



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC
FACULTAD DE ESTUDIOS GLOBALES Y HOSPITALIDAD

TÍTULO DEL TRABAJO:

Evaluación de la Gestión y Desarrollo del Turismo Urbano del Malecón de Guayaquil, en el periodo 2012-2022.

LINEA DE INVESTIGACION:

Turismo, Hospitalidad y Patrimonio.

MODALIDAD DE TITULACION:

Proyecto de Investigación

CARRERA:

Licenciatura en Planificación Turística.

TITULO A OBTENER:

Licenciatura en Planificación Turística

Autor:

Daniel Isaac González Mejía

TUTOR:

Mgtr. Cesar Santana Moncayo

Samborondón-Ecuador

2022

DEDICATORIA

La tesis va dedicada a:

A mi padre por su constante apoyo y consejos en este proceso. A mi madre que es una persona fundamental para el desarrollo de mi vida. A mis hermanos por sus consejos.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres y hermanos que siempre estuvieron en todos los momentos de mi vida ayudándome en lo que necesitaba, como también brindándome consejos incondicionalmente.

A los docentes de la Universidad Tecnológica Ecotec, en especial a los docentes de la Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad que brindaron todos sus conocimientos con las que pude usar como herramientas en mis estudios.

CERTIFICADOS

ANEXO N° 14

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Samborondón, 13 de octubre de 2023

Magíster
Ana María Gallardo Cornejo, Mgtr
Decano(a) de la Facultad
Estudios Globales y Hospitalidad
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: "Evaluación de la Gestión y Desarrollo del Turismo Urbano del Malecón de Guayaquil, en el periodo 2012-2022" según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: GONZÁLEZ MEJÍA DANIEL ISAAC para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,



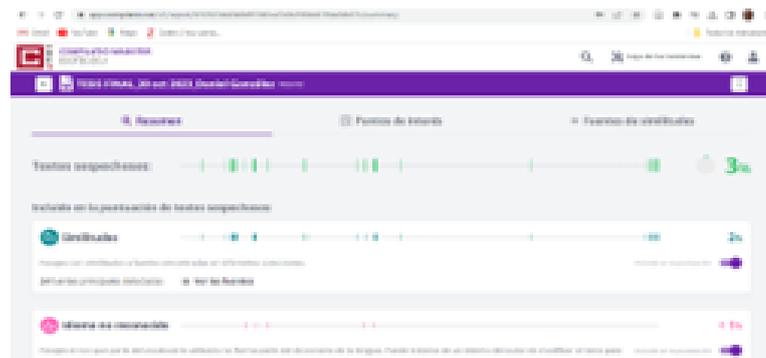
César Santana-Moncayo, Mgtr.

Tutor

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado CESAR AUGUSTO SANTANA MONCAYO, tutor del trabajo de titulación "Evaluación de la Gestión y Desarrollo del Turismo Urbano del Malecón de Guayaquil, en el periodo 2012-2022" elaborado por DANIEL ISACC GONZALEZ MEJIA con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 3 (%) mismo que se puede verificar en el siguiente link: <https://app.compile.net/v5/report/8f10923d42b8d91940ca7b0b3884d4194a54b07.org/summary>. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



FIRMA DEL TUTOR
CÉSAR AUGUSTO SANTANA MONCAYO

RESUMEN

Este tema de investigación trata de la evaluación acerca de la gestión y el desarrollo del turismo urbano en el periodo del 2012-2022 en el Malecón de Guayaquil, que va a permitir identificar falencias y puntos a mejorar. Generando datos confiables que permita mejorar este sector para así tener un incremento de turistas y beneficios económicos en la comunidad local sin perder el cuidado de sus patrimonios culturales. Se utilizaron diferentes herramientas como estudios y documentos científicos que permitieron tener información verificada y mucha más amplia. Por ende, el tipo de investigación que se utilizó exploratorio-descriptivos, ya que se busca el resultado de las gestiones del turismo urbano de al menos 10 años, mientras que se planean nuevas soluciones o enfoques para el desarrollo de este tipo de turismo, con base a los conceptos y variables identificados.

Palabras claves: Evaluación, Gestión y desarrollo turístico, Guayaquil, Malecón 2000, Turismo urbano

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	6
ÍNDICE DE CONTENIDO	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	10
ÍNDICE DE ANEXOS	10
INTRODUCCIÓN	11
Contexto Histórico Social del objeto de estudio	12
Antecedentes	15
Planteamiento del problema científico	16
Pregunta de investigación	17
Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos	18
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	18
1.1. Turismo urbano definición y elementos	19
1.1.1. 21	
1.1.2. 22	
1.2. El Malecón 2000 de Guayaquil	24
1.2.1. Historia y Evolución del Malecón 2000 como destino turístico	25
1.2.2. Descripción de las atracciones y servicios disponibles en el Malecón.	27
1.2.3. Impacto del Malecón en la economía y en la imagen de la ciudad.	28
1.2.4. Relación entre el desarrollo turístico y el turismo urbano.	31
1.3. Gestión Turística	33
1.4. Desarrollo Turístico	35
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	36
2.1. Enfoque de investigación.	36
2.1.1. Tipo de Investigación.	36

2.2. Período y lugar donde se desarrolla la investigación.	37
2.3. Universo y muestra de la investigación.	37
2.3.1. Muestra.	37
2.4. Métodos Empleados	38
2.4.1. Métodos Empíricos.	38
2.4.2. Métodos Estadísticos.	39
2.4.3. Definición y comportamiento de las principales variables incluidas en el estudio.	39
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
3.1. Presentación de resultados de encuesta	45
3.2. Presentación de resultados de encuesta	55
3.3. Discusión de resultados de encuesta	61
3.4. Presentación de entrevistas a personas vinculadas con la actividad turística en Malecón 2000.	63
3.5. Análisis de la entrevista	68
CAPÍTULO 4: PROPUESTA	79
4.1. Título de la propuesta.	79
4.2. Justificación de la propuesta.	79
4.3. Objetivo general de la propuesta.	79
4.3.1. Objetivos específicos.	79
4.3.2. Presentación del plan de gestión y desarrollo turístico.	80
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
ANEXOS	87
Referencias Bibliográficas	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	44
Tabla 2. Rango de edad	45
Tabla 3. Género	46
Tabla 4. Nacionalidad de visitante	46
Tabla 5. Califica su experiencia en el Malecón 2000	47
Tabla 6. Veces que ha visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses	48
Tabla 7. Tipo de actividad realizó principalmente en su última visita al Malecón 2000	49
Tabla 8. Aporte a ciudad del Malecón 2000	50
Tabla 9. Aspecto para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano	51
Tabla 10. Factor que influyó en el éxito del Malecón 2000	52
Tabla 11. Oportunidad y potencialidad que presenta la Malecón 2000	53
Tabla 12. Amenaza y riesgo que enfrenta Malecón 2000	54
Tabla 13. Indicadores de evaluación de la gestión turística	69
Tabla 14. Indicadores de evaluación de desarrollo turístico	69
Tabla 15. Indicadores de evaluación de gestión turística	72
Tabla 16. Calificación de componentes de gestión turística	73
Tabla 17. Indicadores de evaluación de desarrollo turístico	75
Tabla 18. Calificación de componentes de desarrollo turístico	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Rango de edad. Elaborado: González (2023)	45
Gráfico 2. Género. Elaborado: González (2023)	46
Gráfico 3. Nacionalidad de visitante. Elaborado: González (2023)	47
Gráfico 4. Califica su experiencia en el Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	48
Gráfico 5. Veces que ha visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses.	49
Gráfico 6. Tipo de actividad realizó principalmente en su última visita al Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	50
Gráfico 7. Aporte a ciudad del Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	51
Gráfico 8. Aspecto para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano.	52
Gráfico 9. Factor que influyó en el éxito del Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	53
Gráfico 10. Oportunidad y potencialidad al Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	54
Gráfico 11. Amenaza y riesgo que enfrenta Malecón 2000. Elaborado: González (2023)	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación de estructuras	19
Figura 2. Hemiciclo de “La Rotonda”.	91
Figura 3. Palacio de Cristal.	91
Figura 4. Monumento a José J. de Olmedo.	92
Figura 5. Encuesta en Malecón 2000.	92
Figura 6. Encuesta en Malecón 2000.	92
Figura 7. Encuesta en Malecón 2000.	93

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de preguntas para encuesta dirigida a visitantes	87
Anexo 2. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA DIRIGIDA A MIEMBROS DEL SECTOR TURÍSTICO DE GUAYAQUIL	90
Anexo 3. Fotos	91

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo urbano se ha convertido en un fenómeno global, convirtiendo a las ciudades en destinos atractivos para turistas de todo el mundo. La gestión y el desarrollo del turismo urbano es esencial para el crecimiento económico, la protección del patrimonio cultural y la mejora de la calidad de vida en las ciudades. En este contexto, el Malecón de Guayaquil, Ecuador, se convierte en un ejemplo simbólico de regeneración urbana y en el foco de investigadores y profesionales del turismo. Este estudio proporciona una evaluación en profundidad de la gestión y desarrollo del turismo urbano en el Malecón de Guayaquil, explorando su novedad, relevancia y el impacto social y económico que genera.

El estudio de la gestión y desarrollo del turismo urbano en el Malecón de Guayaquil es un estudio con implicaciones de gran alcance para el turismo y la planificación urbana. Lo nuevo es la creciente importancia de las áreas urbanas como destinos turísticos, impulsada por la urbanización acelerada y la búsqueda de experiencias culturales y sociales por parte de los viajeros. En este contexto, cobra fama el Malecón 2000 de Guayaquil que ha sufrido importantes transformaciones desde su construcción en 1999.

La actualidad del tema se refleja en el constante flujo de turistas locales y extranjeros que visitan el Malecón de Guayaquil, quieren recorrer sus lugares de interés, disfrutar de su gastronomía y participar en eventos culturales y deportivos. La gestión eficaz de este flujo turístico es esencial para maximizar los beneficios económicos y minimizar los impactos negativos, lo que destaca la urgente necesidad de evaluar la gestión y el desarrollo del turismo en la región.

La relevancia de este estudio se basa en el continuo crecimiento del turismo en Guayaquil y el impacto positivo del Malecón 2000 en la imagen y la economía de la ciudad. Evaluar la gestión y el desarrollo del turismo urbano en este sector turístico icónico no sólo es necesario sino esencial para garantizar la distribución equitativa de los beneficios del turismo y mantener la sostenibilidad del destino.

Además, para identificar oportunidades de mejora y maximizar la contribución del Malecón 2000 al desarrollo económico de la ciudad y sus alrededores.

Desde un punto de vista social, el turismo urbano incide directamente en la calidad de vida de los residentes locales. La evaluación de la gestión turística es esencial para reducir posibles conflictos entre los ciudadanos locales y los turistas y para garantizar que el turismo se convierta en una fuerza positiva en la vida cotidiana de los residentes alrededor del Malecón.

El impacto social del turismo urbano en el Malecón 2000 se refleja en varios aspectos. Preservar y promover la cultura local atrae la atención de los visitantes hacia el rico patrimonio cultural de la ciudad, enriqueciendo el sentido de identidad y el orgullo cívico de la comunidad. Sin embargo, una gestión adecuada es esencial para garantizar que esta interacción cultural sea respetuosa y mutuamente beneficiosa.

La evaluación de la gestión del turismo urbano es fundamental para identificar oportunidades de crecimiento económico y diversificación de los productos turísticos, maximizando así su contribución al desarrollo económico de las ciudades.

Contexto Histórico Social del objeto de estudio

A finales del siglo XX, Guayaquil, la ciudad más grande y económicamente más dinámica del Ecuador, enfrentaba una serie de desafíos urbanos y sociales. La transformación industrial y el crecimiento demográfico han dejado su huella en la ciudad, con riberas abandonadas y un río infrautilizado. El río Guayas, que históricamente ha sido el motor de la economía de la ciudad, ha perdido su vitalidad como centro de actividad económica y recreativa. Por lo tanto, existe la necesidad de revitalizar el barrio y brindar a los guayaquileños un espacio público de calidad.

Fue en este contexto que nació el ambicioso proyecto Malecón 2000. El día de la inauguración, el 30 de julio de 1999, marcó un hito importante en la historia de la ciudad. Malecón 2000 representa un enfoque visionario para revitalizar la vida urbana y ribereña en Guayaquil. La idea detrás del proyecto no es sólo crear un espacio de entretenimiento sino también preservar y promover el patrimonio cultural de la ciudad (Añazco, 2020).

El proyecto Malecón 2000 fue concebido como una respuesta a los desafíos urbanísticos y sociales de la época. Buscaban integrar historia, cultura y modernidad en un solo espacio. El objetivo no era sólo proporcionar un lugar de entretenimiento y comercio sino también restaurar el orgullo y la identidad de los guayaquileños en la ciudad y su historia.

El Malecón 2000 de Guayaquil se extiende aproximadamente 2,5 km desde las orillas del río Guayas, cubriendo un área previamente no desarrollada. Este espacio se ha convertido en un auténtico pulmón de la ciudad y un punto de encuentro para personas de todas las edades e intereses (website, 2019).

Uno de los aspectos más destacados del Malecón 2000 es la ruta panorámica a lo largo de las orillas del río Guayas. Los visitantes pueden disfrutar de unas vistas panorámicas excepcionales del río, con el majestuoso Cerro Santa Ana al otro lado. Este tramo de carretera es un lugar popular para pasear y disfrutar de la brisa del mar.

A lo largo del Malecón encontrará muchas tiendas, boutiques, restaurantes y cafeterías que ofrecen una variedad de opciones para comer y hacer compras. Desde boutiques de moda hasta tiendas de souvenirs, Malecón 2000 es un excelente lugar para comprar souvenirs o disfrutar de una deliciosa comida con vistas al río.

El Malecón alberga muchos espacios culturales que enriquecen las experiencias de los visitantes. El Museo de Antropología y Arte Contemporáneo (MAAC) es un ejemplo notable. Este museo no sólo alberga colecciones impresionantes, sino que también alberga exposiciones temporales y eventos culturales que brindan a los visitantes una visión más profunda de la cultura ecuatoriana y mundial.

Malecón 2000 está meticulosamente diseñado con espacios verdes, jardín y área de entretenimiento al aire libre. Aquí, las familias podrán pasar un rato divertido mientras los niños se divierten en el parque infantil. Además, existen plazas y bancos para descansar y disfrutar de la tranquilidad del entorno.

A lo largo del camino, los visitantes descubrirán monumentos y esculturas que rinden homenaje a personajes históricos y elementos culturales de la ciudad.

El Anfiteatro Malecón 2000 es un espacio de usos múltiples que alberga eventos culturales, conciertos y presentaciones. Su ubicación a orillas del río lo convierte en el lugar ideal para disfrutar de espectáculos al aire libre bajo el cielo estrellado de Guayaquil.

Malecón 2000 está conectado con Puerto Santa Ana, una moderna zona residencial y comercial que suma oferta gastronómica y de entretenimiento.

Uno de los hitos más emblemáticos del Malecón 2000 es el Faro de Guayaquil, una estructura icónica que ofrece vistas panorámicas desde su mirador en la cima.

Para aquellos que buscan aventuras acuáticas, el Malecón ofrece opciones de alquiler de kayaks y embarcaciones, lo que permite a los visitantes explorar el río Guayas desde una perspectiva diferente (Fundación MALECÓN, 2019).

Malecón 2000 es sede de muchos eventos especiales durante todo el año, desde festivales culturales y celebraciones patrióticas hasta actividades deportivas y ferias culinarias. Estos eventos añaden dinamismo y variedad a la experiencia del Malecón.

Lo que hace verdaderamente especial al Malecón 2000 es su capacidad para combinar hábilmente la herencia cultural de Guayaquil con la modernidad. Los edificios históricos cuidadosamente restaurados y los elementos culturales preservados, como esculturas y monumentos, demuestran un compromiso con la historia de la ciudad. Al mismo tiempo, la combinación de elementos contemporáneos y comerciales le confiere una atmósfera moderna y vibrante.

“Malecón 2000 tuvo un profundo impacto en la comunidad local y el turismo en Guayaquil” (Navas, MALECÓN 2000 El inicio de la regeneración urbana en Guayaquil: Un Enfoque Proyectual, 2022). Ha contribuido significativamente al crecimiento económico y la creación de empleo en la ciudad, y se ha convertido

en un lugar de encuentro para personas de todas las edades y orígenes. Guayaquileños y visitantes disfrutan de un ambiente único que combina la belleza natural del río con diversa oferta cultural y comercial.

En definitiva, el Malecón 2000 de Guayaquil es un espacio que combina historia, cultura, comercio y entretenimiento. Transforma el paseo marítimo de la ciudad en un vibrante lugar de encuentro y un importante destino turístico. Este proyecto ha logrado lo que pocos otros proyectos han podido hacer preservar el pasado abrazando el futuro y se ha convertido en un símbolo del renacimiento de Guayaquil en el siglo XXI.

Antecedentes

El propósito de estos antecedentes de investigación es ubicar el presente estudio en el contexto de investigaciones, teorías y hallazgos; se identificó trabajos previos relevantes, que justifican la necesidad del presente estudio.

La revisión de antecedentes no sólo respaldó la credibilidad y relevancia del estudio, sino que también orientó la pregunta de investigación, el desarrollo de la pregunta de investigación y la elección de los métodos de investigación.

