alianza entre el gobierno y el sector privado, especialmente en lo hotelero y comercial. Su diferencia radica en el uso de actividades recreativas como la ciclovía dominical, que mantiene un flujo constante de visitantes.

En el caso de Quito, la iniciativa "Quito a Pie" se basa en la revitalización del patrimonio del centro histórico mediante expresiones culturales vivas. Su estrategia está orientada a la revalorización del espacio público a través de actividades artísticas, música en vivo, ferias gastronómicas y recuperación del mobiliario urbano. La participación ciudadana es un pilar fundamental, con fuerte presencia de colectivos culturales, comerciantes y residentes. A pesar de no enfocarse exclusivamente en la seguridad, incorpora elementos de vigilancia turística y patrullaje preventivo.

Estos tres corredores presentan enfoques diferenciados pero complementarios: Medellín prioriza la seguridad, CDMX la infraestructura urbana y la movilidad, mientras Quito enfatiza el valor cultural y la participación ciudadana. Todos comparten elementos clave como la articulación institucional, presencia de atractivos turísticos, y mejoras en la infraestructura pública. Los resultados obtenidos en los tres casos —reducción de delitos,

incremento de visitantes y activación económica— evidencian la efectividad de los corredores turísticos como herramientas de regeneración urbana y dinamización del turismo.

Para el contexto de Guayaquil, estos modelos ofrecen aprendizajes clave. En primer lugar, se requiere una estrategia de seguridad turística visible, accesible y preventiva, como la implementada en Medellín. En segundo lugar, es fundamental mejorar la infraestructura urbana con señalización clara, accesibilidad universal y espacios para la movilidad sostenible, siguiendo el ejemplo de CDMX. Finalmente, la experiencia de Quito demuestra que la apropiación cultural del espacio por parte de la comunidad es indispensable para la sostenibilidad y autenticidad del corredor. La combinación de estos factores puede contribuir a transformar zonas vulnerables en polos turísticos seguros, dinámicos y participativos.

### 3.6 Resultados obtenidos de la lluvia de ideas

A partir del análisis de las entrevistas aplicadas bajo la metodología Delphi, se identificaron temas prioritarios como la seguridad, la calidad de los servicios, la infraestructura accesible, la promoción efectiva y la mejora de la experiencia turística integral. Estos hallazgos sirvieron como base para el diseño de un conjunto de 15 propuestas concretas orientadas a operativizar corredores turísticos seguros en la ciudad de Guayaquil.

Las propuestas fueron elaboradas considerando cuatro criterios principales: relevancia frente a los problemas detectados, viabilidad de implementación en el contexto local, impacto potencial en el visitante e innovación en la experiencia turística.

**Tabla 2** *Propuestas priorizadas para la operativización de corredores turísticos en Guayaquil*

<b>Idea</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Viabilidad</b>	<b>Impacto</b>
Implementar corredores turísticos inteligentes	ALTA	MEDIA	ALTA
Señalética en español e inglés	ALTA	ALTA	ALTA

Integración con Google Maps/Waze/OpenStreetMap	ALTA	ALTA	ALTA
Ruta continua y bien definida	ALTA	ALTA	ALTA
Rondas permanentes de la Policía Turística	ALTA	MEDIA	ALTA
Espacios “instagrameables” seguros	ALTA	ALTA	ALTA
Corredores pet friendly	BAJA	ALTA	BAJO
Activaciones culturales	MEDIA	ALTA	ALTA
Experiencias inmersivas temáticas	ALTA	MEDIA	ALTA
Policía turística capacitada en idiomas	ALTA	MEDIA	ALTA
Notificaciones en caso de eventos y cierres de vías de acceso	MEDIA	MEDIA	MEDIA
Horarios de peatonalización parcial o total	MEDIA	ALTA	ALTA
Capacitación a comerciantes en atención y emergencia	ALTA	ALTA	ALTA
Eventos semanales (música, ferias, gastronomía)	ALTA	ALTA	ALTA
Seguimiento sobre el funcionamiento del corredor	ALTA	MEDIA	ALTA

Entre las acciones destacadas se encuentran: la implementación de corredores turísticos inteligentes, señalética bilingüe, integración en plataformas digitales (como Google Maps y Waze), rondas permanentes de la Policía Turística, espacios seguros y visualmente atractivos, experiencias inmersivas, activaciones culturales, eventos semanales, así como la creación de un comité de seguimiento con indicadores de evaluación.

Estas ideas no solo abordan necesidades operativas, sino que también apuntan a dinamizar el turismo urbano, diversificar la oferta, fortalecer la percepción de seguridad y promover la participación de distintos actores (sector público, privado y comunidad local).

Con base en las 15 ideas generadas a partir del análisis cualitativo de entrevistas y la codificación de palabras clave, se procedió a organizar dichas propuestas en tres estrategias

integradas que responden de forma coherente a los ejes temáticos del proyecto: seguridad, servicios, infraestructura, promoción y experiencia del visitante.

Así, aquellas propuestas enfocadas en la protección del visitante, el ordenamiento del espacio y la inclusión (como la policía turística, la señalética bilingüe o la capacitación a comerciantes), se integraron en la Estrategia 1: Seguridad y accesibilidad para un entorno turístico confiable.

Las ideas que proponen enriquecer la vivencia del recorrido mediante herramientas tecnológicas, actividades culturales y espacios atractivos fueron consolidadas en la Estrategia 2: Innovación y dinamización de la experiencia del visitante. Estas acciones buscan potenciar el atractivo del corredor y ampliar el tiempo de permanencia del turista.

Por último, las propuestas relacionadas con la gestión, la evaluación continua y la promoción del corredor (como la conformación de un comité de seguimiento o el uso de plataformas digitales para alertas e información) se integraron en la Estrategia 3: Gestión colaborativa y promoción continua del corredor, con el fin de asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

### **3.7 Estrategias**

#### **3.7.1 Puntos del corredor turístico:**

- Parque seminario
- Catedral metropolitana
- Plaza de la administración
- Calle Panamá
- Malecón 2000

### 3.7.2 Estrategia 1 “Centro Informado”

#### **Objetivo:**

Mejorar la orientación, conectividad y autonomía del turista mediante tecnologías accesibles que permitan moverse y conocer el corredor con confianza.

#### **Acciones estratégicas:**

##### *1. Crear un mapa digital del corredor turístico con señalética digital QR.*

Se debe realizar un levantamiento exhaustivo de los atractivos turísticos, sitios patrimoniales, servicios complementarios, paradas de transporte y otros elementos relevantes del corredor. Este proceso incluye:

- Identificación de coordenadas geográficas de cada punto de interés.
- Recopilación de datos descriptivos, históricos y culturales.
- Registro fotográfico y audiovisual.

Una vez sistematizada la información, se debe proceder con la creación de contenido accesible y multiformato:

- Redacción de descripciones breves para cada sitio, con lenguaje claro e inclusivo.
- Elaboración de pictogramas e íconos ilustrativos que apoyen la interpretación visual de los puntos del recorrido.

Cada punto del corredor debe estar señalizado físicamente mediante placas informativas que incluyan:

- Código QR personalizado que enlace directamente con la ficha digital del sitio y su audioguía.



- Elementos visuales como íconos de accesibilidad, idiomas disponibles, e instrucciones de uso.
- Materiales resistentes a la intemperie para su instalación en espacios públicos, en coordinación con las entidades municipales responsables.

El producto final deberá ser difundido a través de medios institucionales, redes sociales, puntos turísticos y canales de promoción del destino. Además, se recomienda establecer un protocolo de mantenimiento técnico que incluya:

- Actualización anual del contenido.
- Revisión semestral de enlaces, audioguías y compatibilidad móvil.
- Inclusión progresiva de nuevos puntos de interés o mejoras basadas en retroalimentación de usuario

Indicadores:

- Número de accesos al mapa digital por mes.
- Incremento del tiempo promedio de permanencia de turistas en el corredor.
- Nivel de satisfacción de los usuarios del mapa (medido por encuesta online o en puntos turísticos).

2. *Implementar el programa “Turismo Asiste”, una red de voluntarios (estudiantes de turismo capacitados) con chalecos distintivos para asistir turistas en el corredor.*

Se establecerá el marco normativo y operativo del programa, incluyendo los siguientes elementos:

- Perfil del voluntario (estudiante de turismo, mínimo cuarto semestre).

- Funciones y responsabilidades (informar, orientar, derivar casos a autoridades).
- Manual de buenas prácticas y atención al cliente.
- Diseño del uniforme (chaleco distintivo, carnet, gorra, identificación visible con QR informativo del corredor).
- Duración y modalidad del voluntariado (mínimo 80 horas).

Importante: los estudiantes solo asistirán en aspectos informativos, no realizarán guianza ni mediación.

Para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del programa, se gestionarán convenios de cooperación entre:

- Instituciones de educación superior (universidades e institutos) con carreras afines al turismo.
- Dirección de Turismo del GAD Guayaquil.
- Ministerio de Turismo.
- Policía de Turismo.
- Sistema ECU 911.

Estos convenios permitirán el reconocimiento del voluntariado (por medio de un certificado) como práctica preprofesional o proyecto de vinculación con la comunidad.