De acuerdo a Galeas y Pulley (2021) en su tesis de grado “Modelo de gestión para el uso adecuado del espacio turístico del Malecón 2000”, definen como objetivo general de investigación efectuar un modelo de gestión para el empleo adecuado del espacio turístico del Malecón 2000. Concluyen que una optimización del empleo del espacio turístico bajo un modelo de gestión permitirá la diversificación de sus espacios y atractivos, a través de estrategias que aporten con estrategias que aporten a la sostenibilidad del atractivo, para así alcanzar un mejor manejo de turismo sostenible, teniendo como meta la satisfacción de las necesidades y tendencias de la demanda del mercado turístico (competitivo o potencial).

Según Ayón y Guaranda (2023) en su proyecto de investigación “Modelo de gestión para contribuir al desarrollo turístico en la playa de Tarqui del cantón Manta”, cuyo objetivo general de investigación fue la estructuración de un modelo de gestión que permita aportar al desarrollo turístico en la playa de Tarqui del cantón Manta. Concluyen que la aplicación de un modelo de gestión por

Gonzalez y Rivas donde se considere a los actores involucrados en la conformación del modelo de gestión. Se establecen tres fases para el desarrollo del diagnóstico situacional extendido, la gestión turística enmarcada en la demanda y la oferta del sitio, así como la comercialización y de un plan estratégico a tener en cuenta por las entidades rectoras de la parroquia.

Indican Del Pezo y Linzán (2021) en su ensayo “Turismo urbano: una opción para el desarrollo turístico en la cabecera cantonal de Santa Elena basado en aplicaciones móviles”, cuyo objetivo general fue el análisis del desarrollo del turismo urbano de la cabecera cantonal de Santa Elena mediante aplicaciones móviles. Concluyen que las autoridades a cargo del turismo del cantón deben de incluir en este tipo de proyectos la tecnología debido a que la población se apoya en ésta para cualquier necesidad que resolver en torno a situaciones como dónde encontrar un hotel, restaurant, de cómo llegar a un sitio, etc. Lo que se conoce hasta ahora es que el Malecón ha sido un atractivo turístico importante de la ciudad que ha tenido cambios para su mejora a través de los años. Por lo tanto, hay que evaluar estos cambios y mejoras para determinar el desarrollo que ha tenido y así mantenerse competitivo ante otros destinos y mantener su sostenibilidad con el pasar del tiempo.

Planteamiento del problema científico

A medida que el Malecón 2000 de Guayaquil se ha convertido en un atractivo destino turístico urbano, la necesidad de evaluar su gestión y desarrollo se ha vuelto esencial para asegurar su sostenibilidad y mejora continua. A pesar de los avances significativos en la transformación, persisten desafíos con respecto a la efectividad de las estrategias de gestión y cómo maximizar el potencial del recurso turístico.

Aunque se han implementado estrategias de gestión y desarrollo y se han logrado avances significativos en la promoción y protección del patrimonio cultural, aún quedan cuestiones clave que requieren atención y evaluación. El planteamiento del problema se centra en la siguiente área clave:

El Malecón 2000 de Guayaquil se ha consolidado como un destino turístico destacado, por lo que es muy importante valorar plenamente la experiencia que ofrece a sus visitantes. Esto incluye aspectos como

la satisfacción de los visitantes, la accesibilidad, la variedad de eventos, la seguridad y la autenticidad cultural (Jácome, 2020).

En este contexto, surge la siguiente pregunta problemática a ser comprobada en el desarrollo del estudio:

Pregunta de investigación

¿Cómo se ha evaluado el desarrollo y gestión del turismo urbano el Malecón 2012-2022, y cuáles son las áreas que se pueden mejorar para potenciar el turismo de la ciudad?

Un enfoque ampliado de la problemática y variables permite un análisis más amplio de la gestión y desarrollo del turismo urbano en el Malecón 2000 de Guayaquil. Estos aspectos son esenciales para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de este importante destino turístico y su contribución al crecimiento económico y la calidad de vida de las comunidades locales.

La falta de datos confiables acerca de todos los cambios que ha tenido Malecón específicamente entre 2012-2022, genera un gran problema en la comprensión sobre este sitio turístico. Ocasionando desinformación o la toma de malas decisiones por parte de las autoridades competentes, municipios, comunidad local.

Por ende, lo que se necesita actualmente es una evaluación acerca de la gestión y el desarrollo del turismo urbano en ese período para poder tener un conocimiento mucho más amplio del mejoramiento turístico en el Malecón que permita identificar falencias y puntos a mejorar.

Objetivos

Se planteó los siguientes objetivos de investigación para este estudio.

Objetivo general

Evaluar la gestión y desarrollo del turismo urbano del Malecón 2000 de Guayaquil entre el 2012 y 2022, para generar nuevas estrategias que impulsen su gestión y desarrollo turístico sostenible.

Objetivos específicos

- Describir el desarrollo del Malecón 2000 como un sitio de interés turístico para los visitantes nacionales y extranjeros.
- Evaluar los componentes de la gestión y desarrollo turístico en el Malecón 2000 en el periodo 2012-2022
- Generar una propuesta para mejorar la gestión y desarrollo turístico del Malecón 2000.

Los resultados esperados son el incremento en la cantidad de turistas que se recibe y generar un impacto positivo a nivel económico sin perder el cuidado de sus patrimonios culturales.

Se lo va hacer mediante estudios y análisis utilizando diferentes herramientas como biblioteca, documentos y archivos gubernamentales, interacción con la comunidad, entrevistas.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

En este marco teórico, se consideró las principales teorías y conceptos relacionados con la gestión turística y el desarrollo del turismo urbano en el Malecón 2000 de Guayaquil.

El turismo urbano ha tenido un crecimiento muy importante, poniéndolo cada vez en exposición con mayor notoriedad ante el mundo, como una fuente de ingreso y de desarrollo para las distintas ciudades del mundo. El Malecón 2000 de Guayaquil, un sitio de mucha importancia para la ciudad y el país en general ha

sido parte de cambios tanto en su gestión como en su desarrollo durante los años 2012-2022. Para poder analizar y entender todo el proceso que ocurrió en ese periodo se necesita de definiciones y conceptos vinculados con la temática de estudio.

1.1. Turismo urbano definición y elementos

El turismo urbano es un tipo específico de actividad turística, que se caracteriza principalmente por las zonas urbanas, las ciudades y sus alrededores. "El turismo urbano se desarrolla resaltando atracciones y paisajes que los turistas deben conocer" (Judd, 2003). Otras características son que los turistas visitan porque quieren aprender sobre la cultura, la historia y el comercio que reflejan o indican la naturaleza y originalidad del lugar que visitan.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), (2021) el turismo urbano es:

La actividad turística que se realiza en el espacio urbano se caracteriza por una economía no agrícola basada en la administración, la producción, el comercio y los servicios y constituye centros de transporte. Los destinos de la ciudad ofrecen una amplia y diversa gama de experiencias culturales, arquitectónicas, tecnológicas, sociales y naturales, así como ofertas de ocio y negocios.

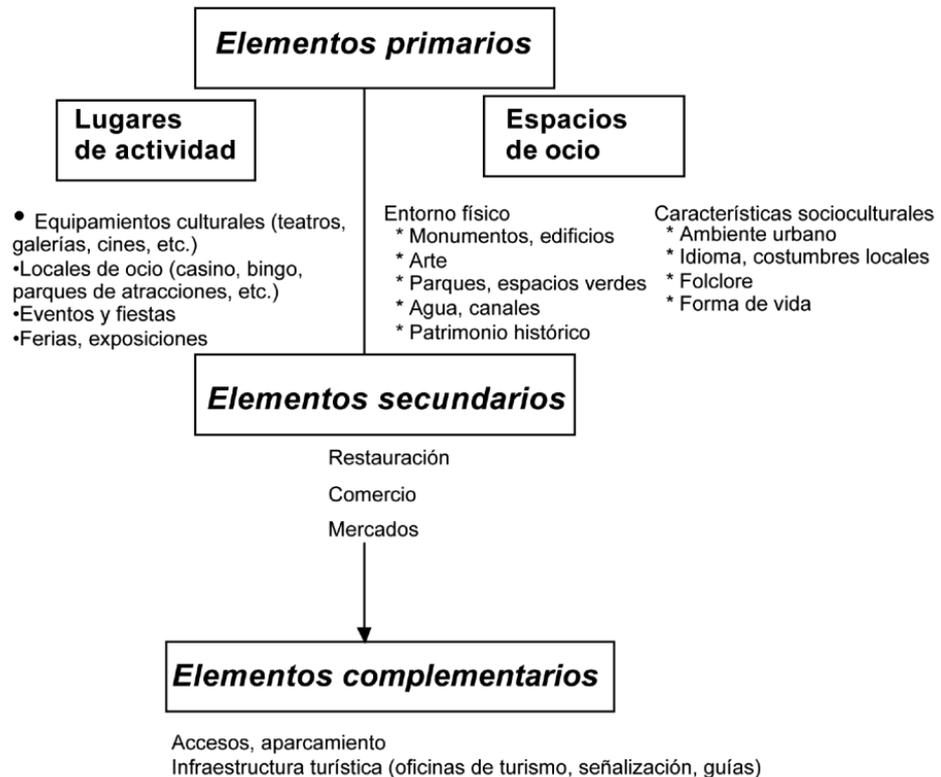
El turismo urbano puede representar una fuerza motora del desarrollo de muchas ciudades y países y contribuir al progreso de la Nueva Agenda Urbana y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, "en particular el objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles" (Agenda de Desarrollo Sostenible, 2015). El turismo está intrínsecamente vinculado al modo en que se desarrolla una ciudad y ofrece más y mejores condiciones de vida a sus residentes y visitantes.

Los atractivos y actividades que se pueden realizar en una determinada zona son el aspecto más destacado y pueden servir como imagen para atraer turistas.

En el libro "Ciudad efímera, cambiando el turismo urbano mediante la organización de eventos", se puede encontrar que los elementos que resaltan el turismo se pueden dividir en tres partes: elementos

primarios, elementos secundarios y elementos complementarios. (Gonzalez & Morales, 2009, 33-34).

Figura 1. Clasificación de estructuras



Nota. fuente Jansen Verbeke 1986

En la figura 1 se puede observar cómo están divididos los elementos acordes a sus características. En las primarias se encuentran los lugares en donde se podrían realizar o ya se encuentran las actividades turísticas, por ejemplo: casinos, cines y también espacio que permitan realizar eventos culturales o festividades. En las secundarias se encuentran los servicios que ofrece la zona, diferentes tipos de comercio y locales que crea curiosidad en las personas por transitar esa zona. En las complementarias se encuentran las distintas instalaciones turísticas que permiten la comodidad y facilidades como pueden ser hospedajes o sitios que brinden información.

Lo que busca el turista urbano en un sitio que visita es:

Redes de transporte eficientes y atractivas promueven una buena movilidad y un fácil acceso a la información.

Una ciudad increíble: rica en patrimonio, gastronomía y repleta de eventos culturales, conferencias y más.

La ciudad que aleje de la vida cotidiana y te brinda la oportunidad de experimentar nuevos lugares y emociones.

Los turistas urbanos eligen el que tiene la mejor relación calidad-precio.

Los visitantes necesitan sentirse "locales" para sumergirse profundamente.

No sólo quieren conocer la ciudad, sino también los destinos vecinos: por eso es importante difundir espacios turísticos y ofrecer experiencias. (Online, 2021).

1.1.1. Importancia del turismo urbano en el país e internacional

El turismo urbano juega un papel importante a nivel global y nacional debido a su impacto en la economía, la cultura y el desarrollo. A nivel internacional, esto afecta a la economía, ya que puede crear nuevos puestos de trabajo y también nuevas oportunidades de negocio. Las ciudades son imanes turísticos, lo que significa que si hay una afluencia de turistas, se reflejará en la economía nacional.

“El turismo urbano se ha vuelto un elemento estratégico en la planificación y gestión de las ciudades”. (ONU, 2021). El turismo urbano se ha vuelto estratégico para las ciudades debido a su capacidad para generar ingresos, impulsar el desarrollo económico y cultural, promover la diversificación, fomentar la interculturalidad, preservar el patrimonio, y aumentar la visibilidad internacional de las ciudades.

El turismo urbano tiene gran importancia a nivel nacional e internacional debido a los siguientes aspectos claves:

A nivel nacional:

Contribución económica: El turismo urbano genera ingresos significativos a nivel nacional, impulsando las economías locales a medida que los visitantes gastan en alojamiento, comidas, transporte y entretenimiento.

Empleo: Crear oportunidades de empleo en diversos ámbitos como la hostelería, la restauración, el transporte y la cultura.

Desarrollo de infraestructura: La afluencia de turistas a menudo fomenta la inversión en la mejora de carreteras, transporte y espacios públicos.

Diversificación económica: el turismo urbano puede diversificar las economías regionales al reducir la dependencia de industrias tradicionales como la industria pesada (Hostelería, 2023).

A nivel internacional:

Intercambio cultural: El turismo urbano promueve el intercambio cultural y promueve la tolerancia y el entendimiento global al atraer turistas de diferentes países y culturas.

Mejorar la imagen del país: Las ciudades con atractivo turístico urbano pueden ayudar a mejorar la imagen positiva del país en el exterior y atraer más turistas e inversión extranjera.

Preservación del patrimonio cultural: el turismo urbano a menudo contribuye a la preservación y restauración de monumentos y sitios históricos, preservando así el patrimonio cultural. Competitividad global: Las ciudades a las que les va bien en turismo urbano pueden mejorar su competitividad internacional atrayendo inversiones y eventos internacionales (Rausell Köster, 2020).

En resumen, el turismo urbano proporciona beneficios económicos, culturales y sociales tanto a nivel nacional como internacional, convirtiéndolo en un elemento estratégico en la planificación y gestión urbana y nacional.

1.1.2. Evolución del turismo urbano en América Latina y Ecuador

El turismo de la ciudad se ha expandido hacia América Latina y Ecuador y ha experimentado cambios significativos a lo largo de los años. Gracias al turismo

urbano, las ciudades se están convirtiendo en destinos turísticos internacionales. El crecimiento continuo es evidente gracias a varios tipos de atracciones: culturales, históricas. Otro factor es la variedad de ofertas que brindan nuevas experiencias culturales, gastronómicas, festivas y experiencias de entretenimiento. La tecnología ayuda a los visitantes a percibir e interactuar con la ciudad; aplicaciones, mapas y acceso a Internet hacen que la experiencia sea más placentera. El turismo urbano también forma parte de la responsabilidad social. Tomando a Medellín, Colombia como ejemplo, ha promovido la transformación social y la revitalización urbana a través del turismo urbano.

En Ecuador, el mayor crecimiento del turismo urbano se da en Quito y Guayaquil. Este desarrollo está vinculado a la inversión en actividades de promoción, infraestructura turística y preservación del patrimonio cultural.

El turismo urbano en América Latina ha evolucionado por:

Crecimiento continuo: El turismo urbano en América Latina ha seguido creciendo en las últimas décadas. Ciudades como Ciudad de México, Buenos Aires, Sao Paulo, Río de Janeiro y Bogotá se han convertido en destinos populares para turistas nacionales e internacionales. Diversificación de productos: las ciudades latinoamericanas cuentan con una variedad de productos turísticos que promueven no sólo sus sitios culturales e históricos, sino también su entorno natural, su gastronomía y sus eventos culturales.

Inversión en infraestructura: Muchas ciudades están invirtiendo en mejorar la infraestructura turística, incluidos aeropuertos, transporte público y servicios de alojamiento, para satisfacer la creciente demanda turística.

Sostenibilidad: La sostenibilidad se ha convertido en un foco importante del turismo urbano en América Latina en un esfuerzo por proteger el patrimonio cultural y natural y reducir el impacto ambiental. (Hospitality, 2019).

En Ecuador el turismo urbano se está desarrollando gracias a:

Crecimiento del turismo: El turismo urbano en Ecuador está creciendo constantemente, con ciudades como la capital Quito y Guayaquil que atraen turistas con su rica historia, cultura y belleza natural.

Patrimonio Cultural: La UNESCO ha reconocido a la ciudad de Quito como Patrimonio de la Humanidad, promoviendo el turismo cultural y arquitectónico en la región. Turismo sostenible: Ecuador promueve el turismo sostenible y la conservación de la diversidad natural, atrayendo amantes de la naturaleza y buscadores de aventuras a lugares como las Islas Galápagos y el Amazonas.

Inversión en infraestructura: El gobierno ecuatoriano invierte para mejorar la infraestructura turística, incluido el aeropuerto y la carretera, para facilitar el acceso a los destinos turísticos. Promoción internacional: Ecuador realiza actividades de promoción internacional para atraer turistas de todo el mundo y resaltar su diversidad geográfica y cultural (Quito, 2021)

1.2. El Malecón 2000 de Guayaquil

En un entorno urbano, un malecón o paseo marítimo es más que un simple terreno u hormigón cerca de una masa de agua. “Es un elemento icónico y multifuncional que es crucial para el carácter y el atractivo de la ciudad” (Malecón 2000, 2019). Tradicionalmente situadas a orillas de ríos, lagos, océanos o canales, las pasarelas se han convertido en lugares emblemáticos donde se encuentran la cultura, la historia y la vida cotidiana.

Esta zona del río suele albergar una variedad de actividades y servicios, el malecón será un lugar de encuentro para locales y turistas, ofreciendo vistas panorámicas, eventos culturales y rica gastronomía. En definitiva, el malecón es un reflejo de la vida de la ciudad, un lugar donde se encuentran historia, cultura y sociedad, atrayendo a personas de diferentes edades e intereses.

1.2.1. Historia y Evolución del Malecón 2000 como destino turístico

El nacimiento del Malecón en el año 2000 marcó un capítulo importante en su historia y desarrollo como destino turístico. A finales del siglo XX, Guayaquil enfrentó una encrucijada cuando la ciudad intentó revitalizar su distrito ribereño, descuidado y subutilizado durante mucho tiempo. La zona que se extiende a lo largo de las orillas del río Guayas es una parte importante de la imagen de la ciudad, pero ha perdido gran parte de su atractivo debido al deterioro y la falta de desarrollo.

La visión de transformar esta zona costera se convirtió en una iniciativa importante para las autoridades y líderes locales. El proyecto Malecón 2000 nació del deseo de crear un lugar que fuera más que un simple carril a lo largo del río; fue una expresión de la identidad y el potencial de Guayaquil.

El proceso de construcción y desarrollo del Malecón 2000 en Guayaquil se desarrolló en varias fases a lo largo de los años. Estas etapas representan la transformación gradual de zonas costeras desatendidas en destinos turísticos y culturales dinámicos. Las principales fases constructivas del Malecón 2000 se describen a continuación:

1. Fase Inicial (1999-2000): Esta fase marcó el inicio del proyecto y se centró en la construcción de infraestructura de pasarelas. Se han construido amplios malecones a lo largo del río Guayas, ofreciendo a los visitantes una vista panorámica del río y del horizonte de la ciudad. Además, se dispusieron jardines y se plantaron árboles, lo que ayudó a mejorar el aspecto físico de la zona.

2. Ampliación y atractivos (2001-2004): Durante esta fase, el Malecón 2000 se amplió para incluir diversos atractivos y servicios. Se han construido famosos restaurantes que ofrecen una variedad de cocina local e internacional. Además, se crearon comercios, zonas de entretenimiento y espacios culturales. Destacan en esta fase la inauguración del Museo de Antropología y Arte Contemporáneo (MAAC) y el Museo Nahim Isaías.

3. Desarrollo Cultural (2005-2007): En esta fase se ve un énfasis creciente en la promoción y protección del patrimonio cultural de Guayaquil. Se agregaron varios espacios culturales, incluido el Museo de Música Popular y el Malecón del Salado.

4. Expansión y sostenibilidad (desde 2008): El desarrollo de Malecón 2000 continúa con un enfoque renovado en la sostenibilidad y la protección del medio ambiente natural. Se implementan prácticas ecológicas como el manejo de residuos y la conservación de los recursos naturales.

5. Mejoras continuas: A lo largo de los años, el Malecón 2000 ha sido mejorado y ampliado continuamente para mantener su atractivo y calidad. El Malecón alberga varios museos importantes, entre ellos el Museo de Antropología y Arte Contemporáneo, el Museo Nahim Isaías y el Museo de Música Popular. Estos espacios culturales permiten a los visitantes explorar la rica historia y creatividad de la ciudad, agregando una dimensión educativa y cultural al Malecón (Pérez, 2019).

El programa Malecón 2000 en Guayaquil, Ecuador, fue desarrollado e impulsado por el entonces alcalde de la ciudad, León Febres-Cordero Ribadeneira, que fue un influyente político ecuatoriano que sirvió en varias ocasiones como alcalde de Guayaquil, y su liderazgo fue fundamental en la planificación y ejecución de la revitalización del Malecón en 2000. La visión de León Febres-Cordero para el proyecto Malecón 2000 apuntó a transformar el desgastado y descuidado paseo marítimo de Guayaquil en un lugar vibrante y atractivo para el público y los visitantes.

Su visión incluyó la creación de un lugar que celebre la historia, la cultura y el potencial de Guayaquil y brinde áreas de entretenimiento, espacios gastronómicos y culturales. Gracias a su liderazgo y apoyo público, el proyecto Malecón 2000 se hizo realidad y dejó un legado duradero para la ciudad. Esta icónica zona costera contribuye significativamente al desarrollo turístico, cultural y económico de Guayaquil y sirve como lugar de encuentro para locales y visitantes que desean disfrutar de su belleza, historia y entretenimiento.

El diseño del Malecón 2000 en Guayaquil, su cambio tenía que ser radical para que llamara la atención y así fue. El antiguo Paseo de Las Colonias, calle de La Orilla, o malecón Simón Bolívar, dejó de ser la discreta infraestructura para convertirse en un sitio amplio, luminoso y moderno (Santos T. , 2000).

La Universidad de Oxford Brookes de Inglaterra realizó del anteproyecto del nuevo malecón que el banco La Previsora entregó a la municipalidad de Guayaquil. Para desarrollar el Malecón 2000 se unió el talento de profesionales de Ecuador, Argentina, Perú e Inglaterra.

1.2.2. Descripción de las atracciones y servicios disponibles en el Malecón.

El Malecón de Guayaquil ofrece un sin número de atracciones que pueden ser disfrutados por sus visitantes:

- **Centro Comercial Malecón 2000:** Centro Comercial en el Malecón que posee tiendas de: ropa, calzados, comida, salud, tecnología
- **Área de juegos infantiles y ejercicios:** espacio gratuito el cual permite su uso para los niños y para las personas que desean ejercitarse mediante máquinas instaladas.
- **Plaza del Vagón:** zona el cual permite la libre caminata entre las personas, contando con áreas de descanso y distinto tipo de locales a su alrededor. Aquí se encuentra un vagón de los ferrocarriles ecuatorianos adaptado para permitir el ingreso y tomarse fotos.
- **Fuente del Malecón:** sitio donde se encuentran instaladas las fuentes con un juego de luces que emite un espectáculo al espectador.

- **Cine Malecón:** Cine que lleva operando más de 14 años, contando con mejoras en su sistema de audio y visuales.
- **Palacio de Cristal:** También conocido como mercado sur, edificación construida a base de acero y cristal, y que actualmente presta sus espacios para distintos eventos.
- **Torre del Reloj:** O Torre Morisca. Esta joya arquitectónica de Guayaquil data de 1931. Sitio donde se encuentra el primer reloj de la ciudad.
- **Plaza Olmedo:** monumento dedicado a José Joaquín de Olmedo, quien fuere el primer alcalde de Guayaquil y el precursor de la Revolución del 9 de Octubre de 1820.
- **Museos:** En el Malecón se encuentra el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo, y el Museo en Miniatura "Guayaquil en la Historia" que se distingue por su enfoque en representar el desarrollo de Guayaquil a través de estatuillas de tamaño reducido en quince escenas o dioramas (Guayaco, 2019).

1.2.3. Impacto del Malecón en la economía y en la imagen de la ciudad.

El Malecón 2000 en Guayaquil, Ecuador, tuvo un impacto significativo en la economía y la imagen de la ciudad. Esta transformación de la ribera ha impulsado el crecimiento económico y ha elevado el perfil de Guayaquil a nivel nacional e internacional.

El impacto en la economía de Guayaquil se refleja en:

1. **Creación de empleo:** La construcción y operación de diversas instalaciones y negocios en el Malecón 2000 creó muchas oportunidades de empleo directo e indirecto. Desde trabajadores de restaurantes y comercios minoristas hasta guías turísticos y trabajadores de mantenimiento.
2. **Crecimiento turístico:** Malecón 2000 se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos de Guayaquil. La afluencia continua

de turistas nacionales y extranjeros ha impulsado la demanda de servicios turísticos, hoteles, transporte y otras industrias relacionadas y ha contribuido al crecimiento económico.

3. Diversidad Comercial: El Malecón alberga una variedad de restaurantes, tiendas, bares y espacios culturales y de entretenimiento que diversifican la economía de la ciudad. Esto beneficia a muchas empresas locales y fomenta la inversión en la zona.

4. Fomentar el comercio y la industria local: Las tiendas, comercios y mercados artesanales del Malecón promueven el comercio y la artesanía local. La demanda turística de productos y souvenirs regionales es alta, lo que beneficia a los productores locales y a la economía de la ciudad en su conjunto.

5. Estímulo al sector gastronómico: Malecón 2000 ofrece una variedad de opciones gastronómicas, esto ha fortalecido la escena gastronómica de Guayaquil, atrayendo comensales y turistas locales y generando importantes ingresos.

6. Impacto en la industria hotelera: El incremento del turismo provocado por el Malecón en el año 2000 incrementó la demanda de alojamiento en la ciudad. Esto ha propiciado la ampliación y mejora de hoteles y alojamientos en Guayaquil, beneficiando a la industria hotelera.

7. Generación de ingresos turísticos: Los visitantes del Malecón gastan dinero en una variedad de servicios y actividades aportando importantes ingresos a la ciudad y contribuye a la balanza de pagos de la región.

8. Promoción de eventos y congresos: Malecón 2000 se ha convertido en un popular recinto para eventos, ferias y congresos. Estos eventos atraen participantes de otras ciudades y países, generan ingresos adicionales y realzan la imagen de Guayaquil como destino de negocios.

9. Promoción del empleo turístico: El turismo asociado al Malecón ha sido una importante fuente de empleo en Guayaquil. Desde guías turísticos hasta camareros de restaurantes y hoteles, la economía local se beneficia de los empleos creados por el turismo.

10. Desarrollo de Negocios Relacionados: La existencia del Malecón ha dado como resultado el desarrollo de negocios relacionados como agencias de viajes, empresas de transporte turístico, servicios de entretenimiento, etc. Gracias al flujo constante de turistas hacia el Malecón, estos negocios encuentran oportunidades para crecer y expandirse (Rodilla, 2019).

En general, el Malecón 2000 tuvo un impacto económico positivo en Guayaquil, impulsando los negocios, la gastronomía, el turismo, la hotelería y la creación de empleo. El proyecto diversifica la economía local y contribuye al desarrollo sostenible de la ciudad, reforzando su posición como motor económico de la región.

El impacto en la imagen de Guayaquil ha sido:

1. Revitalización Urbana: Malecón 2000 es un ejemplo exitoso de revitalización urbana en Guayaquil. Transforma un área previamente descuidada en un espacio dinámico y culturalmente rico. Esta transformación mejora la percepción de la ciudad tanto para residentes como para visitantes.

2. Atractivos Turísticos: Crear un destino turístico icónico en el río Malecón ayudará a promover a Guayaquil a nivel nacional e internacional. La ciudad es hoy un lugar atractivo y dinámico que ofrece al visitante una experiencia única.

3. Orgullo Cívico: Malecón 2000 fomentó un sentido de orgullo cívico entre los guayaquileños. Los lugareños ven el Malecón como un símbolo del progreso y desarrollo de la ciudad, aumentando la cohesión social.

4. Impacto cultural: Los museos y espacios culturales del Malecón ayudan a aumentar la conciencia y la comprensión de la gente sobre la identidad cultural de la ciudad.

5. Prestigiosos lugares para eventos: La moderna y atractiva infraestructura del Malecón atrae lugares para eventos prestigiosos como conciertos, festivales y conferencias internacionales. Estos hechos pusieron a Guayaquil en el mapa y resaltaron su capacidad para albergar grandes eventos.

6. Reconocimiento internacional: Malecón 2000 ha recibido reconocimiento internacional como un ejemplo exitoso de regeneración urbana y desarrollo sostenible. Este reconocimiento realza la reputación de Guayaquil a escala global y atrae la atención de inversionistas y turistas de todo el mundo.

7. Promoción de la cultura local: Los espacios culturales y museos del Malecón contribuyen a la promoción de la cultura ecuatoriana y la historia de Guayaquil. Aumenta el conocimiento del rico patrimonio cultural de la ciudad y fortalece su imagen como un importante centro cultural.

8. Atracción de Turismo Cultural: Una variedad de museos y eventos culturales hacen de Guayaquil un destino atractivo para quienes buscan explorar la historia y el carácter de la ciudad.

9. Muestra de Arquitectura Contemporánea: La arquitectura y el paisajismo del Malecón resaltan la modernidad e innovación del urbanismo de Guayaquil. La arquitectura moderna de la zona atrae a entusiastas de la arquitectura y el diseño (Azcué Vigil, 2019).

En conjunto, esto ha tenido un impacto muy positivo en la imagen de Guayaquil, transformando la ciudad en un destino turístico vibrante, culturalmente rico y moderno. La combinación de desarrollo urbano sustentable, eventos de prestigio y la promoción de la cultura local ayuda a incrementar el reconocimiento nacional e internacional de Guayaquil.

1.2.4. Relación entre el desarrollo turístico y el turismo urbano.

El desarrollo turístico y el turismo urbano están intrínsecamente relacionados en la actualidad, ya que el crecimiento del turismo en las áreas urbanas ha desempeñado un papel fundamental en la expansión de la industria turística a nivel global. Esta relación es compleja y dinámica, y su impacto se extiende tanto a nivel económico como cultural y social

El desarrollo turístico se refiere a la planificación y creación de infraestructura, servicios y atracciones que fomentan el turismo en una región específica. Este desarrollo puede tener un enfoque geográfico amplio, abarcando destinos que van desde playas y montañas hasta áreas urbanas (Gambarota, 2020).

Sin embargo, el turismo urbano se concentra en las ciudades como destinos en sí mismas, destacando la riqueza cultural, histórica y comercial que ofrecen.

El turismo urbano se ha convertido en un segmento crucial de la industria del turismo global. Las ciudades atraen a viajeros que buscan experiencias culturales, compras, entretenimiento, gastronomía y actividades sociales. Las áreas urbanas han respondido al aumento de la demanda turística con una planificación cuidadosa que promueve la accesibilidad, la diversidad de atracciones y la sostenibilidad.

Esta relación simbiótica entre el desarrollo turístico y el turismo urbano tiene varios aspectos clave:

1. Infraestructura y Servicios: El desarrollo turístico implica la creación y mejora de la infraestructura urbana, como aeropuertos, estaciones de tren, carreteras y hoteles. Esto facilita el acceso de los turistas a las ciudades. A su vez, el turismo urbano impulsa la inversión en infraestructura, como sistemas de transporte público eficientes y modernización de áreas históricas.

2. Crecimiento Económico: El turismo urbano contribuye significativamente al crecimiento económico de las ciudades. Genera ingresos a través del gasto de los visitantes en alojamiento, alimentos,

compras y actividades culturales. A su vez, el desarrollo turístico crea empleos directos e indirectos, fortaleciendo la economía local.

3. Cultura y Patrimonio: Las ciudades tienen una riqueza cultural y patrimonial que atrae a los turistas. Los esfuerzos de desarrollo turístico suelen incluir la preservación y promoción de la cultura local, lo que enriquece la experiencia del turismo urbano. Los museos, monumentos históricos y eventos culturales se convierten en puntos de referencia para los visitantes.

4. Interacción Social: El turismo urbano fomenta la interacción social y la diversidad cultural. Los viajeros pueden experimentar la vida cotidiana de los habitantes locales, explorar la gastronomía auténtica y participar en eventos culturales. Esto promueve la comprensión intercultural y el enriquecimiento mutuo.

5. Desafíos de Sostenibilidad: A medida que el turismo urbano crece, surgen desafíos de sostenibilidad. La gestión adecuada de la afluencia de visitantes, la preservación del entorno urbano y la mitigación de impactos negativos son consideraciones críticas en el desarrollo turístico y el turismo urbano (Contreras Mosquera, 2019).

Finalmente, el desarrollo turístico y el turismo urbano están estrechamente relacionados y se benefician mutuamente. Las ciudades que planifican y gestionan su crecimiento turístico de manera sostenible pueden aprovechar el potencial económico y cultural que ofrece el turismo urbano. La relación entre ambos aspectos seguirá evolucionando a medida que el turismo urbano siga siendo una tendencia predominante en la industria turística global.

1.3. Gestión Turística

La gestión turística es “un proceso esencial en la planificación, desarrollo y promoción de destinos turísticos con el objetivo de garantizar experiencias positivas para los visitantes y el crecimiento sostenible de la industria turística” (Escuela de Administración de Instituciones, 2021). Implica una serie de acciones estratégicas que abarcan desde la conservación del patrimonio cultural y natural hasta la satisfacción de los turistas y la colaboración con las comunidades locales.

Planificación Estratégica: La gestión turística comienza con la planificación estratégica a largo plazo. Esto implica la identificación de objetivos claros y la definición de políticas y directrices que orienten el desarrollo del turismo en una región específica. La planificación estratégica aborda cuestiones como la conservación del entorno, la diversificación de la oferta turística y la creación de infraestructuras adecuadas.

Promoción y Marketing: La gestión turística incluye estrategias de promoción y marketing para atraer a turistas. Esto puede implicar campañas publicitarias, presencia en redes sociales, participación en ferias y eventos turísticos, y colaboración con agencias de viajes.

Sostenibilidad Ambiental y Cultural: La gestión turística busca equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno natural y cultural. Esto implica medidas de protección de áreas naturales, la promoción de prácticas turísticas responsables y la preservación del patrimonio cultural. La sostenibilidad es esencial para garantizar que el turismo no agote los recursos del destino.