El programa se implementará de manera piloto cuyo horario y duración se establecerán bajo un consenso entre las universidades, los institutos y el municipio. Se recopilarán datos sobre el número de turistas asistidos. La retroalimentación será utilizada para ajustar procesos antes de su implementación permanente.

Actores involucrados:

- ESPOL / Facultades de Turismo y TICs

- Municipio de Guayaquil
- Dirección de Tecnología del Municipio
- Ministerio de Turismo
- Policía de Turismo
- Operadores turísticos locales
- Instituciones de educación superior afines al turismo en general

Indicadores:

- Número promedio de turistas asistidos por jornada.
- % de turistas satisfechos con la atención recibida (según encuesta rápida).
- % de voluntarios que culminaron las 80 horas del programa.

### **3.6.3 Estrategia 2: “Corredor Turístico Vivo, Seguro e Inclusivo”**

#### **Objetivo:**

Diversificar la experiencia del visitante en el corredor turístico de Guayaquil mediante una programación articulada de actividades culturales, recreativas

#### **Acciones estratégicas:**

##### *1. Consolidar un calendario constante de actividades artísticas en espacios públicos*

Para llevar a cabo esta estrategia en Guayaquil, el primer paso es realizar un diagnóstico territorial, este proceso consiste en identificar y evaluar los espacios públicos más apropiados para desarrollar eventos culturales y recreativos, considerando criterios como:

- La Calle Panamá
- La Plaza de la Administración
- El Malecón Simón Bolívar

Una vez identificado el territorio, el siguiente paso es establecer una articulación efectiva con los actores culturales y turísticos de la ciudad. Con esta base, se puede organizar una convocatoria abierta para presentar el programa “Arte Vivo en el Corredor” e invitar a participar a quienes estén interesados en contribuir con presentaciones o talleres.

- Identifica colectivos de arte urbano, danza, música, teatro, gestores culturales independientes, casas de cultura, universidades (como ESPOL y la Universidad de las Artes)
- Convoca a los actores identificados para presentarles el objetivo del programa “Arte Vivo en el Corredor”.

Posteriormente es necesario establecer criterios de participación es fundamental porque garantiza la calidad, el orden y la sostenibilidad del programa cultural. Estos criterios permiten seleccionar a los participantes con base en lineamientos claros y justos, asegurando que las actividades sean coherentes con los objetivos del proyecto y que se desarrollen de manera organizada. Definir si la participación será:

- Voluntaria.
- Bajo convenio con instituciones educativas.
- Con apoyo logístico del GAD.

- Considera requisitos mínimos como la puntualidad, propuesta clara, compromiso con fechas.

Fomentar alianzas con universidades es clave para fortalecer la ejecución y sostenibilidad del programa “Arte Vivo en el Corredor”. Establecer vínculos con facultades de turismo, diseño, gestión cultural y comunicación permite incorporar el conocimiento académico, la creatividad juvenil y el compromiso social a las actividades del corredor turístico.

En el caso de Guayaquil, instituciones como:

- ESPOL
- Universidad de las Artes
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Universidad de Guayaquil

Para garantizar la calidad de la estrategia, se debe implementar un proceso de evaluación constante en el que aplicarán encuestas breves al público para conocer su experiencia, recopilar sugerencias y medir su nivel de satisfacción. Además, se debe habilitar un formulario en línea destinado a recibir propuestas y comentarios fortaleciendo la participación ciudadana.

Con base en los resultados obtenidos, se procederá a ajustar el calendario de actividades considerando la asistencia, la popularidad de los eventos y las condiciones logísticas.

Indicadores:

- Cantidad de eventos realizados por mes (música, danza, teatro, talleres, etc.).
- % de actividades realizadas según lo planificado en el calendario.

- Número promedio de asistentes por evento.

Acción estratégica:

## 2. Cine Nocturno "*Guayaquil de Película*"

Como parte de la revitalización del centro de Guayaquil y el impulso de actividades culturales nocturnas, se propone la creación del programa "**Guayaquil de Película**", una serie de funciones de cine al aire libre organizadas en espacios emblemáticos como la Plaza de la Administración.

Se debe establecer:

- Enfoque del cine
- Define si será un evento único, semanal o mensual.
- Determina el público objetivo (turistas, familias, jóvenes, estudiantes) de acuerdo a la temática de la función.

Verifica que tenga condiciones logísticas adecuadas como:

- Electricidad cercana
- Espacio para pantalla
- Circulación de personas.

La acción contempla la proyección semanal de películas ecuatorianas, documentales sobre la historia de Guayaquil, y cortometrajes elaborados por jóvenes cineastas locales.

- Solicitar autorización o licencias de exhibición pública (especialmente si son películas comerciales o protegidas por derechos de autor).

- En caso de contenidos locales o universitarios, busca acuerdos de colaboración con cineastas o escuelas de cine (como UArtes).

- Implementar medidas de seguridad en conjunto con la policía turística.

Para fomentar el turismo y el sentido de identidad, se debe incluir también funciones especiales con temáticas de mitos, leyendas y personajes icónicos guayaquileños.

Indicadores:

- Cantidad de funciones realizadas según cronograma.
- Número promedio de asistentes por función.
- Nivel de satisfacción del público con la experiencia (según encuestas post-evento).

### 3.6.4 Estrategia 3 “Guayaquil Vive y Cuenta”

**Objetivo:**

Posicionar el corredor turístico del centro de Guayaquil como un espacio dinámico, seguro, inclusivo y culturalmente activo, mediante una campaña multicanal que articule y visibilice las acciones implementadas

**Acción estratégica:**

#### 1. *Lanzamiento oficial del programa “Corredor Vivo”*

En el primer paso es fundamental establecer los objetivos específicos del lanzamiento, dar a conocer el programa, atraer a la comunidad y generar alianzas estratégicas. En esta fase también se debe determinar el presupuesto disponible, identificar patrocinadores o apoyos, y organizar los recursos logísticos necesarios para el evento. En esta fase también se debe:

- Definir el presupuesto disponible
- Identificar posibles patrocinadores o aliados estratégicos.
- Organizar los recursos logísticos básicos que serán necesarios para el evento.

Una vez definida la planificación inicial, se debe invitar a todos los actores clave que formarán parte del lanzamiento. Esto incluye:

- Autoridades municipales,
- Instituciones educativas,
- Artistas
- Medios de comunicación
- Influencers locales.

Con las colaboraciones establecidas, se planifican acciones concretas como invitaciones para que realicen coberturas en vivo o grabadas de eventos, la creación de contenidos específicos (videos, posts, historias) Esta difusión debe ser constante y atractiva para motivar la participación del público objetivo.

. Es importante fomentar la interacción con el público, invitándolo a conocer el mapa digital, a los voluntarios y a participar activamente en las diferentes actividades. La cobertura en vivo a través de redes sociales permitirá ampliar el alcance del evento y dejar material para futuras promociones.

Indicadores:

- Número de colaboraciones realizadas
- Percepción positiva del destino

Responsables



- Municipio de Guayaquil

### 3.7 Presupuesto

El presupuesto constituye una herramienta en la planificación y ejecución de estrategias, ya que permite organizar y asignar de manera eficiente los recursos disponibles para alcanzar los objetivos propuestos. En el contexto de este proyecto, el presupuesto representa un mecanismo de control y seguimiento que garantiza que las estrategias planteadas puedan desarrollarse de manera realista, optimizando el uso de los recursos y maximizando los beneficios esperados.

**Tabla 3** Presupuesto Estrategia 1 “Centro Informado”

<b>Estrategia 1 – “Centro Informado”</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Levantamiento de datos, fotos y audiovisual	Punto de interés	6	\$60,00	\$360,00
Redacción inclusiva + pictogramas	Punto de interés	6	\$25,00	\$150,00
Desarrollo de mapa interactivo (web/app)	Proyecto	1	\$4.000,00	\$4.000,00
Placas informativas exteriores QR resistentes	Placa	6	\$45,00	\$270,00
Instalación en sitio	Instalación	6	\$20,00	\$120,00
Difusión en redes y material promocional digital	Proyecto	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Mantenimiento técnico anual	Año	1	\$1.000,00	\$1.000,00
<b>Subtotal Estrategia 1:</b>				<b>\$7.100,00</b>

El presupuesto de esta estrategia asciende a USD 7.100,00, lo que refleja la inversión necesaria para mejorar la experiencia del turista en el corredor. La mayor parte del presupuesto se concentra en el desarrollo del mapa interactivo (USD 4.000,00), lo que representa aproximadamente el 56% del total, dado que constituye la herramienta central de la estrategia.

**Tabla 4 Presupuesto Estrategia 1A “Turismo Asiste”**

<b>Estrategia 1A – “Turismo Asiste”</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Chalecos reflectivos personalizados	Unidad	10	\$30,00	\$300,00
Carnets con QR	Unidad	10	\$5,00	\$50,00
Gorras e identificación	Unidad	10	\$10,00	\$100,00
Capacitación y manual operativo	Proyecto	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Coordinación de convenios institucionales	Proyecto	1	\$800,00	\$800,00
<b>Subtotal Estrategia 1A:</b>				<b>\$2.750,00</b>

El presupuesto destinado a esta estrategia asciende a USD 2.750,00, lo que representa una inversión enfocada en la capacitación, equipamiento e identificación de los voluntarios que brindarán asistencia al turista dentro del corredor. El rubro de mayor peso corresponde a la capacitación y manual operativo (55%), dado que constituye la base para garantizar un servicio de calidad y estandarizado.