Gestión de la Experiencia del Turista: La satisfacción del turista es fundamental en la gestión turística. Se busca brindar una experiencia enriquecedora que cumpla con las expectativas del visitante. Esto incluye la atención al cliente, la calidad de los servicios, la seguridad y la accesibilidad. La gestión de la experiencia del turista tiene un impacto directo en la reputación del destino y la repetición de visitas.

Colaboración con la Comunidad Local: La gestión turística involucra a la comunidad local en el proceso de desarrollo turístico. Esto puede incluir capacitación para el empleo en el sector turístico, la participación en proyectos de desarrollo comunitario y la promoción de la cultura local. La colaboración fortalece los lazos entre la comunidad y la industria turística.

Evaluación y Adaptación Continua: La gestión turística no es estática; se basa en la evaluación continua y la adaptación a las cambiantes circunstancias. Se recopilan datos sobre el flujo de

turistas, la satisfacción del visitante y el impacto ambiental. Estos datos se utilizan para tomar decisiones informadas y ajustar las estrategias de gestión (Pérez-Castañeira, 2021).

En definitiva, la gestión turística es un proceso integral que abarca desde la planificación estratégica hasta la colaboración con la comunidad local. Su objetivo es lograr un equilibrio entre el desarrollo turístico, la conservación y la satisfacción del visitante.

1.4. Desarrollo Turístico

El desarrollo turístico “es un proceso integral que implica la planificación, implementación y gestión de actividades y recursos destinados a fomentar el turismo en una región o destino específico” (Organization, 2020). Este concepto abarca una amplia gama de aspectos, desde la creación de infraestructuras y servicios turísticos hasta la promoción del destino y la preservación de sus recursos naturales y culturales. A continuación, se exponen dos factores fundamentales que forma parte del desarrollo turístico.

Generación de Empleo y Crecimiento Económico: El turismo puede ser una fuente importante de empleo y crecimiento económico. El desarrollo turístico crea puestos de trabajo en el sector turístico y sectores relacionados, como la gastronomía y el transporte. Además, el gasto de los turistas contribuye a la economía local, estimulando el comercio y los negocios.

Diversificación de la Oferta Turística: El desarrollo turístico busca diversificar la oferta para atraer a una amplia gama de turistas. Esto puede incluir la creación de atracciones culturales, deportivas, naturales, de aventura y de entretenimiento. (Turistico,2021)

En síntesis, el desarrollo turístico es un proceso multifacético que abarca la planificación, la infraestructura, la promoción, la sostenibilidad y la colaboración con la comunidad. Su objetivo es lograr un equilibrio entre el crecimiento turístico y la preservación de los recursos y la cultura del destino.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Este punto representa una etapa importante en la realización de cualquier investigación académica. Contar con una metodología investigativa definida, el investigador puede asegurar la calidad y la integridad de la investigación, con lo que contribuye al crecimiento del conocimiento y el avance de la sociedad en su conjunto. Una metodología bien definida y ejecutada por parte del investigador disminuye el riesgo de ocurrencia de errores y sesgos, lo que aumenta la credibilidad de los hallazgos del estudio.

2.1. Enfoque de investigación.

Esta investigación se acopló a un enfoque cualitativo por la naturaleza y los objetivos de investigación. Se consideró apropiado este enfoque por las siguientes razones:

Bajo un enfoque cualitativo es posible estudiar fenómenos complejos y multidimensionales en detalle. La temática de estudio involucra un conjunto de factores interrelacionados.

El enfoque cualitativo permite explorar cómo esta temática se entrelaza con el entorno en el que se desarrolla y cómo se percibe y experimenta dentro de la sociedad. Las entrevistas en profundidad y el análisis de contenido cualitativo permitió capturar estas las opiniones y experiencias de manera significativa de los entrevistados (SAMPIERI, 2020).

2.1.1. Tipo de Investigación.

Se usó los siguientes tipos de investigación para el logro del objetivo de investigación:

Descriptivo: Este tipo se ajusta por permitir identificar y describir las variables claves que serán objeto de estudio. Esto puede incluir la afluencia de turistas, el crecimiento económico asociado al turismo, la calidad de las instalaciones turísticas, la satisfacción de los visitantes, la inversión en infraestructura, entre otros aspectos. Esto podría implicar encuestas a turistas, entrevistas con funcionarios de turismo.

Exploratorio: Permite profundizar en las relaciones de causa y efecto, ayudó a comprender no solo lo que ha sucedido, sino también por qué ha sucedido, lo que es esencial para la toma de decisiones efectivas y la mejora continua en el sector turístico de la región.

2.2. Período y lugar donde se desarrolla la investigación.

Este estudio se desarrolló entre los meses de agosto a octubre de 2023. En el Malecón 2000, ubicado en la ciudad de Guayaquil, junto al río Guayas.

2.3. Universo y muestra de la investigación.

La población de estudio son todas las personas que visitan el Malecón, de acuerdo con el siguiente dato.

“El Malecón 2000 registra 1,8 millones de visitas por mes, el mismo promedio de turistas que tenía antes de la pandemia, según el Municipio de Guayaquil” (García, 2021)..

2.3.1. Muestra.

A partir de la población señalada se calculó una muestra de estudio. Se consideró la afluencia de personas que ingresan entre las 13:00 a 21:00 hora por la puerta de ingreso de la av. 9 de octubre el sábado 16 de septiembre de 2023. Se contabilizó el ingreso de 6593 visitantes – adultos al Malecón 2000. Se aplicó la siguiente fórmula de cálculo de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

Fuente: Agencia de inteligencia de mercado

<https://www.rochiconsulting.com/blog/calculo-del-tamano-de-la-muestra-online/>

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (6593)}{(0,05)^2(6593 - 1) + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = 363 \text{ visitantes a encuestar}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra que se busca.

N = tamaño del universo a estudiar.

σ = desviación estándar de la población. Cuando este dato es desconocido se utiliza una constante que equivale a 0.5

Z = valor que se obtiene a través de niveles de confianza.

e = es el límite de error muestral admisible.

2.4. Métodos Empleados

Se empleó los siguientes métodos para la obtención de datos.

2.4.1. Métodos Empíricos.

Para la obtención y elaboración de los datos empíricos y el conocimiento de los hechos fundamentales que caracterizan a la investigación. Los métodos empíricos principales empleados en el estudio son: La encuesta y la entrevista que incluyen procedimientos y técnicas de recolección de datos.

Encuesta: Proporcionó datos directos y actualizados sobre opiniones de los visitantes. Ayudó a identificar patrones y necesidades. Se aplicó la encuesta a los visitantes al Malecón 2000.

Entrevista: Permitió la obtención de información detallada y contextualizada directamente de los entrevistados (personas relacionadas con el turismo).

2.4.2. Métodos Estadísticos.

El procesamiento de datos de la encuesta mediante técnicas de estadística descriptiva permitió organizar, resumir y presentar la información recopilada de manera clara y comprensible. Facilitó la identificación de patrones, tendencias y relaciones dentro de los datos, lo que puede ser valioso para tomar decisiones informadas y formular conclusiones.

2.4.3. Definición y comportamiento de las principales variables incluidas en el estudio.

En la tabla 1 se presenta la operacionalización de variables de investigación. La hipótesis de investigación es la siguiente:

Las estrategias de gestión turística sostenibles, junto con el desarrollo turístico urbano, mejorarán la experiencia de los visitantes y atraerán a nuevos turistas al Malecón 2000 de Guayaquil entre 2012 y 2022.

Variable independiente: Estrategias de gestión turística sostenibles, junto con el desarrollo turístico.

Variable dependiente: La experiencia de los visitantes y atraerán a nuevos turistas.

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	INTRUMENTOS Y/O MÉTODOS
Estrategias de gestión turística sostenibles	Acciones que buscan equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno natural y cultural, promoviendo un turismo responsable y de bajo impacto ambiental y social.	Impacto Ambiental Participación de la Comunidad Local Satisfacción del Visitante Preservación del Patrimonio Cultural Diversificación de la Oferta Impacto Económico Promoción de Prácticas Responsables	Encuestas, indicadores de sostenibilidad, entrevistas, revisiones de políticas públicas de turismo urbano
Desarrollo turístico	Se trata de planificar y mejorar un destino para atraer y satisfacer a los turistas, equilibrando el crecimiento económico con la preservación sostenible. Se trata de las emociones y percepciones de los turistas durante su estancia en un destino, abarcando desde la calidad de los servicios hasta su satisfacción general con el viaje.	Llegada de Turistas Permanencia Media Ingresos Turísticos Ocupación Hotelera: Diversificación de la Oferta Satisfacción del Turista	Encuestas a Turistas, Estadísticas de Llegadas y Permanencia de turistas, Indicadores de Calidad Turística, Revisión de Políticas
Experiencia de los visitantes		Satisfacción del Visitante, Calidad de los Servicios, Tiempo de Permanencia	Encuestas de Satisfacción del Turista, Entrevistas a turistas,

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo presenta los resultados obtenidos a través de las herramientas de recolección de datos, se utilizó el programa estadístico EXCEL, con gráficos estadísticos. Además, se utilizó técnicas de análisis de contenido para examinar las respuestas abiertas de los encuestados y clasificarlas según temas de interés.

3.1. Presentación de resultados de encuesta

Pregunta 1: ¿Cuál es su rango de edad?

Tabla 2. *Rango de edad*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
18-25 años	45	12,40%
26-35 años	76	20,94%
36-45 años	36	9,92%
46-55 años	101	27,82%
56-65 años	63	17,36%
Más de 65 años	42	11,57%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

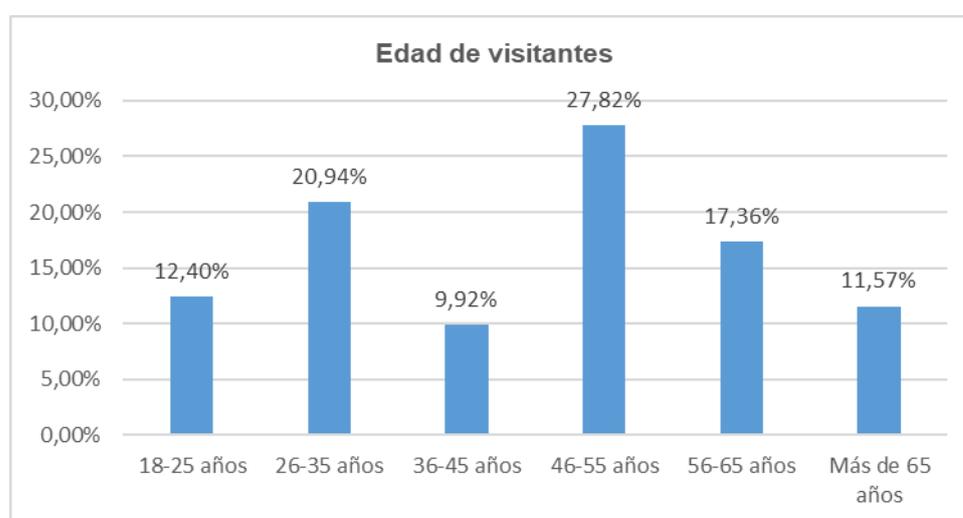


Gráfico 1. *Rango de edad.* **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 2: ¿Cuál es su género?

Tabla 3. Género

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Masculino	140	38,57%
Femenino	167	46,01%
Prefiero no decirlo	56	15,43%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

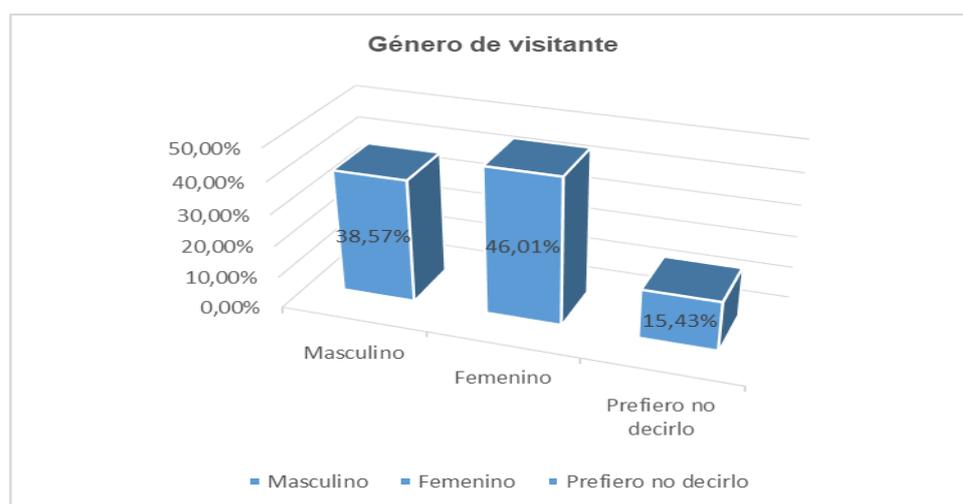


Gráfico 2. Género. Elaborado: González (2023)

Pregunta 3: ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla 4. Nacionalidad de visitante

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Ecuatoriana	321	88,43%
Extranjera	42	11,57%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)



Gráfico 3. *Nacionalidad de visitante.* **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 4: ¿Cómo califica su experiencia en el Malecón 2000?

Tabla 5. *Califica su experiencia en el Malecón 2000*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Excelente	89	24,52%
Muy buena	123	33,88%
Buena	78	21,49%
Mala	56	15,43%
Pésima	17	4,68%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

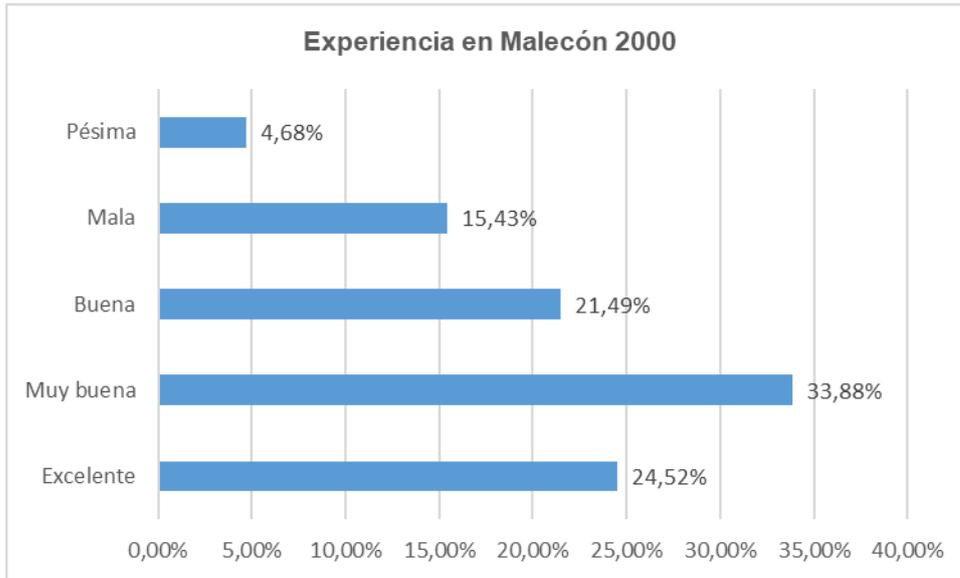


Gráfico 4. *Califica su experiencia en el Malecón 2000.* **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 5: ¿Cuántas veces que ha visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses?

Tabla 6. *Veces que ha visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
0 veces	34	9,37%
1-2 veces	73	20,11%
3-5 veces	78	21,49%
Más de 5 veces	178	49,04%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)



Gráfico 5. Veces que ha visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses.
Elaborado: González (2023)

Pregunta 6: ¿Qué tipo de actividad realizó principalmente en su última visita al Malecón 2000?

Tabla 7. Tipo de actividad realizó principalmente en su última visita al Malecón 2000

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Compras	65	17,91%
Comer en restaurantes	98	27,00%
Disfrutar de las atracciones turísticas	134	36,91%
Recorrer la zona a pie o en bicicleta	45	12,40%
Otro	21	5,79%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

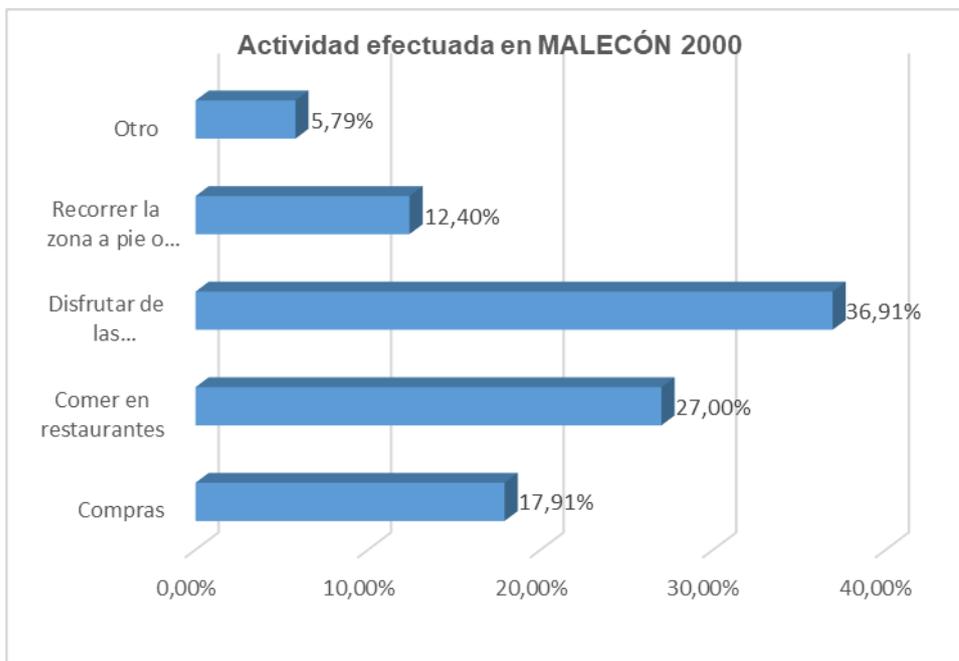


Gráfico 6. Tipo de actividad realizó principalmente en su última visita al Malecón 2000. **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 7: ¿Cuál considera ha sido el principal aporte del MALECÓN 2000 a la ciudad?

Tabla 8. Aporte a ciudad del Malecón 2000

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Ha mejorado la imagen urbana, la seguridad ciudadana y la calidad de vida de los habitantes	153	42,15%
Ha aumentado la oferta hotelera, gastronómica y comercial de la ciudad	89	24,52%
Ha generado empleo, ingresos y desarrollo económico para la ciudad	78	21,49%
Ha fomentado la cultura, la educación y el entretenimiento para los visitantes	43	11,85%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)



Gráfico 7. *Aporte a ciudad del Malecón 2000.* **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 8: ¿Qué aspecto le parece más importante para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano del Malecón 2000?

Tabla 9. *Aspecto para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
La seguridad y limpieza de las instalaciones y el entorno	134	36,91%
La diversificación y calidad de los servicios y productos turísticos	98	27,00%
La participación y coordinación de los actores turísticos públicos y privados involucrados	75	20,66%
La promoción y difusión del Malecón 2000 como un destino turístico atractivo	56	15,43%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)



Gráfico 8. *Aspecto para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano.*
Elaborado: González (2023)

Pregunta 9: ¿Qué principal factor ha influido en el éxito del Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

Tabla 10. *Factor que influyó en el éxito del Malecón 2000*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
La ubicación estratégica, la recuperación del espacio público y la integración de la ciudad con el río	89	24,52%
La inversión económica, la innovación tecnológica y la diversificación de la oferta turística	101	27,82%
La visión política, la gestión participativa y la articulación de los actores turísticos públicos y privados	123	33,88%
Todas las anteriores	50	13,77%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

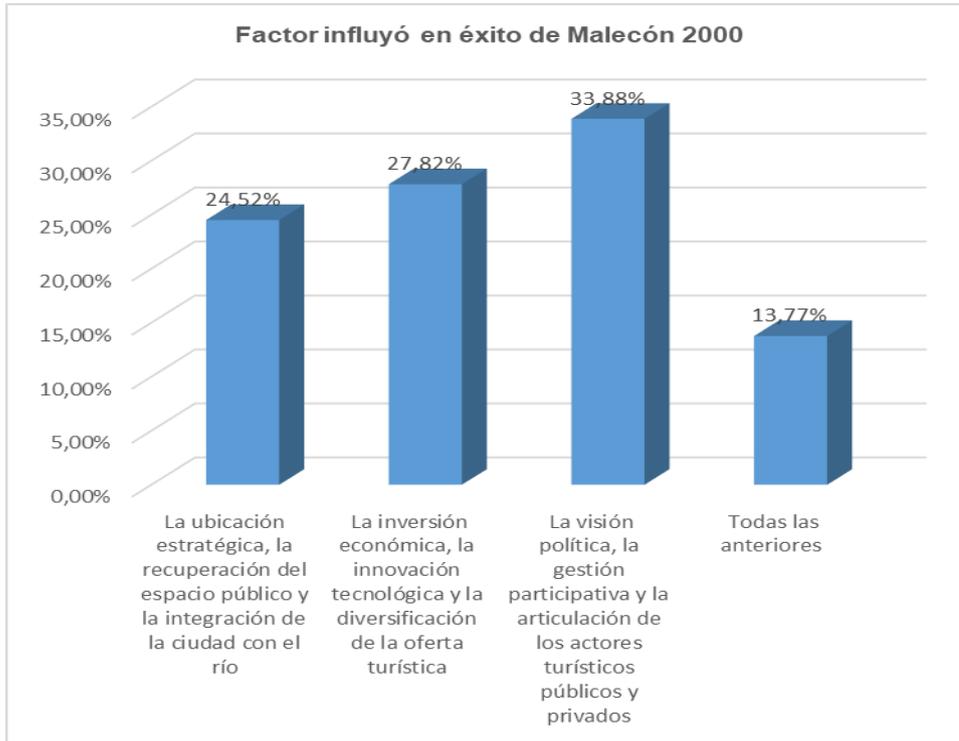


Gráfico 9. Factor que influyó en el éxito del Malecón 2000. **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 10: ¿Qué oportunidad y potencialidad principal considera se presenta para el Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

Tabla 11. Oportunidad y potencialidad que presenta la Malecón 2000

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
La integración con otros proyectos de desarrollo urbano, social y económico de la ciudad	145	39,94%
La diversificación y especialización de los productos y servicios turísticos que ofrece	56	15,43%
La adaptación a las nuevas tendencias, demandas y preferencias de los turistas actuales	109	30,03%
Todas las anteriores	53	14,60%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

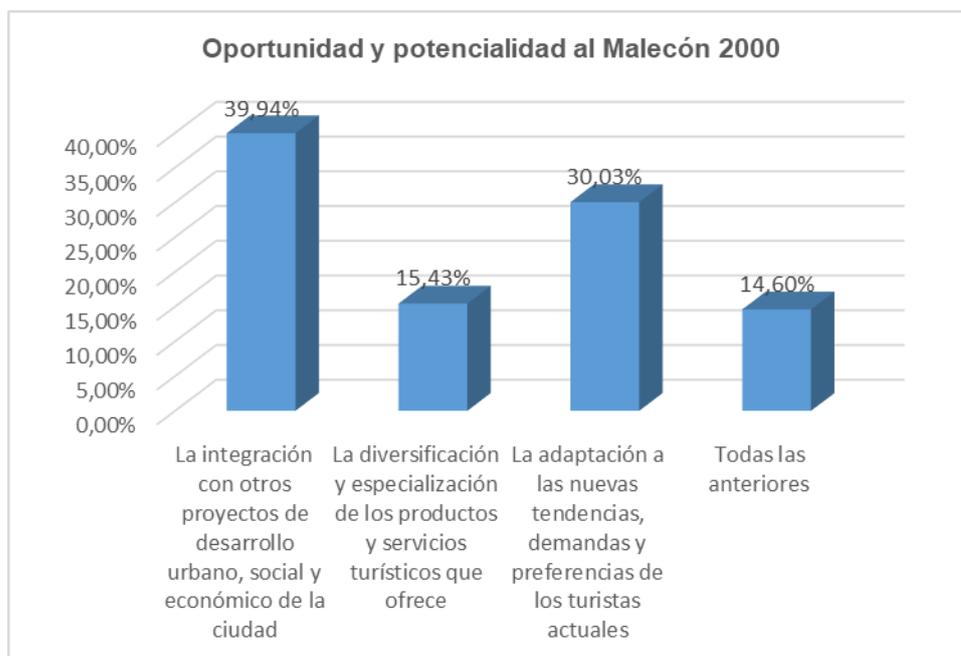


Gráfico 10. Oportunidad y potencialidad al Malecón 2000. **Elaborado:** González (2023)

Pregunta 11: ¿Cuál considera la principal amenaza y riesgo que se enfrenta el Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

Tabla 12. Amenaza y riesgo que enfrenta Malecón 2000

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
La competencia de otros destinos turísticos nacionales e internacionales	94	25,90%
La falta de mantenimiento, conservación y seguridad de las instalaciones y el entorno	143	39,39%
El cambio climático, los desastres naturales y la contaminación ambiental	78	21,49%
Todas las anteriores	48	13,22%
TOTAL	363	100,00%

Fuente: Encuesta efectuada. **Elaborado:** González (2023)

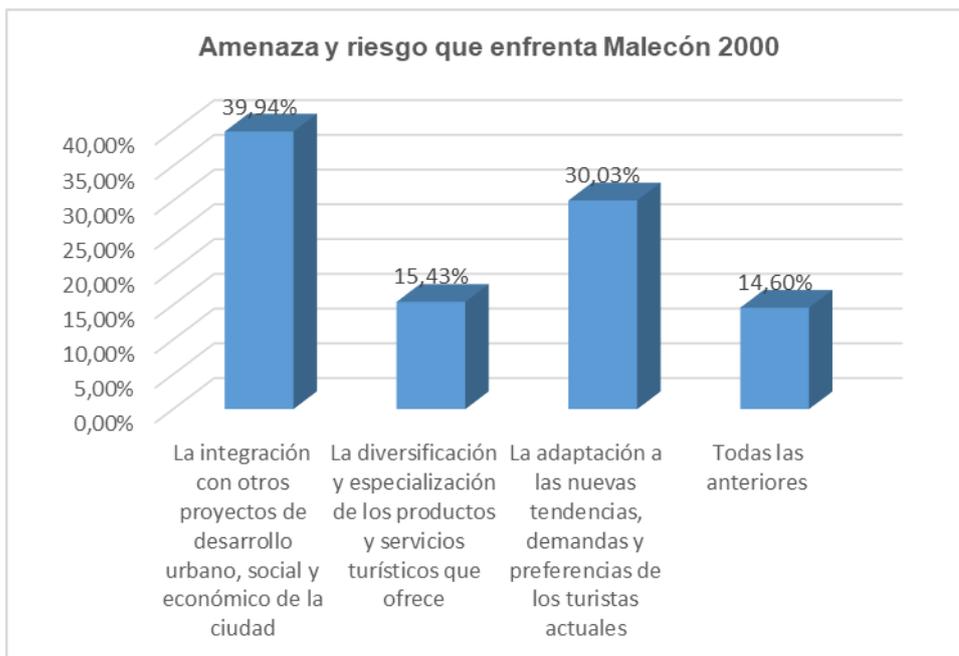


Gráfico 11. Amenaza y riesgo que enfrenta Malecón 2000. **Elaborado:** González (2023)

3.2. Presentación de resultados de encuesta

Pregunta 1:

18-25 años (12,40%): categoría de jóvenes, su interés por los viajes a la ciudad puede estar relacionado con la vida nocturna, la cultura juvenil, eventos y festivales o viajes de aventura en la ciudad. 26-35 (20,94%): Representan a millenials y jóvenes profesionales. Esta categoría puede estar más interesada en viajes de ocio, viajes gastronómicos, viajes urbanos culturales o temáticos.

36-45 años (9,92%): Aunque este grupo es el más pequeño en porcentaje, no se debe ignorar. Son personas de mediana edad que pueden tener una familia estable y pueden estar buscando oportunidades de viajes más relajantes, culturales o familiares.

46-55 años (27,82%): este grupo representa la mayor proporción, lo que indica que las personas de edad madura tienen un fuerte interés en el turismo urbano. Sus intereses pueden incluir historia, cultura, comida y viajes de placer. 56-65

años (17,36%): pre jubilados o turistas recién jubilados. La cultura, la historia y los viajes de placer pueden ser su enfoque. También pueden estar interesados en actividades de grupo de compañeros o en experiencias más tranquilas y menos exigentes físicamente.

Mayores de 65 años (11,57%): aunque minoritario, este grupo no es insignificante. El turismo para personas mayores está creciendo y sus intereses pueden incluir el bienestar, la historia, los recorridos culturales y las actividades grupales.

Pregunta 2:

Hombre (38,57%):. Esto demuestra que los hombres tienen un gran interés por el turismo urbano. Las estrategias de marketing pueden apuntar a eventos o lugares que tradicionalmente atraen a un público más masculino, pero es importante no caer en estereotipos.

Mujeres (46,01%): Esto puede indicar que es más probable que las mujeres viajen a las ciudades o estén más dispuestas a responder encuestas. Es importante considerar ofertas o eventos que puedan ser de particular interés para las mujeres, pero también es importante evitar generalizaciones o estereotipos.

Prefiere no decirlo (15,43%): Enfatiza la importancia de la inclusión y el respeto a la privacidad y la diversidad de género. Las estrategias de viajes y marketing deben ser lo suficientemente amplias y flexibles para adaptarse a todos, independientemente de su identidad de género.

Pregunta 3:

Ecuatoriana (88,43%): La mayoría de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana. Esto demuestra el predominio del turismo local. Las personas pueden buscar experiencias en su país de origen por razones económicas, conveniencia o simplemente para aprender o conocer más sobre su ciudad o país.

Extranjeros (11,57%): Aunque son minoría, la proporción de extranjeros entre los encuestados es algo superior al 10%. Esto muestra el interés de la comunidad internacional por el turismo urbano en el lugar de la encuesta. Se debe

considerar qué destinos o actividades podrían ser de particular interés para los turistas extranjeros y cómo pueden promoverse de manera efectiva.

Pregunta 4:

Excelente (24,52%): Casi una cuarta parte de los encuestados tuvo una excelente experiencia en el Malecón 2000. Esto indica que el Malecón ha cumplido o superado exitosamente las expectativas de estos visitantes. Muy buena (33,88%): La mayoría de los encuestados calificaron su experiencia como "muy buena". Esta es una señal positiva y demuestra que Malecón 2000 es universalmente reconocido y ofrece una experiencia de primer nivel.

Buena (21,49%): Un gran porcentaje de personas encontró su experiencia satisfactoria, pero no necesariamente excepcional.

Mala (15,43%): una proporción significativamente menor, pero aún significativa, dijo que su experiencia fue mala. Muestra áreas de mejora y posibles problemas que deben abordarse.

Pésima (4,68%): Un pequeño porcentaje de encuestados tuvo una experiencia muy negativa. Para poder hacer correcciones, es muy importante investigar y comprender los motivos de estas afirmaciones.

Pregunta 5:

0 veces (9,37%): Casi el 10% de los encuestados no ha visitado el Malecón 2000 en el último año. Esto puede indicar que aunque conocen el lugar, algo recientemente les ha impedido o les ha impedido ir allí.

1-2 veces (20,11%): Algo más del 20% de los encuestados visitó el Malecón 2000 una o dos veces en el último año. Esto sugiere que, aunque habían visitado el área antes, no era un destino frecuente para ellos durante el período de tiempo indicado.

3-5 veces (21,49%): Este segmento visita el Malecón 2000 con moderada frecuencia. Puede interpretarse como quienes visitan ocasionalmente un lugar o participan en un determinado evento.

Más de 5 veces (49,04%): Casi la mitad de los encuestados visitó el Malecón 2000 más de 5 veces en el último año. Esto demuestra que tienen un alto nivel

de lealtad al sitio y visitas repetidas, lo que demuestra que ven el valor y disfrutan la experiencia Malecón 2000.

Pregunta 6:

Compras (17,91%): Una gran proporción de los encuestados realizó una compra durante su visita. Esto demuestra que existen diversas tiendas o puestos en la zona para atraer turistas.

Comer en restaurantes (27,00%): Más de una cuarta parte de los encuestados elige comer en restaurantes. Esto sugiere que el Malecón 2000 es considerado un buen lugar para disfrutar de buena comida, o que existe una variedad de opciones gastronómicas que atraen a los turistas. Disfrutar de los atractivos turísticos (36,91%): Esta es la actividad más popular entre los encuestados, lo que indica que los atractivos turísticos del Malecón 2000 son un atractivo importante y favorito entre los turistas.

Explorar la zona a pie o en bicicleta (12,40%): Un número pequeño pero aún relevante de encuestados optó por explorar la zona a pie o en bicicleta. Esto demuestra que el Malecón 2000 es considerado un lugar amigable para peatones y ciclistas y que se valora la oportunidad de disfrutar del área a menor velocidad.

Otros (5,79%): Un mínimo número de encuestados realizó acciones que no estaban especificadas en las opciones dadas. Es útil saber qué otras actividades están realizando estos visitantes para tener en cuenta planes o mejoras futuras.

Pregunta 7:

Mejora la imagen de la ciudad, la seguridad de los habitantes y la calidad de vida de los habitantes (42,15%): La respuesta más popular muestra que los encuestados consideran Malecón 2000 un espacio que revitaliza la ciudad, brinda un ambiente más seguro y mejora la calidad de vida general. Esto muestra la importancia de los espacios urbanos renovados en la percepción y el bienestar de los residentes.

Incremento de la oferta hotelera, gastronómica y de servicios empresariales en la ciudad (24,52%): una cuarta parte de los encuestados cree que Malecón 2000

ha contribuido al desarrollo del sector turístico y empresarial de la ciudad, ofreciendo más a turistas y residentes locales.

Creación de empleos, ingresos y desarrollo económico para la ciudad (21,49%). Esta respuesta refleja la opinión de que MALECÓN 2000 ha tenido un impacto positivo en la economía local, creando empleos y promoviendo el crecimiento económico.

Promover la cultura, la educación y el entretenimiento turístico (11,85%): Aunque es la opción menos popular, un gran número de encuestados cree que MALECÓN 2000 enriquece la vida cultural y educativa de la ciudad, brinda entretenimiento y facilidades de capacitación.