**Tabla 5 Presupuesto Estrategia 2A "Arte Vivo en el Corredor"**

<b>Estrategia 2A – “Arte Vivo en el Corredor”</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Diagnóstico de espacios públicos	Proyecto	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Organización de eventos culturales (4 eventos × mes × 3 meses)	Evento	12	\$800,00	\$9.600,00
Encuestas de satisfacción + formularios online	Proyecto	1	\$300,00	\$300,00
Producción y difusión de actividades	Mes	3	\$1.000,00	\$3.000,00
<b>Subtotal Estrategia 2A:</b>				<b>\$14.100,00</b>

El presupuesto de esta estrategia alcanza un total de USD 14.100,00, siendo una de las propuestas con mayor inversión, ya que busca dinamizar los espacios públicos a través de la organización de actividades artísticas y culturales. El rubro más significativo corresponde a la organización de eventos culturales (68%), lo que refleja la prioridad de generar experiencias vivenciales que fortalezcan la identidad cultural y promuevan la participación ciudadana.

En segundo lugar, se considera la producción y difusión de actividades ( 21%), asegurando la visibilidad de las iniciativas y el alcance hacia un público diverso. Complementariamente, se incluyen el diagnóstico de espacios públicos (9%), necesario para identificar zonas de intervención, y las encuestas de satisfacción con formularios online ( 2%), que permiten evaluar el impacto de la estrategia.

Este presupuesto evidencia una clara orientación hacia la inversión cultural y comunitaria, priorizando la interacción entre el arte y el turismo como motor de revitalización del corredor.

---

<b>Estrategia 2B – “Cine Nocturno - Guayaquil de Película”</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Proyección de cine al aire libre (pantalla, sonido, logística)	Función	6	\$1.450,00	\$8.700,00
<b>Subtotal Estrategia 2C:</b>				<b>\$8.700,00</b>

---

El presupuesto destinado a esta estrategia es de USD 8.700,00, inversión que se concentra en la proyección de cine al aire libre, contemplando pantalla, sonido y logística en un total de 6 funciones. Cada proyección tiene un costo de USD 1.450,00, lo que incluye todos los elementos necesarios para la organización del evento.

A diferencia de otras propuestas, este presupuesto se caracteriza por estar enfocado en un solo rubro, lo que facilita su ejecución y control financiero. La estrategia se orienta a diversificar la oferta turística del corredor a través de experiencias nocturnas, fomentando la recreación y la cohesión social en espacios públicos.

<b>Estrategia 3 – “Guayaquil Vive y Cuenta”</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario (USD)</b>	<b>Subtotal (USD)</b>
Evento de lanzamiento oficial + difusión	Evento	1	\$2.500,00	\$2.500,00
<b>Subtotal Estrategia 3:</b>				<b>\$2.500,00</b>

El presupuesto de esta estrategia asciende a USD 2.500,00, destinado principalmente a la realización de un evento de lanzamiento oficial, acompañado de su respectiva difusión. Este rubro único concentra la totalidad de la inversión, lo que simplifica la gestión financiera y garantiza la visibilidad del proyecto desde su inicio.

Todo este plan estratégico, con un presupuesto total aproximado de USD 35.150,00, se puede llevar a cabo mediante inversión pública o privada, o una combinación de ambas. Esto permite que tanto entidades gubernamentales como empresas o patrocinadores interesados en promover el turismo y la cultura en el corredor puedan participar, asegurando la viabilidad financiera de las estrategias y fomentando la colaboración entre distintos actores. De esta manera, la implementación de las acciones propuestas no solo es factible, sino que también puede generar beneficios compartidos para la comunidad y el sector turístico.

## **Propuesta de valor**

El proyecto de estrategias para el corredor turístico urbano de Guayaquil ofrece una propuesta de valor centrada en mejorar la experiencia del turista y la calidad de vida urbana mediante intervenciones sostenibles, inclusivas y culturalmente enriquecedoras. A través de la implementación de acciones como “Centro Informado”, “Turismo Asiste”, “Arte Vivo en el Corredor” y “Cine Nocturno”, se busca facilitar la orientación, seguridad y participación activa del visitante, al mismo tiempo que se dinamizan los espacios públicos y se promueve la cultura local.

Esta propuesta se alinea con el ODS 11, ya que contribuye a hacer que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Al mejorar la accesibilidad de la información turística, incentivar la participación de voluntarios, fortalecer la identidad cultural y revitalizar espacios públicos, el proyecto no solo potencia el turismo, sino que también genera beneficios sociales y urbanos para la comunidad, promoviendo un desarrollo sostenible y armonioso del entorno urbano.

# CAPÍTULO 4

## **4.1 Conclusiones**

Este capítulo presentará las conclusiones por cada objetivo específico y las recomendaciones generales

### **4.1.1 Diagnosticar la situación actual del corredor turístico**

Se identificaron problemáticas de seguridad, accesibilidad limitada y falta de señalización adecuada, lo cual reduce la experiencia del visitante y la competitividad del corredor. A nivel de servicios, existe una oferta dispersa y poco articulada, lo que genera una percepción de desorganización en el turista.

### **4.1.2 Identificar los principales activos y su potencial**

Los atractivos poseen un alto valor histórico y cultural, con potencial para generar turismo sostenible. Sin embargo, la ausencia de promoción efectiva y de estrategias conjuntas de marketing disminuye la visibilidad y el aprovechamiento de dichos atractivos.

### **4.1.3 Diseñar propuestas para operativizar el corredor turístico**

Las estrategias diseñadas responden a las necesidades detectadas: seguridad, infraestructura, promoción y mejora de la experiencia. El corredor turístico es viable siempre que exista compromiso institucional y participación activa de actores locales para la ejecución de las propuestas.

## **4.2 Recomendaciones generales**

**4.2.1 Fortalecer** la seguridad turística mediante alianzas con la policía, cámaras de vigilancia y presencia de guías locales.



**4.2.2 Mejorar** la infraestructura y accesibilidad, priorizando señalización clara, rutas inclusivas y espacios adecuados para personas con discapacidad.

**4.2.3 Implementar** campañas de promoción que integren medios digitales, material gráfico y actividades culturales que den visibilidad al corredor.

**4.2.4 Generar** alianzas público-privadas con restaurantes, hoteles y comercios locales para ofrecer paquetes turísticos integrados.

**4.2.5 Capacitar** al personal en atención al turista, sostenibilidad y manejo de herramientas digitales para optimizar la experiencia.

**4.2.6 Monitorear y evaluar** periódicamente la implementación de las propuestas para garantizar mejoras continuas.

## Bibliografía

- Aristega, N., & Bobadilla, M. (2024). *Propuesta de mejora para los corredores turísticos de Guayaquil*. Proyecto de materia integradora, Escuela Superior Politécnica del Litoral.  
<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:VA6C2:e705e324-6d1e-4164-93da-34d7aabec6d4>
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Bote Gómez, J. E. (2000). *Economía del turismo*. Ediciones Síntesis.
- Boullón, R. G. (1997). *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harvard Business Press.
- Chávez, R. R., & Fernández, A. J. (2023). Benchmarking como estrategia en las organizaciones. *Revista Horizonte Empresarial*, 10(1), 185-196.  
<https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2483>
- George, P. (1972). *Geografía activa*. Ediciones Orbis.
- González, E., & Solsona, M. (2018). El turismo urbano como fenómeno socioespacial: Reflexiones desde América Latina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(1), 56–72.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6513826>
- Hernández, A. (2020). Corredores turísticos seguros: Una estrategia de transformación urbana y social en Medellín. *Revista Turismo y Desarrollo*, 30(2), 155–168.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown Business.
- Krippendorff, J. (1987). *La sociología del turismo: Una aproximación crítica*. Ediciones Península.
- López, M. (2018). Planificación de corredores turísticos en contextos urbanos: Enfoques integrales para la movilidad y seguridad. *Estudios de Turismo y Sociedad*, 24(1), 89–104.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Entradas y Salidas Internacionales*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Nel·lo, O. (2001). *Ordenar el territorio: La planificación territorial en Cataluña*. Ariel.

Organización Mundial del Turismo. (2012). *Global report on city tourism: Cities 2012 project*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416479>

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Turismo urbano sostenible: Desafíos y oportunidades*. UNWTO. <https://www.unwto.org/sustainable-urban-tourism>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2004). *Guía para la planificación del desarrollo turístico sostenible*. OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Gestión de la seguridad y protección turística*. <https://www.unwto.org/es>

Pérez-Castañeira, J. A., Gómez-Figueroa, O., Sangroni Laguardia, N., Santa-Cruz, S. R., Cruz-Blanco, C., & Santos-Pérez, O. (2021). Estudio de modelos que abordan la gestión de destinos turísticos. *Ingeniería Industrial*, 42(3), 109–119.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362021000300109](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000300109)

Santos, M. (1994). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Editora Record.