Pregunta 8:

Seguridad y limpieza de equipos y medio ambiente (36,91%). La mayoría de los encuestados cree que la seguridad y la limpieza son importantes. Este es un recordatorio de la importancia de un entorno que permita a los visitantes sentirse seguros y cómodos. Unas instalaciones limpias y seguras pueden mejorar enormemente la experiencia del visitante.

Diversificación y calidad de los servicios y productos turísticos (27,00%):. Esto muestra que, si bien Malecón2000 ha entregado varias atracciones, las personas anhelan varias maneras o mejoran la calidad de las atracciones existentes.

Participación y coordinación de los participantes en el turismo público y privado (20.66 %): Este porcentaje indica la necesidad de una mejor coordinación entre los diversos actores involucrados en la industria turística del Malecón 2000.

Promoción y promoción del Malecón 2000 como destino turístico atractivo (15,43%): Si bien este aspecto tuvo el menor número de votos, sigue siendo relevante. Una promoción adecuada puede atraer más turistas y fortalecer la imagen del Malecón 2000 como un importante destino turístico.

Pregunta 9:

Ubicación estratégica, renovación de espacios públicos e integración de la ciudad con el río (24,52%): Una cuarta parte de los encuestados atribuye gran parte de su éxito a la renovación de espacios públicos estratégicamente

ubicados y la integración del río con la ciudad. La remodelación de espacios urbanos en ubicaciones clave puede revitalizar áreas enteras y mejorar la experiencia urbana para residentes y visitantes.

Las inversiones económicas, innovaciones tecnológicas y diversificación de productos turísticos (27,82%): una gran parte de los encuestados cree que las inversiones y la modernización de instalaciones y la diversificación de productos turísticos son esenciales para la implementación exitosa del proyecto. Estos factores añaden atractivo y funcionalidad a un lugar.

Visión política, liderazgo participativo y expresión de los actores turísticos públicos y privados (33,88%): un tercio de los encuestados citó el liderazgo y la visión del plan como los factores más influyentes. Esto refleja la importancia de una gobernanza adecuada y una visión a largo plazo en los programas de regeneración urbana.

Todo lo anterior (13,77%): Un porcentaje menor pero aún relevante cree que el éxito de Malecón 2000 es resultado de una combinación de todo lo anterior.

Pregunta 10:

Integración con otros proyectos de desarrollo urbano, social y económico de la ciudad (39,94%). La mayoría de los encuestados cree que el mayor potencial de Malecón 2000 radica en su integración con otros desarrollos. Esto demuestra que la cooperación y la cohesión con otros proyectos pueden potenciar los efectos positivos del Malecón 2000.

Diversificación y especialización de los productos y servicios turísticos (15,43%): Una proporción, cree que es necesario diversificar y especializar los productos turísticos. Puede atraer a diferentes segmentos de turistas y satisfacer mejor las necesidades específicas de cada grupo.

Adaptarse a las nuevas tendencias, necesidades y deseos de los turistas actuales (30,03%): un tercio de los encuestados cree que para mantener e incrementar la relevancia del Malecón 2000 es fundamental adaptarse a las tendencias actuales y responder a las necesidades modernas de turistas.

Todas las anteriores (14,60%): Algunos encuestados creen que Malecón 2000 tiene más opciones y todas las anteriores son igualmente importantes.

Pregunta 11:

Competencia de otros destinos turísticos nacionales e internacionales (25,90%): Una cuarta parte de los encuestados cree que la competencia de otros destinos es una amenaza importante. Esto refleja la importancia de mantener la importancia del Malecón 2000 y asegurar que siga siendo un destino atractivo para la comunidad turística nacional e internacional.

Falta de equipos y mantenimiento, protección y seguridad ambiental (39,39 %). Los encuestados estaban más preocupados de que el Malecón 2000 pudiera deteriorarse debido a la falta de mantenimiento y a problemas de seguridad. Esto enfatiza la importancia de la gestión y el mantenimiento continuos del espacio para garantizar su longevidad y atractivo.

Cambio climático, desastres naturales y contaminación ambiental (21,49%): La mayoría de los encuestados cree que los problemas ambientales, incluidos el cambio climático y los desastres naturales, amenazan el Malecón 2000. Esto muestra la necesidad de prepararse y adaptarse a estos problemas.

Todo lo anterior (13,22%): Algunos encuestados creen que el Malecón 2000 enfrenta múltiples amenazas y consideran importante todo lo anterior.

3.3. Discusión de resultados de encuesta

Los datos demográficos muestran que la población de estudio tiene un amplio rango de edad, estando todos los grupos de edad claramente representados. Esto sugiere que el Malecón 2000 atrae a un grupo demográfico diverso, desde jóvenes hasta adultos mayores. Esta diversidad puede considerarse una ventaja, ya que permite adaptar el producto turístico a las necesidades de las diferentes generaciones.

La distribución por género muestra que las mujeres constituyen una pequeña mayoría de los encuestados, seguidas de los hombres y los grupos que no quieren identificarse con un determinado género. Estos hallazgos resaltan la importancia de no estereotipar las preferencias de género en el turismo urbano.

La mayoría de los encuestados eran ecuatorianos, mostrando gran interés por el turismo local. Esto beneficia el desarrollo económico de Guayaquil y resalta la importancia de crear una experiencia atractiva para los residentes locales.

Los resultados de la evaluación de la experiencia muestran que la mayoría de los turistas quedaron satisfechos con su visita al Malecón 2000, independientemente de si la calificaron como “excelente” o “muy buena”. Sin embargo, es importante prestar atención a quienes califican su experiencia como “pésima” y “mala” y tratar de comprender los motivos de estas calificaciones para poder realizar mejoras.

La mayoría de los encuestados había visitado el Malecón 2000 más de cinco veces en el último año, mostrando un alto grado de lealtad y confianza en el destino. Esto puede ser un testimonio de la calidad y el valor de la experiencia que ofrece Malecón 2000.

La diversidad de la experiencia Malecón 2000 se destaca por la variedad de actividades en las que participan los visitantes, como ir de compras, cenar, visitar atracciones turísticas y explorar la zona a pie o en bicicleta. Esto permite a los visitantes personalizar su visita según sus preferencias.

Los entrevistados resaltaron el aporte positivo del Malecón 2000 a la imagen de la ciudad, la seguridad de la población y la calidad de vida. Además, reconocen su impacto en el desarrollo turístico, económico y cultural. Estos resultados muestran que el Malecón 2000 es considerado un activo valioso para la comunidad local.

La seguridad y limpieza, la diversificación de servicios y productos turísticos, la coordinación entre el sector público y privado y la publicidad se consideran factores claves para el éxito del Malecón 2000. Estos resultados muestran la necesidad de mantener altos estándares de gestión, diversificar productos y promover la cooperación entre diferentes actores.

Los encuestados citaron la ubicación estratégica, la inversión financiera, la visión política y el liderazgo como factores clave para el éxito del Malecón 2000. Esto enfatiza la importancia de una planificación y gestión cuidadosas, así como de una visión a largo plazo para la sostenibilidad del destino.

La integración con otros proyectos de desarrollo urbano, la adaptación a las tendencias actuales y la diversificación de productos y servicios turísticos son importantes para el futuro de Malecón 2000. Estos resultados indican la

necesidad de desarrollarse y adaptarse continuamente a las cambiantes demandas del mercado.

Los encuestados señalaron la competencia de otros destinos, la falta de mantenimiento y la seguridad ambiental como las mayores amenazas al Malecón 2000. Destaca la importancia de prestar atención a la competitividad, la gestión sostenible y la protección del medio ambiente.

En general, estos resultados brindan información valiosa para la planificación y gestión continua del Malecón 2000 en Guayaquil, destacando áreas de fortaleza y oportunidades de mejora. Es importante que autoridades y partes interesadas trabajen juntos para preservar y mejorar este importante destino turístico.

3.4. Presentación de entrevistas a personas vinculadas con la actividad turística en Malecón 2000.

ENTREVISTADO: Edson Larrea

CARGO: Consultor en turismo y guía turística

1. Como miembro del sector turístico de Guayaquil, ¿cómo describiría el impacto del Malecón 2000 en el turismo de la ciudad durante la última década?

Bueno, el espacio del malecón 2000 creo que es el punto referente o icónico turístico de la ciudad. Es el lugar de encuentro tanto para el turista local nacional e internacional. Aparte que obviamente ahí se encuentra uno de los monumentos más icónicos de la ciudad y que representa algo que revaloriza a la ciudad como un punto de encuentro, que es justamente el hemicycle de la rotonda. El malecón Simón Bolívar en sí representa eso, un punto de encuentro. Tal como está en el hemicycle, el malecón es eso, un punto de encuentro del guayaquileño, del turista nacional y también del turista extranjero. Es un punto de encuentro donde se ve tanto el crecimiento de la ciudad urbanístico, desde hasta la modernidad, y obviamente lo que es el río Guayas, que ha sido fiel testigo del crecimiento de la ciudad.

2. ¿Cuáles consideras que han sido los principales logros en la gestión del Malecón 2000 en términos de atracciones, infraestructura y servicios turísticos?

En infraestructura, yo creo que el malecón tiene una característica interesante que, por supuesto, todo sitio turístico hay que darle un mantenimiento para que pueda ser sostenible. La infraestructura del malecón, que se asemeja a una gran embarcación y eso hace la representación a lo que implica Guayaquil como puerto marítimo. Entonces, la infraestructura es interesante. En servicios, el malecón desde punta a punta, desde la parte de la calle Olmedo, donde comienza, El Palacio de Cristal hasta donde está el Fortín de La Planchada, toda esta parte que comprende, hay un sinnúmero de prestadores, ya sea restaurantes, turísticos, gastronómicos, en fin. Y aparte que tiene una interacción con la naturaleza, pues hay un gran espacio de que viene a ser el jardín que está al frente del Hotel Ramada. Entonces, en servicios turísticos, el malecón tiene una oferta interesante también, desde cafeterías, restaurantes, bares, tiendas de souvenir, emprendedores y obviamente también otro tipo de atracciones, como juegos, ya sea juegos mecánicos, plazoletas en sí y obviamente lo que es la Noria (rueda moscovita).

3. ¿Qué desafíos o problemas has observado en la gestión del Malecón 2000 que podrían haber afectado negativamente la experiencia de los visitantes o el desarrollo turístico de la zona?

Creo que falta un poquito más de sensibilización. De sensibilización en habilidades blandas en capacitar a la gente en que se empoderen sobre el sitio. Como es un punto de encuentro muy popular y muy llamativo por la ciudad, entonces convergen también los vendedores ambulantes. Entonces, esa quizás, esa falta de tenerlos ahí tan cerca, obviamente porque es un punto de encuentro familiar, un punto de encuentro de turistas locales, nacionales, entonces quizás eso de no tenerlos regularizados, porque la idea es no sacarlos, sino que

regularizarlos con un uniforme, con un kit de identificación. Entonces, ahí tú vas regulando al vendedor informal que está en la periferia del malecón. Entonces, esa es una campaña de sensibilización al vendedor informal. Y aparte, a la persona que va a visitar el espacio del malecón Simón Bolívar, también tienes que sensibilizarlo en cuidar el uso y el espacio del malecón. Porque esa es otra cosa también. La gente que va muchas veces por descuido, vamos a decirlo así, logran deteriorar ciertas partes de la infraestructura. Entonces, también viene una campaña de sensibilización hacia las personas que visitan, especialmente del turista local, que deben conservar y preservar este espacio que es icónico dentro de la ciudad.

4. ¿Cómo ha cambiado la demanda y las preferencias de los visitantes al Malecón 2000 a lo largo de los años? ¿Cómo se han adaptado o deberían adaptarse las ofertas turísticas para satisfacer estas demandas cambiantes?

Mira, ahora en tiempos de post pandemia, se evidenció que lo que la gente quiere en cuanto a lo que pueda encontrar en un sitio turístico como malecón 2000. El turista actual busca sitios donde pueda tener espacios de uso de actividades al aire libre. El malecón Simón Bolívar presenta esa característica, que es un espacio a la ley de libre. Tú caminas por el malecón y te encuentras con muchos atractivos, cafeterías, bares, pero la gran mayoría, el 70 %, son actividades al aire libre. Ese es un punto a favor que tiene el malecón. Ahora, lo que debería estar más a la vanguardia es que, por ejemplo, para lograr satisfacer a cierta demanda, el malecón debería brindar ciertas facilidades en que, por ejemplo: acceso a información digital, indicando dónde usted se encuentra y qué puede hacer. O si no hay la tecnología en digital, por lo menos tener señaléticas informativas de qué puedes hacer, recomendaciones, usos y usted está donde puede observar aves, flora, puedes comprar esto, puedes hacer eso. Creo que falta eso, tener un poquito más de información sobre las actividades dentro del malecón. Porque tú puedes caminar tantas hectáreas que son, pero también debes tener una información de en qué zona o en qué área puedes hacer ciertas actividades. Creo que eso sería lo más idóneo.

5. En su opinión, ¿cómo se puede mejorar la promoción y la difusión del Malecón 2000 como destino turístico? ¿Qué estrategias de marketing o colaboraciones consideras beneficiosas?

Debería estar un website de malecón 2000 linkeado a la página web del municipio de Guayaquil. Pero ésta no está linkeada. Entonces, por ejemplo, la empresa pública de turismo ahora está haciendo campañas interesantes en Facebook, Instagram, pero sobre actividades turísticas y lo están involucrando al malecón Simón Bolívar y está bien. Pero el malecón también funciona a través de una fundación. Entonces, esa fundación debe haber un trabajo en sinergia con la empresa pública que impulse conocer el malecón. Presentar actividades que dentro de un plan de comunicación, dé a conocer al turista lo que puede hacer dentro del malecón. Asimismo, esta fundación también debería tener una web donde indican, porque ahorita lo que no se ve, no se vende. En la parte digital. Entonces, debería haber por lo menos un Instagram, por lo menos un Facebook, un fan page donde indiquen actividades turísticas del malecón y deben estar linkeadas a las páginas oficiales de turismo de Guayaquil, a la página oficial de la Fundación Simón Bolívar. Y otra estrategia más que debería ser un poquito más idónea, Guayaquil es un punto de encuentro de tanta historia y Guayaquil tiene inclusive cultura y naturaleza, y el malecón también tiene esa parte. Entonces, por ejemplo, segmentar, y lo estuvo haciendo ahora último, hacían recorridos específicos. Por ejemplo, recorridos de aviturismo, otro recorrido sobre la flora que hay en el malecón, otro puede ser turismo de lupa, que consiste en que los niños vayan con su lupa y acudan a los jardines e identifiquen el tipo de hongos o tipos de insectos que se pueden ver con la lupa. En donde se va segmentando actividades e involucrando a la comunidad. Esto es lo que faltaría más, estrategias de involucramiento con la comunidad, para que obviamente exista, más allá del recorrido que va, sino que sean partícipes dentro de actividades propias del malecón 2000.

6. ¿Qué medidas se deben implementar o deberían implementarse para garantizar la sostenibilidad ambiental y cultural en el Malecón 2000, teniendo en cuenta el crecimiento del turismo?

Considero que se debe adoptar son campañas de sensibilización para la conservación del espacio hacer partícipe a los visitantes que no contaminen el lugar como, por ejemplo: rayando los árboles, dado que se observa paredes, árboles rayados con frases obscenas o políticas. Para lo cual se deben de crear campañas de sensibilización sobre el mantenimiento de las instalaciones, también sobre la flora que hay en el sitio, sobre los espacios públicos. Creo que debería implementarse un modelo de capacidad de carga para el malecón. La afluencia del malecón bordea tranquilamente las 10.000 personas más menos, pero debe establecerse una capacidad de carga. Para saber cuál es la verdadera capacidad de carga que puede resistir y según las horas donde son los picos más altos y los días con mayores visitas. De ahí, la importancia de un modelo de gestión de capacidad de carga del malecón para que sea sostenible, no se sature y pueda seguir siendo ese punto icónico de encuentro de la ciudad. Lo más lógico, es establecer capacidad de carga que no lo hay, dentro del malecón.

7. ¿Qué oportunidades de desarrollo turístico identificas en el Malecón 2000 para los próximos años? ¿Qué proyectos o iniciativas podrían fortalecer aún más su atractivo turístico?

Se ha intentado mucho recuperar el turismo fluvial, existe ahí ciertos muelles, cerca del hotel Ramada, donde hay una embarcación que hace cierto recorrido, y está bien, pero de hacerse la ría Guayas que tiene una historia tan rica debería fortalecerse en otras actividades también. Está cerca la isla Santay aunque pertenezca a la administración del cantón Durán. Pero establecerse puntos más de encuentro o recatar verdaderamente la parte de zonas inundables, como es la isla, que es una zona que debería ser considerada como un atractivo turístico. Conectar también con Durán, con el muelle de Samborondón dentro del Parque Histórico, crear rutas fluviales, pero con un estudio de mercado real, saber cuál es el verdadero aprovechamiento que se pueda hacer de la ría. Obviamente,

tiene que pasar esto del dragado del río, y que ese islote que se ha formado, hay que ver la manera de cómo se lo puede mitigar. Y otro espacio que hay que ver es el de la parte cultural. Dentro de la calle Simón Bolívar también existen muchas que tienen tanta historia que mucha desconoce. Entonces, también hay edificios antiguos y modernos. Eso es lo que hace interesante a Guayaquil, porque hay una serie de edificaciones, antiguas, semicoloniales, coloniales y modernos. Esa mezcla que no es heterogénea, sino que es diversa, también genera un punto interesante dentro de las edificaciones culturales, con lo que se puede ir marcando ciertos puntos interesantes. Entre otras cosas interesantes que podría trabajarse para que pueda ir, el malecón en sí. Este no se cuenta con puntos de información, apenas hay uno en la avenida 9 de octubre, hay otra que no está habilitada por la calle Loja. Entonces, tener estos puntos, más de información, más bien sería de asistencia turística, donde se debe tener información en diferentes idiomas.