SECTUR (Secretaría de Turismo de México). (2022). *Informe de seguridad turística en zonas prioritarias*. <https://www.gob.mx/sectur/>

Turismo, L. E. N. (s/f). ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. Edu.ec. Recuperado el 27 de mayo de 2025, de  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13485/1/D-42288.pdf>

Vera Rebollo, J. F., & López Palomeque, F. (2000). *Turismo, urbanización y cambio en el litoral: una reflexión geográfica*. Ariel.

Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., & Marchena Gómez, M. (1997). *Análisis territorial del turismo: geografía del turismo en España*. Ariel.

World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2022). *International Code for the protection of tourists*. World Tourism Organization (UNWTO).

Cotella, G., Pieleśiak, I., & Lesniewska-Napierała, K. (2022). Sustainable spatial planning of tourism destinations – Foreword. *European Spatial Research and Policy*, 29(2), 9–15.  
<https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.01>

Linares Gómez del Pulgar, M., López Sánchez, M., Vicente Gilabert, C., Antonio-García, M. Á., & Sánchez-Salazar, F. (2024). A territorial strategy for the activation of tourism in low population density heritage landscapes. *Land*, 13(5), 574.  
<https://doi.org/10.3390/land13050574>

Ruperti-Leon, L. (2024). Ordenamiento territorial, turismo y desarrollo: Estudio de caso en zonas rurales del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 9(1), 102–117.  
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1195>

Programa de Gestión Territorial del Bosque de Protección Alto Mayo (BPAM). (2023). Estrategias para la planificación turística en áreas naturales protegidas. *City, Territory and Architecture*, 10, 22. <https://doi.org/10.1186/s40410-023-00200-w>

## **Anexos**

### **Anexo A**

#### **Análisis Benchmarking**

##### **1. Datos del destino a analizar**

Medellín. - El Corredor Turístico Seguro en Medellín es una iniciativa para mejorar la seguridad en zonas turísticas clave de la ciudad, especialmente en el centro. Este corredor incluye la instalación de cámaras de seguridad y altavoces con mensajes de prevención, además de la presencia de policías bilingües para guiar y asistir a los turistas. El objetivo es generar confianza tanto para residentes como para visitantes.

CDMX. - El Corredor Reforma en la Ciudad de México es un área icónica que abarca desde el Bosque de Chapultepec hasta el Zócalo, incluyendo la Zona Rosa y Polanco. Es un importante centro financiero, con numerosos edificios de oficinas y desarrollos inmobiliarios, y también alberga espacios culturales y monumentos históricos como el Ángel de la Independencia.

Quito. - También conocido como "Quito a Pie", es una iniciativa del Municipio para revitalizar y dar vida a las calles y espacios públicos del centro histórico. Se centra en las calles y plazas del centro histórico, donde se pueden encontrar presentaciones artísticas, música, deliciosa gastronomía y hermosas artesanías. El corredor cultural busca rescatar espacios públicos icónicos y fomentar la participación ciudadana a través de eventos culturales y actividades artísticas.

<b>Criterio</b>	<b>Medellín: Corredor Turístico Seguro</b>	<b>CDMX: Corredor Reforma</b>	<b>Quito: Corredor Cultural Centro Histórico</b>
<b>Ubicación</b>	Centro histórico (La Candelaria, Junín, Plaza Botero)	Paseo de la Reforma (Ángel de la Independencia - Alameda Central)	Centro Histórico de Quito
<b>Objetivo principal</b>	Aumentar la seguridad para turistas y dinamizar el comercio	Mejorar la movilidad, atractivo turístico y percepción de seguridad	Revalorizar el patrimonio y aumentar la afluencia turística
<b>Estrategia de seguridad</b>	Policía turística, cámaras, puntos de vigilancia, botones de pánico	Patrullaje constante, cámaras de vigilancia, brigadas ciudadanas	Patrullaje turístico, recuperación del espacio público
<b>Atractivos principales</b>	Museo de Antioquia, Plaza Botero, murales, comercio local	Monumentos históricos, museos, hoteles, restaurantes, ferias urbanas	Iglesias coloniales, museos, plazas, eventos culturales
<b>Participación comunitaria</b>	Alta: comerciantes, vecinos, guías locales	Media: sector privado y gobierno, menor rol de vecinos	Alta: vecinos, colectivos culturales y comerciantes
<b>Gestión y actores</b>	Alcaldía de Medellín, Policía, Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo CDMX, sector hotelero, policía	Municipio de Quito, Instituto Metropolitano de Patrimonio
<b>Infraestructura turística</b>	Señalética turística, iluminación, andenes peatonales	Ciclovías, banquetas amplias, señalética, iluminación LED	Restauración patrimonial, mobiliario urbano, peatonalización
<b>Innovación o diferencial</b>	Enfoque integral en seguridad como eje principal	Uso de tecnología y ciclovía dominical para atraer flujo constante	Integración de patrimonio UNESCO con experiencia cultural viva
<b>Resultados destacados</b>	Aumento en visitas, reducción de delitos, mejor percepción ciudadana	Mayor flujo peatonal y ciclista, activación comercial de la zona	Incremento en visitas culturales y permanencia del turista

## **Anexo B**

### **Análisis Delphi - Guías Turísticas**

Buenos días, tardes. Nosotras somos Melanie y Gloria, nos encontramos realizando nuestro proyecto integrador que se basa en operativizar corredores turísticos seguros en Guayaquil.

Para empezar, daremos una breve explicación acerca de los corredores turísticos:

Un corredor turístico es como un itinerario organizado: conecta varios puntos de interés, permite moverse entre ellos, ofrece servicios básicos en el camino y puede facilitar experiencias de paso rápido.

Al operativizar estos corredores en Guayaquil, se busca crear una ruta estratégica que enlace zonas con potencial turístico, asegurando que los visitantes puedan disfrutar cómodamente en cada parada durante su recorrido.

Como parte de un estudio sobre el desarrollo y operativización de corredores turísticos en la ciudad de Guayaquil, le invitamos a participar en un proceso de análisis Delphi, buscamos recoger su experiencia profesional para identificar prioridades, desafíos y propuestas en torno a los temas de seguridad, promoción, servicios y facilidades en zonas con potencial turístico.

### **SEGURIDAD**

1. ¿Qué percepción tiene actualmente sobre la seguridad en los principales sectores turísticos de Guayaquil?
2. ¿Ha tenido o conoce experiencias (positivas o negativas) relacionadas con la seguridad durante recorridos turísticos en la ciudad?
3. ¿Qué tipo de medidas o acciones considera prioritarias para mejorar la seguridad en los corredores turísticos? (vigilancia, iluminación, capacitación, señalética, etc.)

4. ¿Qué actores cree que deberían involucrarse activamente en el fortalecimiento de la seguridad turística? ¿Cómo debería ser esa colaboración?

### **PROMOCIÓN**

5. ¿Qué estrategias de promoción considera más efectivas para posicionar un nuevo corredor turístico en Guayaquil?
6. Según su experiencia ¿qué medios de comunicación o plataformas suelen tener mayor impacto en los turistas nacionales e internacionales?

### **SERVICIOS**

7. ¿Qué servicios considera imprescindibles para brindar una experiencia turística satisfactoria?
8. ¿Cuáles son los principales vacíos o deficiencias en los servicios turísticos actuales en Guayaquil que deberían mejorarse para operativizar un corredor?
9. ¿Qué actores deberían encargarse de proveer y mantener estos servicios?

### **FACILIDADES / INFRAESTRUCTURA**

10. ¿Qué tipo de infraestructura básica considera esencial para garantizar la accesibilidad y comodidad de los visitantes en un corredor turístico?
11. ¿Cuáles son los principales obstáculos de movilidad o señalización que enfrentan los turistas actualmente en zonas de interés?
12. ¿Qué facilidades podrían incorporarse para hacer más inclusivos estos espacios (accesibilidad para personas con discapacidad, adultos mayores, niños)?

### **CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA**

13. En base a su experiencia, ¿qué características debería tener un corredor turístico bien diseñado y operativo en Guayaquil?
14. ¿Qué buenas prácticas ha observado en otras ciudades que podrían adaptarse a Guayaquil?



## ENTREVISTAS

Entrevista: Katherine

### SEGURIDAD

- ¿Cuáles considera que son los principales riesgos o amenazas en las zonas con potencial turístico en Guayaquil?

Actualmente, uno de los principales riesgos es la inseguridad. Aunque se ha incrementado la presencia policial, aún existen zonas turísticas con poca vigilancia, escasa iluminación y sin resguardo suficiente. Esto genera temor en los visitantes y afecta negativamente la experiencia.

- Desde su experiencia, ¿qué medidas de seguridad deberían implementarse para garantizar un recorrido turístico seguro?

Creo que debería haber una mayor y más activa participación de la Policía en los recorridos turísticos. Además, es necesario que el gobierno y otras entidades se involucren en la creación de corredores turísticos seguros, con patrullaje constante, buena iluminación y señalización adecuada.

- ¿Cree que sería necesaria la colaboración entre actores públicos y privados para fortalecer la seguridad en futuros corredores turísticos?

Sí, definitivamente. La seguridad debe ser una responsabilidad compartida. Tanto las instituciones públicas como los emprendedores y operadores turísticos deberían trabajar juntos para garantizar entornos más seguros y confiables para los turistas.