3.5. Análisis de la entrevista

A medida que las preferencias de viaje cambian hacia experiencias al aire libre y ricas en información, Malecón 2000 se encuentra en una encrucijada donde la adaptación y la innovación son imperativas. Implementar tecnología y señalización es fundamental para mejorar la experiencia del visitante. Además, la promoción digital y la colaboración entre diferentes entidades, como la Fundación Malecón 2000 y las empresas turísticas nacionales, serán fundamentales para aumentar la visibilidad y el atractivo del espacio. De cara al futuro, la sostenibilidad ambiental y cultural se consideran los principales pilares del desarrollo de Malecón 2000. Para garantizar la sostenibilidad del espacio es imprescindible implementar medidas como la determinación de la capacidad de carga y la implementación de campañas informativas. Además, el desarrollo de los cauces fluviales, la integración de la historia cultural de Guayaquil y el mejoramiento de los puntos de información y asistencia turística pueden ser oportunidades valiosas para enriquecer el producto turístico y mejorar significativamente la experiencia y el aprendizaje de los visitantes.

3.6. Evaluación de la gestión y desarrollo turístico

Para la evaluación de las variables definidas en el estudio: gestión y desarrollo turístico. Se establecen los siguientes indicadores para cada una de ellas. En la tabla 13 están los indicadores considerados para medir la gestión turística.

Tabla 13. *Indicadores de evaluación de la gestión turística*

Área de Enfoque	Indicador	Métrica
Investigación y Documentación	Número de documentos históricos recopilados	Documentos recopilados al año
Desarrollo de Rutas	Número de rutas temáticas diseñadas	Rutas disponibles para el público
Formación de Guías	Número de guías capacitados en nuevas narrativas	Guías formados anualmente
Eventos Culturales	Número de eventos culturales realizados	Eventos al año
Participación Local	Número de artistas y artesanos locales involucrados	Participantes en eventos y actividades
Espacios Interactivos	Número de espacios interactivos establecidos	Espacios disponibles en el Malecón
Satisfacción del Visitante	Puntuación promedio en encuestas de satisfacción	Escala de 1 a 5 (1: insatisfecho, 5: muy satisfecho)
Afluencia Turística	Número total de visitantes al Malecón	Visitantes al año
Sostenibilidad	Porcentaje de residuos reciclados en el Malecón	% de residuos reciclados mensualmente

Elaborado: González (2023)

En la tabla 14 se presentan los indicadores de evaluación de desarrollo turístico.

Tabla 14. *Indicadores de evaluación de desarrollo turístico*

Área de Enfoque	Indicador	Métrica
Investigación y Patrimonio	Número de puntos históricos y culturales destacados	Puntos identificados y señalizados

Desarrollo de Rutas	Número de nuevas rutas temáticas lanzadas	Rutas lanzadas anualmente
Infraestructura	Kilómetros de senda peatonal y áreas de descanso añadidas	Km/año y áreas/año
Eventos Culturales	Número de eventos culturales nuevos introducidos	Eventos nuevos al año
Innovación	Número de soluciones tecnológicas implementadas (e.g. apps, kioskos)	Implementaciones/año
Formación y Capacitación	Horas de capacitación ofrecidas a guías y personal	Horas/año
Alianzas	Número de colaboraciones con entidades locales y nacionales	Nuevas alianzas/año
Sostenibilidad	Proyectos enfocados en sostenibilidad lanzados	Proyectos/año
Participación Local	Programas de inclusión para la comunidad local	Programas lanzados/año
Promoción y Marketing	Alcance de campañas publicitarias específicas para el Malecón	Personas alcanzadas/año

Elaborado: González (2023)

A continuación, los resultados de cada una de las dimensiones de estudio (gestión y desarrollo turístico), ver tabla 15 y 16.

Tabla 15. Indicadores de evaluación de gestión turística

Área de Enfoque	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	TOTAL	PROMEDIO
Investigación y Documentación	3,00	1,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00	3,00	1,00	2,00	0,00	14,00	1,27
Desarrollo de Rutas	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	3,00	12,00	1,09
Formación de Guías	12,00	20,00	15,00	18,00	16,25	10,00	19,00	25,00	0,00	18,00	27,00	180,25	16,39
Eventos Culturales	7,00	12,00	16,00	14,00	12,00	15,00	10,00	17,00	3,00	8,00	17,00	131,00	11,91
Participación Local (Asociaciones)	32,00	46,00	41,00	60,00	69,00	89,00	101,00	134,00	13,00	45,00	69,00	699,00	63,55
Espacios Interactivos	5,00	7,00	7,00	4,00	8,00	6,00	13,00	10,00	3,00	11,00	13,00	87,00	7,91
Satisfacción del Visitante	7,00	7,50	8,45	8,00	8,00	7,89	8,78	8,00	7,00	8,25	8,00	86,87	7,90
Afluencia Turística (millones de visitantes)	19,20	20,10	20,00	22,00	22,90	21,00	22,00	22,12	6,90	12,00	14,89	203,11	18,46
Sostenibilidad	67,89	72,45	70,00	70,00	76,89	75,00	76,43	71,78	62,00	70,00	68,00	-	70,95

Elaborado: González (2023)

Para evaluar la gestión turística en el Malecón 2000 se consideró los siguientes componentes: Investigación y Documentación, Desarrollo de Rutas, Formación de Guías, Eventos Culturales, Participación Local (Asociaciones), Espacios Interactivos, Satisfacción del Visitante, Afluencia Turística (millones de visitantes) y Sostenibilidad datos obtenidos de la Fundación Malecón. Reflejadas en la tabla 15 en valores las cuales representa lo cumplido efectivamente en cada año en esa área de trabajo, para el final del periodo sacar una sumatoria total y el promedio del periodo en cada área.

En la tabla 16 se establecen los parámetros de lo proyectado y los alcanzados en esta variable de estudio, teniendo una comparación reflejándolo en porcentaje en cuanto a su totalidad.

Tabla 16. *Calificación de componentes de gestión turística*

Área de Enfoque	IDEAL	ALCANZADO	%
Investigación y Documentación	30,00	14,00	46,67%
Desarrollo de Rutas	50,00	12,00	24,00%
Formación de Guías	500,00	180,25	36,05%
Eventos Culturales	300,00	131,00	43,67%
Participación Local (Asociaciones)	800,00	699,00	87,38%
Espacios Interactivos	120,00	87,00	72,50%
Satisfacción del Visitante	10,00	7,90	79,00%
Afluencia Turística (millones de visitantes)	500,00	203,11	40,62%
TOTAL	2310,00	1334,26	57,76%

Elaborado: González (2023)

Como se ve en la tabla 16, en lo que corresponde a la Gestión Turística, los resultados presentan las siguientes observaciones:

En el componente de Investigación y Documentación se logró 14 de 30 documentos proyectados en el período, es decir, se necesita fomentar la investigación histórica y cultural de este sitio icónico de la ciudad. Puesto que no se ha llegado ni a la mitad de lo proyectado para el período.

En el componente de Desarrollo de Rutas se alcanzó 12 de 50 rutas potenciales que se pueden implementar en el Malecón 2000, es decir, se necesita que la administración tome la decisión de implementarlas para lo cual debe de asignar los respectivos presupuestos para que se puedan poner en marcha.

En el componente de Formación de Guías se formó anualmente a un promedio de 180 personas sobre un posible de 500. Se debe fomentar la participación de estudiantes de las diversas facultades de turismo a que se capaciten para que amplíen su conocimiento turístico sobre un lugar turístico representativo de la ciudad.

En el componente de Eventos Culturales se concretó 131 de 300 eventos culturales proyectados en el futuro. Se debe fomentar la cultura en la ciudad con la organización de diferentes eventos culturales en los diferentes espacios que cuenta el Malecón 2000.

En el componente de Participación Local (Asociaciones) participaron 699 de 800 estimadas. Por tanto, se deben de incentivar la participación de artesanos de otras provincias cercanas a que participen en las diferentes ferias que se organicen.

En el componente de Espacios Interactivos solamente se alcanzó 87 de los 120 previstos, por tanto, es necesario conocer cuáles fueron las razones que impidieron que se sigan creando estos espacios. Dado que son sitios que atraen a un segmento de visitantes en diferentes meses del año.

En el componente de Satisfacción del Visitante se logró a lo largo del período una calificación de 7,90/10 que equivale a muy buena, aunque las expectativas es lograr 10/10. Pero siempre se presentarán situaciones que impedirán el logro de la meta propuesta.

En el componente de Afluencia Turística (millones de visitantes) llegaron en el período 203,1 millones de visitantes de lo proyectado que fue 500 millones de personas. Considerar que en el año 2020.

El índice global de desempeño de la gestión turística fue de 57,76% que equivale a regular.

Tabla 17. Indicadores de evaluación de desarrollo turístico

Área de Enfoque	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	TOTAL	PROMEDIO
Investigación y Patrimonio	8	8	9	9	8	7	11	10	4	8	7	89,00	8,09
Desarrollo de Rutas	3	3	5	4	2	3	2	1	0	2	4	29,00	2,64
Infraestructura	1	0	0,78	2	1,45	0	0	3	0	1	2	11,23	1,02
Eventos Culturales	4	5	3	5	6	5	3	4	2	5	6	48,00	4,36
Innovación	3	0	2	1	0	0	1	1	0	2	2	12,00	1,09
Formación y Capacitación	120	100	109	140	90	90	106	90	25	78	95	1043,00	94,82
Alianzas	0	2	1	4	0	5	2	4	1	3	3	25,00	2,27
Sostenibilidad	1	0	0	2	0	1	0	0	0	2	2	8,00	0,73
Participación Local	3	2	0	0	0	2	1	2	0	1	3	14,00	1,27
Promoción y Marketing (miles de personas)	300	390	250	400	500	500	500	600	700	800	900	5840,00	530,91

Elaborado: González (2023)

Tabla 18. *Calificación de componentes de desarrollo turístico*

Área de Enfoque	IDEAL	ALCANZADO	%
Investigación y Patrimonio	150,00	89,00	59,33%
Desarrollo de Rutas	45	29,00	64,44%
Infraestructura	50	11,23	22,46%
Eventos Culturales	150	48,00	32,00%
Innovación	40	12,00	30,00%
Formación y Capacitación	2500,00	1043,00	41,72%
Alianzas	50	25,00	50,00%
Sostenibilidad	30	8,00	26,67%
Participación Local	60,00	14,00	23,33%
Promoción y Marketing (miles de personas)	7000	5840,00	83,43%
TOTAL	10075,00	7119,23	70,66%

Elaborado: González (2023)

Para evaluar el desarrollo turístico en el Malecón 2000 se consideró los siguientes componentes: Investigación y Patrimonio, Desarrollo de Rutas, Infraestructura, Eventos Culturales, Innovación, Formación y Capacitación, Alianzas, Sostenibilidad, Participación Local y Promoción y Marketing (miles de personas), información detallada por la Fundación Malecón. Las cuales se pueden ver establecidas en las tablas 17 y 18, teniendo así en la primera parte una ilustración informativa que cuenta con cantidades en cuanto a los resultados del desarrollo turístico, lo logrado; para luego pasar a los porcentajes de calificación basado en la comparación de lo proyectado y lo alcanzado.

En la tabla 18 se establecen los parámetros de calificación ideal y los alcanzados en esta variable de estudio.

En el componente de Investigación y Patrimonio se alcanzó 89 de 150 nuevos puntos históricos identificados en toda la extensión del Malecón 2000.

En el componente de Desarrollo de Rutas solo se logró concretar 29 de las 45 fijadas para el período. Este componente es importante para la promoción del desarrollo turístico.

En el componente de Infraestructura se mejoró 11,23 kilómetros de 50 kilómetros proyectados.

En el componente de Eventos Culturales solamente se concretaron 48 nuevos eventos de este tipo de 150 programados. Impulsar estos eventos posiciona al Malecón 2000 como un buen lugar para el fomento de la cultura en la ciudad.

En el componente de Innovación solamente se logró 12 de 40. Ofrecer estas innovaciones proporciona al turista comodidad, rapidez y disponibilidad inmediata de información.

En el componente de Formación y Capacitación solo se cumplió con 1043 de las 2500 horas de formación. Este componente ha demostrado ser un factor clave para promover el éxito de los destinos turísticos.

En el componente de Alianzas se consolidó con 25 de las 50 fijadas. Estas permiten fortalecer los fortalecer los procesos para responder a las demandas de un público cada vez más informado y un sector turístico mucho más amplio y diverso.

En el componente de Sostenibilidad se consolidó la asociación con 8 de 30 planificadas. Estos proyectos se enfocan en minimizar el impacto en el medio ambiente en el presente y el futuro de la actividad turística del Malecón 2000.

En el componente de Participación Local se concretó 14 de 60 programas de participación ciudadana. Contar con la participación ciudadana permitiría que los beneficios sean retenidos en los lugares incorporados al turismo (con efectos positivos en las condiciones de vida de los ciudadanos).

En el componente de Promoción y Marketing (miles de personas) se llegó a cerca de 6 millones de personas mediante las diferentes campañas, cuando se previó un alcance de 7 millones de personas. La promoción y marketing es un factor fundamental de la industria turística para generar negocio y oportunidades. Para motivar, sensibilizar, convencer y poner en boca de los potenciales usuarios, visitantes o viajeros cada uno de los valores que ofrece el Malecón 2000.

El índice global de desempeño del desarrollo turístico fue de 70,06% que equivale a buena.

CAPÍTULO 4: PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta.

Plan estratégico para el mejoramiento de la gestión y desarrollo turístico del Malecón 2000 de Guayaquil.

4.2. Justificación de la propuesta.

El Malecón 2000 de Guayaquil es más que un lugar para relajarse, es un testigo silencioso de la historia y la cultura de la ciudad. La sostenibilidad es esencial no sólo para proteger el medio ambiente, sino también para garantizar que los visitantes nacionales y extranjeros reciban una agradable experiencia en su visita al sitio. A través de una planificación adecuada, es posible identificar y fortalecer alianzas entre el sector público y privado, la comunidad y otros actores relevantes del turismo, lo que conduce a un desarrollo más armónico y beneficios.

4.3. Objetivo general de la propuesta.

Proponer un plan de gestión y desarrollo turístico del Malecón 2000, impulsando una experiencia turística sostenible, inclusiva y de calidad logrando impulsar la economía de Guayaquil.

4.3.1. Objetivos específicos.

Diseñar actividades que destaquen la identidad del Malecón de Guayaquil, ofreciendo rutas guiadas y eventos que celebren su rica historia y cultura.

Establecer programas formativos que involucren a la comunidad en la gestión turística del Malecón 2000, asegurando beneficios directos del auge turístico.

Adoptar medidas para una gestión turística sostenible en el Malecón, promoviendo el respeto por su entorno y garantizando actividades turísticas éticas.

4.3.2. Presentación del plan de gestión y desarrollo turístico.

Se debe considerar que el Malecón 2000, es un símbolo de la revitalización de la ciudad donde convergen la historia, la cultura y la modernidad. Esta propuesta busca fortalecer la identidad del Malecón, impulsar la participación de la ciudadanía y adoptar un enfoque sostenible para una mejor gestión y desarrollo turístico del lugar.

OBJETIVO 1: Diseñar actividades que destaquen la identidad del Malecón de Guayaquil, ofreciendo rutas guiadas y eventos que celebren su rica historia y cultura.

Para el cumplimiento de este objetivo se proponen las siguientes estrategias.

Estrategia 1: Integrar narrativas histórico-culturales

Esta estrategia se enfoca en el desarrollo de recorridos temáticos que aborden aspectos clave de la historia y cultura de Guayaquil y el Malecón 2000. Mediante la curación de contenidos y la formación especializada de guías.

Acciones

- Investigar y documentar eventos, personalidades y momentos históricos
- Diseñar diferentes rutas temáticas, como "La Evolución Arquitectónica del Malecón" o "Personajes Emblemáticos de Guayaquil".
- Capacitar a guías locales sobre estas narrativas, enfatizando técnicas de narración atractivas y participativas.

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de: documentos históricos recopilados y analizados, guías capacitados en las nuevas narrativas y técnicas de narración, total de rutas temáticas diseñadas y disponibles para el público.

Estrategia 2: Creación de espacios interactivos de memoria y cultura

Enfocándose en la interacción y el aprendizaje, esta estrategia propone el diseño e implementación de áreas dentro del Malecón donde los visitantes puedan interactuar con elementos que resalten la identidad guayaquileña.

Acciones

- Identificar zonas específicas del Malecón para establecer estos espacios interactivos.
- Colaborar con artistas, tecnólogos y historiadores para diseñar las instalaciones.
- Promover activamente estos espacios entre los visitantes, ofreciendo incluso tours especiales que los incluyan en su recorrido

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de: festividades y celebraciones tradicionales identificadas y adaptadas para el Malecón, total de artistas, músicos y artesanos locales invitados y que han participado en los eventos, total de eventos programados en la agenda anual.