### PROMOCIÓN

- ¿Qué estrategias de promoción considera más efectivas para posicionar un nuevo corredor turístico en Guayaquil?

Una estrategia efectiva sería contar las historias de los emprendedores locales, mostrar quiénes somos y por qué hacemos lo que hacemos. Las redes sociales son importantes, pero también lo es conectar emocionalmente con las personas a través de entrevistas y testimonios reales.

- Según su experiencia, ¿qué medios de comunicación o plataformas suelen tener mayor impacto en los turistas nacionales e internacionales?

En la actualidad, TikTok e Instagram en formato de video son las plataformas más efectivas. Permiten llegar a un público amplio, especialmente joven, de forma rápida y visualmente atractiva.

## SERVICIOS

- ¿Qué servicios considera imprescindibles para brindar una experiencia turística satisfactoria?

Es fundamental contar con presencia policial para dar seguridad. También se necesitan servicios como puntos de hidratación, áreas de descanso, asientos, zonas de sombra, asistencia médica en caso de emergencia y buena señalización para orientar a los visitantes.

- ¿Cuáles son los principales vacíos o deficiencias en los servicios turísticos actuales en Guayaquil que deberían mejorarse para operativizar un corredor?

Faltan muchos servicios básicos. En algunos sectores no hay puntos de hidratación, ni lugares para sentarse, ni cobertura médica inmediata. También hay deficiencias en la señalización y muy poca infraestructura para atender emergencias o situaciones de riesgo.

- ¿Qué actores deberían encargarse de proveer y mantener estos servicios?

La responsabilidad debe ser compartida entre las autoridades locales, el sector turístico y los propios negocios establecidos en los corredores. Es clave que se coordinen esfuerzos entre el gobierno municipal, la Policía, los operadores turísticos y los emprendedores.

## FACILIDADES / INFRAESTRUCTURA

- ¿Qué tipo de infraestructura básica considera esencial para garantizar la accesibilidad y comodidad de los visitantes en un corredor turístico?

Se necesita infraestructura como rampas, señalización clara, zonas de descanso, servicios higiénicos, y puntos de hidratación. También se debe contemplar iluminación adecuada y rutas bien definidas.

- ¿Cuáles son los principales obstáculos de movilidad o señalización que enfrentan los turistas actualmente en zonas de interés?

Uno de los mayores problemas es la falta de accesibilidad para personas con movilidad reducida. No hay asistencia para personas no videntes, ni sillas de ruedas disponibles. También falta señalética clara e inclusiva que permita a todos los visitantes ubicarse fácilmente.

- ¿Qué facilidades podrían incorporarse para hacer más inclusivos estos espacios (accesibilidad para personas con discapacidad, adultos mayores, niños)?

Se podrían incorporar rampas, pasamanos, señalética en braille, pictogramas, servicios de asistencia y zonas adaptadas para personas con discapacidad y adultos mayores. Todo esto haría los espacios mucho más inclusivos y cómodos para todos.

## CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA

- En base a su experiencia, ¿qué características debería tener un corredor turístico bien diseñado y operativo en Guayaquil?

Debe tener señalización clara, zonas bien delimitadas por tipo de atractivo (arte, gastronomía, cultura), limpieza constante, iluminación, seguridad y servicios básicos accesibles. Todo el recorrido debe estar estructurado de forma que sea fácil de entender y disfrutar.

- ¿Qué buenas prácticas ha observado en otras ciudades que podrían adaptarse a Guayaquil?

La limpieza es una de las mejores prácticas que he observado. Un espacio limpio, ordenado y bien cuidado genera una buena impresión, transmite seguridad y anima a los visitantes a regresar.

## SEGURIDAD

- ¿Cuál es su percepción actual sobre la seguridad en los principales sectores turísticos de Guayaquil?

En general, considero que Guayaquil es una ciudad peligrosa. Sin embargo, en este sector específico no me siento seguro. A veces hay presencia policial, pero suele ser en eventos puntuales. En días normales, el lugar se siente muy solitario.

- ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas relacionadas con la seguridad durante recorridos turísticos?

Personalmente no he tenido experiencias directas, pero sí he escuchado de varios casos negativos relacionados con la inseguridad en zonas turísticas.

- ¿Qué medidas de seguridad considera prioritarias para mejorar la experiencia en los corredores turísticos?

Una medida clave es mantener la presencia policial de forma permanente, no solo durante eventos. La vigilancia en cada cuadra genera una sensación de seguridad constante.

- ¿Qué actores considera que deberían participar activamente en el fortalecimiento de la seguridad?

Definitivamente la Policía Nacional y, en general, tanto instituciones públicas como privadas. Los vigilantes municipales también juegan un papel importante.

## PROMOCIÓN

- ¿Qué estrategias de promoción considera más efectivas para posicionar un nuevo corredor turístico?

Las redes sociales son las más efectivas. De hecho, yo conocí este lugar gracias a publicaciones en redes.

- ¿Qué medios de comunicación o plataformas suelen tener mayor impacto en los turistas?

Instagram y TikTok tienen el mayor alcance hoy en día, especialmente entre los jóvenes. Son plataformas visuales que permiten mostrar los atractivos de forma llamativa.

## SERVICIOS

- ¿Qué servicios considera imprescindibles para brindar una experiencia turística satisfactoria?

Los emprendimientos locales son muy importantes, ya que dan vida al espacio. También me parece excelente lo que están haciendo con el alquiler de bicicletas, que promueve el deporte y el uso del espacio público.

- ¿Cuáles son los principales vacíos o deficiencias en los servicios turísticos de Guayaquil?

Falta más presencia policial. Además, no hay suficientes servicios inclusivos: por ejemplo, algunos policías no hablan inglés, lo cual dificulta la atención a turistas extranjeros. También se necesitan sillas de ruedas o zonas de descanso para personas mayores.

- ¿Qué actores deberían encargarse de proveer y mantener estos servicios?

Deben involucrarse tanto las instituciones del gobierno como los emprendedores locales y el sector privado. Se necesita coordinación entre todos los actores.

## FACILIDADES / INFRAESTRUCTURA

- ¿Qué tipo de infraestructura considera esencial para garantizar accesibilidad y comodidad?

Una calle peatonal amplia, en el centro de la ciudad, es ideal porque facilita el acceso desde distintas zonas. También se necesitan ciclovías y espacios cómodos para caminar y descansar.

- ¿Qué obstáculos de movilidad o señalización enfrentan los turistas actualmente?

La falta de infraestructura inclusiva. Por ejemplo, no hay señalética adecuada ni rampas suficientes para personas con discapacidad. Además, se nota la ausencia de espacios accesibles para personas mayores o niños pequeños.

- ¿Qué facilidades se podrían incorporar para hacer más inclusivos estos espacios?

Sería útil contar con sillas de ruedas disponibles, mayor señalización accesible y asistencia para personas con discapacidad. En general, debe haber más inclusión tanto en servicios como en comunicación.

## CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA

- ¿Qué buenas prácticas ha observado en otras ciudades que podrían adaptarse a Guayaquil?

He visto buenas prácticas en la zona norte de la ciudad, como la implementación de ciclovías. Estas facilitan el tránsito, promueven el deporte y mejoran la experiencia urbana. Sería ideal replicarlas en otras zonas como el centro y el sur.

## ENTREVISTA A RICARDO BESANOYA

### SEGURIDAD

- ¿Cuál es su percepción actual sobre la seguridad en los principales sectores turísticos de Guayaquil?

Siento que sí hay seguridad en algunos puntos, pero aún no me siento completamente seguro. La corrupción a nivel general es muy grande, por lo que no se puede confiar del todo. En esta zona específica sí me siento seguro, y me gusta bastante. Debería ser así en todos los sectores, pero hay lugares donde no se ve ni una patrulla y están abandonados.

- ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas relacionadas con la seguridad en recorridos turísticos?

No exactamente en Guayaquil, pero en Quito tuve una experiencia turística muy positiva. Me encantó el centro histórico, lo recorrí sin problemas y me sentí seguro. Eso contrasta con lo que a veces se percibe en zonas menos atendidas de Guayaquil.

- ¿Qué medidas considera prioritarias para mejorar la seguridad en los corredores turísticos?

Promoción y buena organización. Cuando hay eventos como ferias y no se organizan bien, la experiencia del turista se ve afectada. La seguridad también depende de cómo se maneje todo el entorno.

- ¿Qué actores deberían involucrarse activamente en el fortalecimiento de la seguridad?

La Policía Nacional debería estar más comprometida, aunque personalmente me siento más seguro cuando hay presencia militar. No se trata de militarizar todo, pero sí de que los turistas sientan respaldo real. También deberían intervenir los gobiernos locales y el sector privado.

### PROMOCIÓN

- ¿Qué estrategias considera más efectivas para posicionar nuevos corredores turísticos en Guayaquil?

A nivel local, las redes sociales son claves. Pero para atraer a turistas internacionales, se podría desarrollar una página web oficial con información sobre los corredores y los distintos tipos de turismo, como científico, cultural o gastronómico. Esa plataforma podría enlazar a agencias y operadores turísticos.

- ¿Qué medios de comunicación o plataformas tienen mayor impacto en turistas nacionales e internacionales?