Estrategia 3: Celebración de Eventos Culturales Autóctonos

Aprovechar el espacio del Malecón 2000 como un escenario viviente, esta estrategia propone organizar eventos periódicos que celebren la cultura autóctona de Guayaquil.

Acciones

- Identificar festividades y celebraciones tradicionales de Guayaquil y adaptarlas para su realización en el Malecón.
- Invitar a artistas, músicos y artesanos locales para presentaciones y talleres en vivo.
- Establecer una agenda anual de eventos culturales, asegurando diversidad y representatividad.

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de: zonas específicas identificadas y designadas para la implementación de espacios interactivos, colaboraciones formalizadas con expertos (artistas, tecnólogos, historiadores) visitantes que han participado en tours especiales enfocados en los espacios interactivos.

OBJETIVO 2: Establecer actividades que destaquen la identidad del Malecón de Guayaquil, ofreciendo rutas guiadas y eventos que celebren su rica historia y cultura.

Para el logro de este objetivo se plantean las siguientes estrategias a seguir.

Estrategia 1: Efectuar un estudio profundo sobre la cultura, historia y transformación del Malecón y Guayaquil.

Estrategia 2: Estructurar rutas turísticas guiadas por el Malecón 2000.

Estrategia 3: Organizar un programa anual de eventos culturales.

Acciones para el logro de las estrategias

Se debe efectuar las siguientes acciones para la **estrategia 1:**

- Conformar un equipo de historiadores, antropólogos, sociólogos y expertos con visita a archivos históricos.
- Emplear herramientas digitales y software especializado para digitalizar y catalogar la información recopilada, tecnología de mapeo.
- Definir un plan para actualizar el estudio periódicamente, incorporando nuevos hallazgos o eventos relevantes que ocurran en el futuro.

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de: expertos contratados, documentos recopilados, entrevistas realizadas, número de documentos digitalizados, puntos mapeados.

Número de: visitas realizadas, fotografías y grabaciones, talleres y mesas redondas realizadas.

Número de: Participantes en los talleres, Número de copias publicadas, plataformas de difusión utilizadas, actualizaciones realizadas y hallazgos

Estas son las acciones para la **estrategia 2:**

- Establecer el perfil del público objetivo para cada ruta (familiar, estudiantil, para turismo internacional, etc.)
- Organizar cursos y talleres para formar guías especializados en las temáticas de las rutas, fomentando a los jóvenes.

- Asegurarse de que las rutas sean accesibles para personas con discapacidad, adicionalmente, establecer puntos de descanso, hidratación y servicios sanitarios en la ruta, determinar puntos de inicio y finalización de la ruta, así como posibles puntos de encuentro para grupos grandes.

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de: puntos emblemáticos identificados, cantidad de entrevistas realizadas, número de temáticas definidas, cantidad de puntos de interés por ruta.

Numero de: duración promedio de las rutas, guías capacitados, horas de capacitación por guía, cantidad de materiales impresos producidos.

Número de: descargas/uso de la aplicación o plataforma digital, número de puntos de descanso establecidos, cantidad de servicios sanitarios disponibles.

Número de: paquetes turísticos vendidos, tasa de interacción en redes sociales.

Estas son las acciones para la **estrategia 3:**

- Identificar las fechas más apropiadas para cada evento
- Crear y ejecutar un plan de marketing y publicidad para cada evento, utilizando medios tradicionales y redes
- Establecer alianzas con instituciones culturales, escuelas, universidades, e invitando artistas o expertos

Indicadores cuantitativos para medir el cumplimiento de las acciones

Número de encuestas realizadas, grupos focales organizados, objetivos definidos, cantidad de indicadores de éxito establecidos, eventos programados.

Numero de: diversidad temática, variedad de formatos, locaciones reservadas, cantidad de servicios contratados, materiales promocionales distribuidos.

Numero de: alcance en redes sociales, alianzas establecidas, cantidad de artistas o expertos invitados, talleres o cursos ofrecidos, cantidad de participantes en formaciones.

OBJETIVO 3: Adoptar medidas para una gestión turística sostenible en el Malecón, promoviendo el respeto por su entorno y garantizando actividades turísticas éticas.

Este objetivo se logra con la aplicación de las siguientes estrategias.

Estrategia 1: Promover la Conciencia Ambiental

Esta estrategia se centra en la educación y sensibilización de los visitantes y residentes locales sobre la importancia de mantener y proteger el entorno del Malecón. Mediante campañas de concienciación.

Acciones:

- Implementar campañas de sensibilización sobre la importancia de cuidar el entorno natural y patrimonial del Malecón.
- Instalar estaciones de reciclaje en puntos estratégicos.

Estrategia 2: Fomentar el Turismo Responsable y Ético

Se enfoca en garantizar que las actividades turísticas se realicen con respeto y consideración hacia la cultura local, el patrimonio y el entorno.

Acciones:

- Capacitar a guías turísticos sobre prácticas de turismo responsable, para las personas Crear códigos de conducta destaquen prácticas éticas durante su visita.
- Establecer programas de turismo comunitario que involucren a la población local, asegurando una distribución justa de ingresos, por otra parte Incentivar a los comerciantes y vendedores del Malecón a adoptar prácticas comerciales éticas y sostenibles.

Estrategia 3: Integrar la Sostenibilidad en la Infraestructura y Operaciones

Se trata de adoptar un enfoque estructural y operacional hacia la sostenibilidad. Más allá de la conciencia y la educación, esta estrategia aborda la necesidad de implementar soluciones prácticas y tecnológicas que reduzcan el impacto ambiental del Malecón.

Acciones:

- Evaluar y renovar la infraestructura iluminación LED, sistemas de recolección de agua de lluvia, etc.

- Adoptar tecnologías limpias, implementar sistemas de monitoreo y reporte, establecer alianzas con organizaciones locales e internacionales enfocadas en sostenibilidad.

CONCLUSIONES

El Malecón 2000 no sólo es un atractivo para los visitantes extranjeros, sino que también ha demostrado ser un destino indispensable para los locales, atrayendo a una amplia gama de edades y géneros. Esta diversidad demográfica muestra que el Malecón no es sólo un destino turístico sino también un espacio comunitario que atiende diversas necesidades e intereses.

Aunque las reseñas generales de los visitantes fueron positivas, los indicadores de desempeño revelaron áreas de mejora, particularmente en la gestión turística. El desarrollo del turismo se considera más favorable, lo que muestra el potencial para una mayor capitalización y mejora en el sector.

La encuesta destaca varios factores importantes para el éxito del Malecón 2000, incluyendo seguridad, limpieza, servicios diversos y colaboración entre industrias.

El Malecón 2000, aunque es un ícono de Guayaquil, enfrenta desafíos de regulación, mantenimiento, sostenibilidad y adaptación al cambio de las tendencias del turismo.

RECOMENDACIONES

Como la diversidad demográfica está bien establecida, es importante que las ofertas y servicios se revisen y ajusten continuamente en consecuencia. Esto puede incluir encuestas periódicas, grupos focales y otras formas de retroalimentación para mantenerse al día con las necesidades cambiantes. Para alcanzar el índice de desempeño de gestión turística “justo”, es necesario priorizar las áreas identificadas por los encuestados. Esto puede incluir un mejor mantenimiento, mayor seguridad y proyectos de desarrollo integrados para mejorar la experiencia del visitante.

La cooperación entre los sectores público y privado es importante. Se puede formar una mesa redonda o comité para garantizar que todas las partes interesadas estén incluidas en las decisiones y mejoras del estacionamiento. Dado que la seguridad ambiental se considera una amenaza, es esencial implementar prácticas sostenibles. Esto puede implicar campañas de concientización, iniciativas de reciclaje y actividades ecológicas.

Con las preferencias de viaje cambiando hacia experiencias más informativas y al aire libre, es necesario considerar la integración de tecnología moderna y señalización digital y publicidad para atraer a un público más amplio

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de preguntas para encuesta dirigida a visitantes

Por favor, responde las siguientes preguntas seleccionando la opción que mejor describe tu experiencia y opinión en relación con tu visita al Malecón 2000 de Guayaquil. Gracias por tu participación. Tus respuestas son valiosas para evaluar la gestión y desarrollo del turismo urbano en el Malecón 2000 de Guayaquil.

1. ¿Cuál es su rango de edad?

- a) 18-25 años**
- b) 26-35 años**
- c) 36-45 años**
- d) 46-55 años**
- e) 56-65 años**

Más de 65 años

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino**
- b) Femenino**
- c) Prefiero no decirlo**

3. ¿Cuál es su nacionalidad?

- a) Ecuador**
- b) Extranjero**

4. ¿Como califica su experiencia en el malecon 2000?

- a) 0 veces
- b) 1-2 veces
- c) 3-5 veces
- d) Mas de 5 veces

5. **¿Cuántas veces has visitado el Malecón 2000 en los últimos 12 meses?**

- a) 0 veces
- b) 1-2 veces
- c) 3-5 veces
- d) Más de 5 veces

6. **¿Qué tipo de actividad realizaste principalmente en tu última visita al Malecón 2000?**

- a) Compras
- b) Comer en restaurantes
- c) Disfrutar de las atracciones turísticas
- d) Recorrer la zona a pie o en bicicleta
- e) Otro (por favor, especifica)_____

7. **¿Cuál considera ha sido el principal aporte del MALECÓN 2000 a la ciudad?**

- a) Ha mejorado la imagen urbana, la seguridad ciudadana y la calidad de vida de los habitantes
- b) Ha aumentado la oferta hotelera, gastronómica y comercial de la ciudad
- c) Ha generado empleo, ingresos y desarrollo económico para la ciudad
- d) Ha fomentado la cultura, la educación y el entretenimiento para los visitantes

8. **¿Qué aspecto le parece más importante para mejorar la gestión y desarrollo del turismo urbano del Malecón 2000?**

- a) La seguridad y limpieza de las instalaciones y el entorno

- b) La diversificación y calidad de los servicios y productos turísticos**
- c) La participación y coordinación de los actores públicos y privados involucrados**
- d) La promoción y difusión del Malecón 2000 como un destino turístico atractivo**

9. ¿Qué principal factor ha influido en el éxito del Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

- a) La ubicación estratégica, la recuperación del espacio público y la integración de la ciudad con el río**
- b) La inversión económica, la innovación tecnológica y la diversificación de la oferta turística**
- c) La visión política, la gestión participativa y la articulación de los actores turísticos públicos y privados**
- d) Todas las anteriores**

10. ¿Qué oportunidad y potencialidad principal considera se presenta para el Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

- a) La integración con otros proyectos de desarrollo urbano, social y económico de la ciudad**
- b) La diversificación y especialización de los productos y servicios turísticos que ofrece**
- c) La adaptación a las nuevas tendencias, demandas y preferencias de los turistas actuales**
- d) Todas las anteriores**

11. ¿Cuál considera la principal amenaza y riesgo que se enfrenta el Malecón 2000 como proyecto de regeneración urbana y turística?

- a) La competencia de otros destinos turísticos nacionales e internacionales**
- b) La falta de mantenimiento, conservación y seguridad de las instalaciones y el entorno**

- c) El cambio climático, los desastres naturales y la contaminación ambiental
- d) Todas las anteriores

Anexo 2. CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA DIRIGIDA A MIEMBROS DEL SECTOR TURÍSTICO DE GUAYAQUIL

1. Como miembro del sector turístico de Guayaquil, ¿cómo describiría el impacto del Malecón 2000 en el turismo de la ciudad durante la última década?
2. ¿Cuáles consideras que han sido los principales logros en la gestión del Malecón 2000 en términos de atracciones, infraestructura y servicios turísticos?
3. ¿Qué desafíos o problemas has observado en la gestión del Malecón 2000 que podrían haber afectado negativamente la experiencia de los visitantes o el desarrollo turístico de la zona?
4. ¿Cómo ha cambiado la demanda y las preferencias de los visitantes al Malecón 2000 a lo largo de los años? ¿Cómo se han adaptado o deberían adaptarse las ofertas turísticas para satisfacer estas demandas cambiantes?
5. En su opinión, ¿cómo se puede mejorar la promoción y la difusión del Malecón 2000 como destino turístico? ¿Qué estrategias de marketing o colaboraciones consideras beneficiosas?
6. ¿Qué medidas se han implementado o deberían implementarse para garantizar la sostenibilidad ambiental y cultural en el Malecón 2000, teniendo en cuenta el crecimiento del turismo?

7. ¿Qué oportunidades de desarrollo turístico identificas en el Malecón 2000 para los próximos años? ¿Qué proyectos o iniciativas podrían fortalecer aún más su atractivo turístico?

Anexo 3. Fotos



Figura 2.Hemiciclo de “La Rotonda”.



Figura 3. Palacio de Cristal.



Figura 4. Monumento a José J. de Olmedo.



Figura 5. Encuesta en Malecón 2000.



Figura 6. Encuesta en Malecón 2000.



Figura 7. Encuesta en Malec3n 2000.

Referencias Bibliográficas

Almeida, E., & Carvajal, G. (2023, Enero-Junio). La aplicación de Sistemas De Gestión de Calidad para negocios turísticos gastronómicos. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, (13), 1-16.

Barros, F. (2021, March 5). *Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador Range of sustainable*. SciELO Ecuador.

<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v8n1/2477-8850-siembra-08-01-02414.pdf>

Cedeño, C., Loor, L., & Ruiz, A. (2020). Estrategias para la gestión sostenible del turismo rural alternativo en la Ruta del Encanto del cantón de Portoviejo. *RECUS*, 5(1), 78-88.

Colpas, F., Taron, A., & Gonzalez, R. (2020). Plan estratégico para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad de Cartagena, Colombia. *Espacios*, 41(31), 215-223.

Gonzalez, F., & Morales, S. (2009). La oferta del turismo: atracciones y productos. In *Ciudades esfimeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos* (pp. 33-34). https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=El7u8ZP-YKgC&oi=fnd&pg=PA5&dq=turismo+urbano&ots=JPj2KleS8l&sig=un8C9xrYbNhr0-UN_qEKdnAPHuo#v=onepage&q=turismo%20urbano&f=true

Herrera, M. (2020). *Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador*. Repositorio UASB. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7769/1/T3359-MRI-Herrera-Analisis.pdf>

Judd, D. (2003). *El turismo urbano y la geografía de la ciudad***. SciELO Chile. <https://www.scielo.cl/pdf/eure/v29n87/art04.pdf>

Leon, J. (2015). *EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DEL SECTOR MASCARILLA DEL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI PARA DESARROLLAR*. Repositorio UTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4909/1/05%20FECYT%202458%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Lopez, L. M. (n.d.). Políticas públicas en el desarrollo de corredores urbanos terciarios. El caso de Paseo de la Reforma, Ciudad de México. In (p. 117). Alex Smith Aranque Solano.

Marquez, L., Cuetara, L., Bernardo, J., & Mera, D. (2020, February 7). *Sistema de indicadores para la evaluación de la sostenibilidad económica del sector hotelero en la parroquia Crucita, Manabí*. Revista Espacios. <https://revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p03.pdf>

Martino, H. (2022, Octubre 2). *Desarrollo urbano sostenible con igualdad: el desafío de América Latina*. <http://sedici.unlp.edu.ar/>.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/87435/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navas, G. (2012). Contexto urbano y político del proyecto. In *Malecón 2000: El inicio de la regeneración urbana en Guayaquil* (pp. 16-18).
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hAzb47lg8ogC&oi=fnd&pg=PA5&dq=%2BMalec%C3%B3n+guayaquil+&ots=5Pp0qSxpj&sig=baUQalioGKwefz-g6hiQb3VIKsl#v=onepage&q=Malec%C3%B3n%20guayaquil&f=false>

Olmos, J., & Arreaga, É. (2023, Febrero 13). *El Malecón Simón Bolívar, sitio que recibe más turistas en Guayaquil; según la OMS, es 'espacio público saludable'*. Turisec. <https://www.turisec.com/el-malecon-simon-bolivar-sitio-que-recibe-mas-turistas-en-guayaquil/>

Oro, M., Garcia, Y., & Ramos, N. (2021, Noviembre). *INFORME SOBRE TURISMO URBANO. Cáceres y Mérida*. Turismo de Extremadura. https://www.turismoextremadura.com/.content/observatorio/2021/EstudiosYMemoriasAnuales/Informe_turismo_urbano_2021.pdf

Padron, M. (2022, Septiembre 17). Las intersecciones de las dimensiones cultural y espacial de la ciudad en la planificación urbana. 86. <https://rau.cujae.edu.cu/index.php/revistaau/article/view/689/638>

Perez Igualada, J. (2020). En *El proyecto del paisaje. Arquitectura, urbanismo y ecología. Colección Manual de referencia*.

Saeteros, A., Da Silva, E., & Flores, M. (2019, Octubre-Diciembre). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *Pasos*, 17(5), 904.

Sanchez, A. J. (2023, May 9). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO Elio Miguel Martuccelli Casanova Víctor Ramiro. Tesis PUCP.*
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/24917/SANCHEZ_CASAS_ALVARO_VIVIR_ARTE_CIUDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Y, C., & Mercado, A. (2021). Dimensiones del Turismo Sostenible. *Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 4*, 9(18), 33-34.