Personalmente, uso mucho Instagram y me entero de muchos eventos por ahí. También creo que la televisión, aunque no tan consumida por jóvenes, sigue teniendo impacto entre los adultos mayores. Ambas pueden ser útiles según el segmento de público.

## SERVICIOS

- ¿Qué servicios considera imprescindibles para brindar una experiencia turística satisfactoria?

Infraestructura de calidad, sin duda. Sin buena infraestructura, cualquier experiencia turística pierde valor.

- ¿Cuáles son los principales vacíos o deficiencias en los servicios turísticos actuales en Guayaquil?

La seguridad sigue siendo un punto débil. Y en cuanto a infraestructura, hay sectores que carecen de servicios básicos o donde estos están en mal estado. Eso afecta mucho la percepción del turista.

## INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD

- ¿Qué tipo de infraestructura básica considera esencial para garantizar la accesibilidad y comodidad de los visitantes?

La limpieza es fundamental. Hay baños públicos en condiciones deplorables. También es importante que haya accesibilidad para personas con discapacidad o movilidad reducida, como rampas y sillas de ruedas disponibles.

- ¿Cuáles son los principales obstáculos de movilidad o señalización que enfrentan los turistas?

Uno de los problemas es la falta de herramientas para personas mayores o con limitaciones físicas. Por ejemplo, no hay sillas de ruedas disponibles en muchos lugares, y eso debería ser considerado en zonas de alto flujo turístico.

- ¿Qué facilidades podrían incorporarse para hacer más inclusivos estos espacios?

Incluir servicios como préstamo de sillas de ruedas, señalización adecuada e infraestructura accesible en general ayudaría bastante. Muchas veces no se piensa en esos detalles, pero son claves para una experiencia inclusiva.

## CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA

- ¿Qué características debería tener un corredor turístico bien diseñado y operativo en Guayaquil?

Un corredor debe ser bonito, bien organizado, con buena accesibilidad, atractivos turísticos jerarquizados y servicios de guía según el tipo de recorrido. Los guías deben estar capacitados y dominar idiomas para atender a turistas internacionales.

- ¿Qué buenas prácticas ha observado en otras ciudades que podrían adaptarse a Guayaquil?

En Quito vi buena organización, espacios limpios y bien cuidados. Esas prácticas deberían replicarse aquí. La clave está en que los espacios sean funcionales, seguros y atractivos para todo tipo de visitantes.



## CAFETERÍA CALLE PANAMÁ

### SEGURIDAD

- ¿Cuál es su percepción actual sobre la seguridad en los principales sectores turísticos de Guayaquil?

Aquí me parece bastante seguro, aunque de todas formas hay personas que molestan. A veces uno se siente inseguro por esas actitudes.

- ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas relacionadas con la seguridad?

Mis experiencias aquí han sido positivas, no me ha pasado nada malo.

- ¿Qué medidas considera prioritarias para mejorar la seguridad?

Debe haber más guardias y que estén atentos. Muchas veces están presentes, pero no prestan atención. Debería haber más personal de seguridad, especialmente en la tarde cuando el centro queda desierto.

- ¿Qué actores deberían involucrarse en el fortalecimiento del sector turístico?

El Municipio de Guayaquil y la Policía. También deberían intervenir entidades públicas, como en el pasado, cuando esta zona estaba más iluminada y viva. Antes era más seguro caminar por aquí.

### PROMOCIÓN

- ¿Qué estrategias considera más efectivas para promocionar nuevos corredores turísticos?

Las redes sociales son efectivas, pero deben transmitir también una sensación de seguridad para que la gente se anime a venir.

- ¿Qué plataformas suelen tener mayor impacto?

Instagram es muy útil para enterarse de eventos. Ayuda mucho en la promoción.

### SERVICIOS

- ¿Qué servicios considera imprescindibles para una experiencia turística satisfactoria?

Espacios donde las personas puedan venir con su familia, incluso con sus mascotas. También zonas cómodas donde sentarse o participar en actividades.

- ¿Cuáles son las principales deficiencias actuales?

Hay abandono en algunas zonas, falta reactivar espacios y mejorar los servicios que antes eran atractivos, como los sitios de comida en el centro.

## INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD

- ¿Qué infraestructura básica considera esencial?

Parqueaderos y accesos para personas con discapacidad. La falta de estos servicios hace que algunos visitantes no puedan disfrutar de la zona.

- ¿Obstáculos de movilidad o señalización actuales?

Falta de señalética y espacios adaptados para personas con movilidad reducida o necesidades especiales.

- ¿Qué facilidades podrían incorporarse?

Carros eléctricos pequeños, señalética clara, zonas verdes y más árboles para brindar sombra. Todo esto contribuiría a una experiencia más cómoda.

## CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA

- ¿Qué características debería tener un corredor turístico bien diseñado?

Debe tener una ruta clara, guías bien capacitados que dominen la historia del lugar y varios puntos donde el turista pueda descansar, comer o aprender algo. El recorrido debe ser cómodo y ecológico.

- ¿Buenas prácticas observadas en otras ciudades?

La idea de usar bicicletas eléctricas o transporte sostenible como en algunas ciudades de EE. UU. es muy buena. También fomentar la caminabilidad como en Quito, donde la gente se mueve mucho a pie.

## ENTREVISTADA B

### SEGURIDAD

- ¿Cuál es su percepción actual sobre la seguridad en los principales sectores turísticos de Guayaquil?

Aquí todavía hay inseguridad. Algunas personas se acercan a molestar y eso ahuyenta a los visitantes.

- ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas relacionadas con la seguridad?

Hasta ahora, no he tenido malas experiencias directas, pero conozco casos de robos y molestias a turistas.

- ¿Qué medidas considera prioritarias para mejorar la seguridad?

Más presencia de seguridad capacitada, sobre todo en la tarde y noche. Después de las 5 p.m. el centro se queda vacío y eso da miedo.

- ¿Qué actores deberían involucrarse en el fortalecimiento del sector turístico?

La Gobernación, la Policía Nacional y el Municipio deberían coordinar mejor. Antes esto era un sector muy activo, y se necesita revivirlo.

## PROMOCIÓN

- ¿Qué estrategias considera más efectivas para promocionar nuevos corredores turísticos?

Más difusión en redes sociales y seguridad en los eventos. La gente necesita saber que es un lugar confiable.

- ¿Qué plataformas suelen tener mayor impacto?

Instagram. Es una de las plataformas que más se usa actualmente para conocer lugares y eventos.

## SERVICIOS

- ¿Qué servicios considera imprescindibles para una experiencia turística satisfactoria?

Emprendimientos, actividades culturales, espacios abiertos, baños limpios, y eventos familiares. La gente busca espacios cómodos y seguros.

- ¿Cuáles son las principales deficiencias actuales?

Falta de atención al sur de la ciudad. Muchos sitios están abandonados y sin mantenimiento. Deberían recuperar los espacios que antes funcionaban.

## INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD

- ¿Qué infraestructura básica considera esencial?

Rampas, señalética clara y sombra natural. También baños limpios y lugares con acceso universal.

- ¿Obstáculos de movilidad o señalización actuales?

No hay suficiente accesibilidad para personas con discapacidad o adultos mayores. También faltan rutas claras que indiquen por dónde ir.

- ¿Qué facilidades podrían incorporarse?

Sistemas de préstamo de bicicletas, carritos eléctricos turísticos, árboles para sombra, estaciones de descanso y más inclusión general.

## CIERRE Y VISIÓN PROSPECTIVA

- ¿Qué características debería tener un corredor turístico bien diseñado?

Rutas organizadas, transporte ecológico, señalización, guías capacitados, zonas verdes y puntos gastronómicos integrados en el recorrido.

- ¿Buenas prácticas observadas en otras ciudades?

En California, a pesar de ser una ciudad grande, fomentan el uso de bicicletas. También se podría aplicar el modelo de caminabilidad de ciudades como Quito. Es importante que Guayaquil sea más accesible, verde y amigable con el peatón.

Allan Castro – Guía Turístico

## Introducción

Durante el encuentro, se explicó al Sr. Allan Castro que el estudio busca diseñar una propuesta para operativizar corredores turísticos seguros en la ciudad de Guayaquil. Se le compartió la conceptualización manejada en el proyecto:

“Un corredor turístico es una conexión entre varios puntos de interés turístico que permite a los visitantes desplazarse entre ellos de forma fluida, contando con servicios básicos durante el recorrido, facilitando experiencias seguras, atractivas y accesibles.”

## PREGUNTAS Y PRINCIPALES APORTES DEL ENTREVISTADO

1. ¿Qué elementos considera fundamentales para que un corredor turístico funcione de forma efectiva?

- El corredor debe ser flexible: no puede depender de horarios estrictos ni condiciones externas inestables.
- La estabilidad es clave: los puntos del recorrido deben estar operativos de forma constante, sin cambios frecuentes.
- Es necesario que el corredor esté bien delimitado, promocionado y reconocido por la comunidad. Todos deben saber cómo usarlo y qué ofrece.
- Debe estar comercializado: es decir, incluir actividades pagadas donde el visitante pueda gastar (experiencias, fotos, atracciones). Esto dinamiza la economía local.

- Todo corredor debe estar basado en una identidad sólida que le dé sentido y coherencia a los diferentes espacios y actividades que lo conforman. Esto facilita crear una historia o narrativa unificada.

2. ¿Qué buenas prácticas ha observado en otras ciudades que podrían aplicarse en Guayaquil?

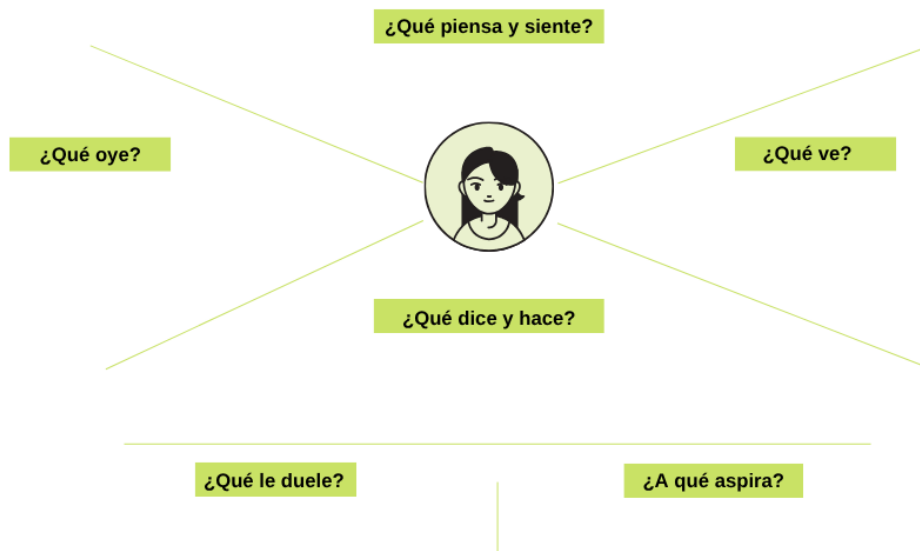
- En Quito, zonas turísticas fueron pintadas de color amarillo, generando una uniformidad visual útil para guiar a los visitantes por la ruta.
- También recuerda iniciativas gastronómicas con certificaciones visibles en los locales participantes. Eso ayudaba a que el turista supiera que esos sitios eran parte oficial de un recorrido temático.
- Recomienda que los corredores estén gestionados por operadoras turísticas, lo que permite una promoción coordinada y evita esfuerzos individuales aislados que suelen ser poco eficaces.

## COMENTARIOS FINALES

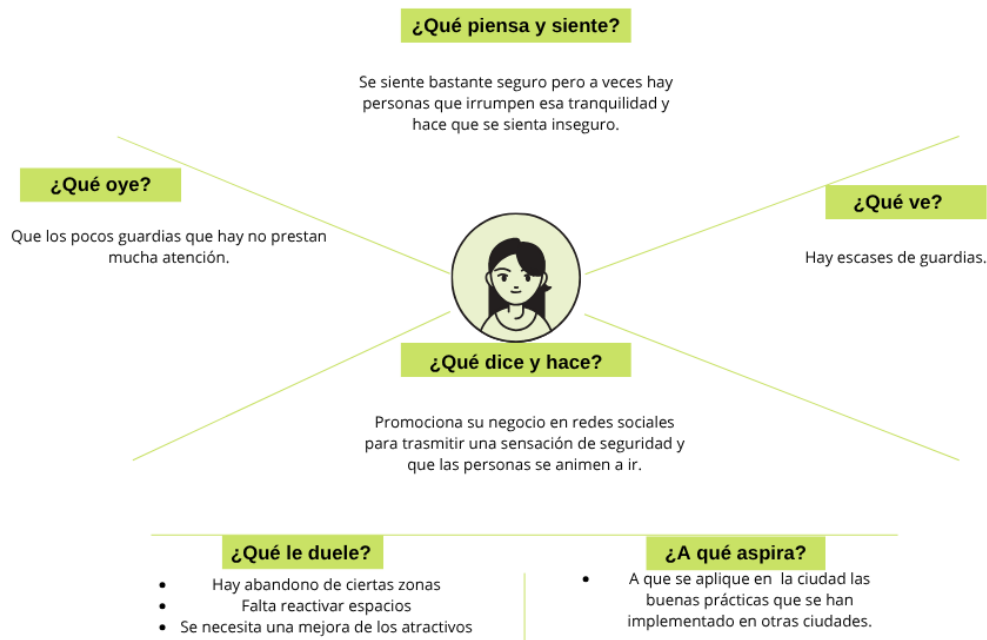
Allan Castro hizo énfasis en que, para que el proyecto tenga éxito, debe iniciarse con una coordinación entre actores locales con metas claras desde el principio. Se mostró dispuesto a colaborar en el futuro si se lo contacta con anticipación.

## Anexo C

# Mapa de Empatía



## Mapa de Empatía



## Mapa de Empatía



## Mapa de Empatía



## Mapa de Empatía





## Mapa de Empatía



## Anexo D

VOTACIÓN DE LAS IDEAS								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
★		★ ★		★		★		★



## Anexo E



zoom Workplace Meeting Melanie Gutiérrez's screen

9:09 a. m. Mar 5 ago

### Indicadores Clave del Proyecto

<b>80hrs</b> Voluntariado	<b>24/7</b> Acceso Digital	<b>5+</b> Espacios Culturales	<b>100%</b> Puntos Conectados
------------------------------	-------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

#### Centro Informado

Tecnología accesible para navegación autónoma y orientación turística completa

- Accesos mensuales al mapa digital
- Tiempo promedio de permanencia
- Satisfacción del usuario medida

#### Corredor Vivo

Actividades culturales diversificadas para experiencia turística enriquecida y dinámica

- Eventos culturales mensuales realizados
- Asistentes promedio por evento
- Funciones de cine programadas

#### Comunicación Integral

Campaña multicanal para posicionamiento y visibilidad del corredor turístico



- Colaboraciones estratégicas establecidas exitosamente
- Percepción positiva del destino
- Cobertura mediática integral lograda

Audio Video Participants Chat React Share Meeting info Apps Record More Leave

## Anexo F

### Prototipo



<p><b>Estrategia 1 – “Centro Informado”</b></p> <p>Objetivo: Mejorar la orientación y asistencia del turista mediante tecnologías y asistencia personalizada.</p> <p><b>Acciones principales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de mapa digital con código QR en cada punto.</li> <li>Guía <b>Voluntarios Asistentes</b>.</li> <li>Programa “Turismo Asiste” con estudiantes voluntarios de turismo.</li> </ul>  <p>1. Crear un mapa digital del corredor turístico con información digital QR.</p> <p>Se debe realizar un levantamiento exhaustivo de los atractivos turísticos, sitios patrimoniales, servicios complementarios, paradas de transporte y otros elementos relevantes del corredor. Este proceso incluye:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de coordenadas geográficas de cada punto de interés.</li> <li>Recopilación de datos descriptivos, históricos y culturales.</li> <li>Registro fotográfico y audiovisual.</li> </ul> <p>Una vez sistematizada la información, se debe proceder con la creación de contenido accesible y multimedial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de descripciones breves para cada sitio, con lenguaje claro e inclusivo.</li> <li>Elaboración de pictogramas e íconos ilustrativos que apoyen la interpretación visual de los puntos del recorrido.</li> </ul> <p>Cada punto del corredor debe estar señalizado físicamente mediante placas informativas que incluyan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Código QR personalizado que enlace directamente con la ficha digital del sitio y su audioguía.</li> <li>Elementos visuales como íconos de accesibilidad, idiomas disponibles, e instrucciones de uso.</li> </ul> <p>• Materiales resistentes a la intemperie para su instalación en espacios públicos, en coordinación con las entidades municipales responsables.</p>	<p>El producto final deberá ser difundido a través de medios institucionales, redes sociales, puntos turísticos y canales de promoción del destino. Además, se recomienda establecer un protocolo de mantenimiento técnico que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Actualización anual del contenido.</li> <li>Revisión semestral de enlaces, audioguías y compatibilidad móvil.</li> <li>Inclusión progresiva de nuevos puntos de interés o mejoras basadas en retroalimentación de usuarios.</li> </ul> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de accesos al mapa digital por mes.</li> <li>Incremento del tiempo promedio de permanencia de turistas en el corredor.</li> <li>Nivel de satisfacción de los usuarios del mapa (medido por encuesta online o en puntos turísticos).</li> </ul>
<p>2. Implementar el programa “Turismo Asiste”, una red de voluntarios (estudiantes de turismo capacitados) con chalecos distintivos para asistir turistas en el corredor.</p>  <p>Se establecerá el marco normativo y operativo del programa, incluyendo los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perfil del voluntario (estudiante de turismo, mínimo cuarto semestre).</li> <li>Funciones y responsabilidades (informar, orientar, derivar casos a autoridades).</li> <li>Manual de buenas prácticas y atención al cliente.</li> <li>Diseño del uniforme (chaleco distintivo, carnet, guita, identificación).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>visible con QR informativo del corredor).</li> <li>Duración y modalidad del voluntariado (mínimo 80 horas).</li> </ul> <p><b>Importante:</b> los estudiantes solo asistirán en aspectos informativos, no realizarán ni mediación.</p> <p>Para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del programa, se garantizará cobertura de compensación entre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Instituciones de educación superior (universidades e institutos) con carreras afines al turismo.</li> <li>Dirección de Turismo del GAD Guayaquil.</li> <li>Ministerio de Turismo.</li> <li>Policía de Turismo.</li> <li>Sistema ECTU VU.</li> </ul> <p>Estos convenios permitirán el reconocimiento del voluntariado (por medio de un certificado) como práctica preprofesional o proyecto de vinculación con la comunidad.</p> <p>El programa se implementará de manera piloto cuyo horario y duración se establecerán.</p>	<p>bajo un consenso entre las universidades, los institutos y el municipio. Se recopilaban datos sobre el número de turistas asistidos. La retroalimentación será utilizada para ajustar procesos antes de su implementación permanente.</p> <p><b>Actores involucrados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ESPOL / Facultades de Turismo y TIC's</li> <li>Municipio de Guayaquil</li> <li>Dirección de Tecnología del Municipio</li> <li>Ministerio de Turismo</li> <li>Policía de Turismo</li> <li>Operadores turísticos locales</li> <li>Instituciones de educación superior afines al turismo en general</li> </ul> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número promedio de turistas asistidos por jornada.</li> <li>% de turistas satisfechos con la atención recibida (según encuesta rápida).</li> <li>% de voluntarios que culminaron las 80 horas del programa.</li> </ul> <p><b>Recomendaciones:</b></p> <p>Costo: USD 0</p>



Laboratorio de fotos y material audiovisual	\$100.00
<b>Subtotal acciones - presupuesto</b>	<b>\$110.00</b>
Costos de apoyo logístico (guayagua)	\$4,000.00
<b>Costo presupuesto total</b>	<b>\$4,110.00</b>
Presupuesto	\$110.00
<b>Subtotal presupuesto</b>	<b>\$1,200.00</b>
<b>Presupuesto total</b>	<b>\$1,600.00</b>
Comunicación y material operativo voluntario	\$1,200.00
Chalecos, gorras y comida QR para voluntarios	\$450.00
<b>Presupuesto total presupuesto voluntario</b>	<b>\$1,650.00</b>

Total **Guayagua** 1: \$5,810

## Estrategia 2 – “Corredor Turístico Vivo, Seguro e Inclusivo”

Objetivo: Dinamizar la experiencia del visitante mediante actividades culturales y recreativas.

### Acciones principales:

- Programa “Arte Vivo en el Corredor” (eventos artísticos y ferias).



## 1. Consultar un calendario consistente de actividades artísticas en espacios públicos

Para llevar a cabo esta estrategia en Guayaquil, el primer paso es realizar un diagnóstico territorial, este proceso consiste en identificar y evaluar los espacios públicos más apropiados para desarrollar eventos culturales y recreativos, considerando criterios:

como:

- La Calle Panamá
- La Plaza de la Administración
- El Malecón Simón Bolívar

Una vez identificado el territorio, el siguiente paso es establecer una articulación efectiva con los actores culturales y turísticos de la ciudad. Con esta base, se puede organizar una convocatoria abierta para presentar el programa “Arte Vivo en el Corredor” e invitar a participar a quienes estén interesados en contribuir con presentaciones o talleres.

Identifica colectivos de arte urbano, danza, música, teatro, grupos culturales independientes, casas de cultura, universidades (como ESPOL y la Universidad de las Artes).

Conecta a los actores identificados para presentarles el objetivo del programa “Arte Vivo en el Corredor”. Posteriormente es necesario establecer criterios de participación en fundamental porque garantiza la calidad, el orden y la sostenibilidad

del programa cultural. Estos criterios permiten seleccionar a los participantes con base en talleres, talleres y juicios, asegurando que las actividades sean coherentes con los objetivos del proyecto y que se desarrollen de manera organizada.

Definir si la participación será:

- Voluntaria.
- Bajo convenio con instituciones educativas.
- Con apoyo logístico del GAD.
- Considera requisitos mínimos como la puntualidad, propuesta clara, compromiso con fechas.

Fomentar alianzas con universidades es clave para fortalecer la ejecución y sostenibilidad del programa “Arte Vivo en el Corredor”. Establecer vínculos con facultades de turismo, diseño, gestión cultural y comunicación permite incorporar el conocimiento académico, la creatividad juvenil y el compromiso social a las actividades del corredor turístico.

En el caso de Guayaquil, instituciones como:

- ESPOL.
- Universidad de las Artes
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Universidad de Guayaquil

Para garantizar la calidad de la estrategia, se debe implementar un proceso de evaluación constante en el que apliquen encuestas breves al público para conocer su experiencia, recopilar sugerencias y medir su nivel de satisfacción. Además, se debe

habilitar un formulario en línea destinado a recibir propuestas y comentarios fortaleciendo la participación ciudadana.

Con base en los resultados obtenidos, se procederá a ajustar el calendario de actividades considerando la asistencia, la popularidad de los eventos y las condiciones logísticas.

### Indicadores:

- Cantidad de eventos realizados por mes (música, danza, teatro, talleres, etc.).
- % de actividades realizadas según lo planificado en el calendario.
- Número promedio de asistentes por evento.

2. Programa “Guayaquil de Película” (cine al aire libre en la Plaza de la Administración)



Como parte de la revitalización del centro de Guayaquil y el impulso de actividades culturales nocturnas, se propone la creación del programa “Guayaquil de Película”, una serie de funciones de cine al aire libre organizadas en espacios emblemáticos como la Plaza de la Administración.

Se debe establecer:

- Enfoque del cine
- Definir si será un evento único, semanal o mensual.
- Determinar el público objetivo (turistas, familias, jóvenes, estudiantes) de acuerdo a la temática de la función.

Verifica que tenga condiciones logísticas **apropiadas** como:

- Electricidad cercana
- Espacio para pantalla
- Circulación de personas.

La acción contempla la proyección semanal de películas cinematográficas, documentales sobre la historia de Guayaquil, y contenidos elaborados por jóvenes cineastas locales.

- Solicitar autorización o licencia de exhibición pública (especialmente si son películas comerciales o protegidas por derechos de autor).
- En caso de contenidos locales o universitarios, busca acuerdos de colaboración con cineastas o escuelas de cine (como **UAGB**).

- Implementar medidas de seguridad en conjunto con la policía turística.

Para fomentar el turismo y el sentido de identidad, se debe incluir también funciones especiales con temáticas de mitos, leyendas y personajes icónicos guayaquileños.

### Indicadores:

- Cantidad de funciones realizadas según cronograma.
- Número promedio de asistentes por función.
- Nivel de satisfacción del público con la experiencia (encuesta ocasional).

### Presupuesto:

Concepto	Costo (USD)
<b>Presupuesto total presupuesto</b>	<b>\$1,650.00</b>
Organización de eventos culturales (12 en 3 meses)	\$9,000.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$10,650.00</b>
<b>Presupuesto total presupuesto</b>	<b>\$12,300.00</b>
Proyección de cine al aire libre (6 funciones)	\$8,700.00
<b>Subtotal</b>	<b>\$9,570.00</b>

Total **Guayagua** 2: \$22,870

## Estrategia 3 – “Guayaquil Vive y Cuentas”

Objetivo: Posicionar el corredor turístico como un espacio dinámico e inclusivo mediante campañas de promoción.

### Acciones principales:

- Lanzamiento oficial del programa “Corredor Vivo”.

- Alianzas con medios **guayaguas** y universidades.
- Promoción multicanal (redes sociales, spots, material digital).

## 1. Lanzamiento oficial del programa “Corredor Vivo”

En el primer paso es fundamental establecer los objetivos específicos del lanzamiento: dar a conocer el programa, atraer a la comunidad y generar alianzas estratégicas. En esta fase también se debe determinar el presupuesto disponible, identificar patrocinadores o apoyos, y organizar los recursos logísticos necesarios para el evento. En esta fase también se debe:

- Definir el presupuesto disponible
- Identificar posibles patrocinadores o aliados estratégicos.
- Organizar los recursos logísticos básicos que serán necesarios para el evento.

Una vez definida la planificación inicial, se debe invitar a todos los actores clave que formarán parte del lanzamiento. Esto incluye:

- Autoridades municipales,
- Instituciones educativas,
- Artistas
- Medios de comunicación
- Logísticos** locales.

Con las colaboraciones establecidas, se planifican acciones concretas como invitaciones para que realicen cobertura en vivo o grabada de eventos, la creación de contenidos específicos (videos, posts, historias) Esta difusión debe ser constante y atractiva para mantener la participación del público objetivo.

Es importante fomentar la interacción con el público, invitándolo a conocer el mapa digital, a los voluntarios y a participar activamente en las diferentes actividades. La cobertura en vivo a través de redes sociales permitirá ampliar el alcance del evento y dejar material para futuras promociones.

### Indicadores:

- Número de colaboraciones realizadas

- Percepción positiva del destino Responsable
- Municipio de Guayaquil

### Presupuesto:

Concepto	Costo (USD)
Comunicación y promoción	\$4,000.00

Total **Guayagua** 3: \$2,550

## Presupuesto Global del Corredor

Estrategia 1: \$5,810

Estrategia 2: \$22,800

Estrategia 3: \$2,550

TOTAL GENERAL: \$31,160