



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

Propuesta de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil.

AUTORES:

Arias Delgado Jibely Miniуска
Reyes Rada Corina Andrea

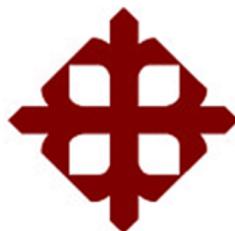
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Arias Delgado Jibely Miniuska y Reyes Rada Corina Andrea** como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Arias Delgado Jibely Miniuska

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Propuesta de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil**” previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018

La AUTORA

Arias Delgado Jibely Miniuska



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Reyes Rada Corina Andrea**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Propuesta de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil**” previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018

LA AUTORA

Reyes Rada Corina Andrea



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, Arias Delgado Jibely Miniuska

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de Intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018

LA AUTORA:

Arias Delgado Jibely Miniuska



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Reyes Rada Corina Andrea**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de Intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018

LA AUTORA:

Reyes Rada Corina Andrea



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **“Propuesta de Intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil”**, presentado por las estudiantes **Arias Delgado Jibely Miniuska y Reyes Rada Corina Andrea**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT.Arias J y Reyes C.docx (D35678340)
Presentado	2018-02-16 08:57 (-05:00)
Presentado por	Karla Ramirez (karla.ramirez83@gmail.com)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	Fwd: TT Arias J. y Reyes C Mostrar el mensaje completo
	2% de estas 30 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
TUTOR

Agradecimiento

“La vida comienza donde termina el miedo y la satisfacción se encuentra en el esfuerzo y no en el logro”.

Quiero agradecer a Dios, por todo lo bueno que ha sido conmigo y mi familia, por permitirme obtener este logro, mi título universitario.

Agradezco profundamente a:

“Mis padres Luis Reyes y Mónica Rada, por haberme apoyado a alcanzar este gran objetivo, a mi padre, le agradezco por enseñarme que en esta vida todo es a base de esfuerzo y sacrificio, sobre todo aquel que se hace por la felicidad y bienestar de la familia, como tú lo haces a diario conmigo y mi mami, siempre tratando de darnos lo mejor y siendo una persona admirable, por todo lo que has conseguido y tu corazón tan bondadoso, a mi mamá, gracias por siempre estar ahí para mí, por ser mi amiga, mi soporte, mi ayuda constante y mi mayor motivación junto con mi papi, porque por ustedes resisto y me esfuerzo, quiero que se sientan orgullosos de mí y poder devolverles en un futuro todo lo que han hecho por mí y mi felicidad, Muchas gracias! no saben cuánto los quiero y lo feliz que soy de poder tenerlos en mi vida...
“A mi tía Fanny Rada por ser una persona muy importante en mi vida, mi segunda madre, por su apoyo constante y todo su cariño, muchas gracias tía”

Quiero expresar mi gratitud total, a la Lcda. Karla Ramírez, Lcda. Mariela Pinos, Lcda. Aline Gutiérrez y Miss Nadia Acosta por ser las mejores profesoras en mi etapa universitaria, gracias a ellas aprendí a querer mucho más mi carrera, por los conocimientos adquiridos en sus clases y la forma de ser de cada una, su buena vibra. En especial mi tutora Karla, a quién le agradezco por toda la ayuda que nos brindó en este proyecto y por su forma de ser tan dulce, siempre presta a ayudar y sonreír.

Agradezco también a los amigos que me regaló la UCSG Malena, Diana, Made e Isabel, a mis amigos de finanzas, a Thamara por ser siempre un ángel en mi vida, y por supuesto a los de siempre Carla, Joseph y en especial a Maite, por todo el aguante durante este proceso, soportando mis frustraciones, estrés, dramas, gracias Mats por todo el apoyo y a mi grupito por las miles de risas que nos sacamos a diario.

Por último agradezco a mi gata, Simposia, por alegrarme los días, a Alfa Lima y a todos los que me apoyaron y formaron parte de esta etapa.

Corina Andrea Reyes Rada

Dedicatoria

"Tienes que andar y crear el camino andando; no encontrarás un camino ya hecho. No es barato alcanzar la mayor realización de la verdad. Tendrás que crear el camino andando tu solo; el camino no está ya hecho esperándote. Es justo como el cielo"

Dedico este logro a mis padres, gracias a ellos, por creer siempre en mí y brindarme su amor incondicional y los recursos necesarios para poder alcanzar esta meta, por sacarme adelante y mantenernos unidos, sobre todo por su apoyo en todas mis decisiones, este título es para ustedes.

Este logro también se lo quiero dedicar a mi familia, en especial a mis cuatro abuelitos: Jorge, Corina, Matilde y Ruperto, los que siempre me querían ver así realizada, y que hoy tengo el gusto de poder compartir con ellos, en vida, este logro que tanto anhelaban como yo. A todas mis tías sobretodo Fanny y Tere, grandes pilares en mi vida, mis primos los Sánchez, Lis, Renato, Sofí, quienes siempre me han aconsejado, preocupado, apoyado y ayudado en mi vida, desde que era pequeña, quienes también esperaban que logre esta meta y que al fin hoy es una realidad.

También dedico esto, a mis amigos, mi grupito, MMDCJA quienes fueron parte importante en esta etapa universitaria y que me motivaban a lograrlo, creyendo en mí y sacándome muchas risas siempre, sin los cuales este último proceso habría sido mucho más estresante.

Por último, me dedico esta meta, ya que me demostré a mí misma lo capaz que soy, que sí, pude lograrlo, que las amanecidas valieron la pena, todo el esfuerzo y horas invertidas, que solo es cuestión de dejar los miedos y arriesgarse, ganar confianza y seguir curando el alma y ampliando los sueños.

Corina Andrea Reyes Rada

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme tener salud y poder culminar mi proyecto de tesis. A mis padres por apoyarme en cada momento de mi vida profesional porque nunca faltaron sus consejos y su apoyo, a mis hermanos porque son mis ganas de luchar cada día , a mis profesores por brindarme sus enseñanzas, a mi enamorado por que estuvo en las malas y en las buenas brindándome siempre su apoyo , a mis amigos que me regalo la UCSG y formaron parte especial de todo este proceso , a la miss Karla que nos brindó sus conocimientos ,ayuda , su buena vibra si ,por apoyarme cuando todo se tornaba difícil en esta etapa , preocuparse por mí y mi familia y termino esto enviando un agradecimiento al cielo a el ángel que Dios me regalo en la tierra y ahora forma parte del reino celestial sin tu ayuda muchas cosas en mi vida no hubiesen sido posible, gracias por tus consejos , por tu preocupación, por tu amor y por esa última conversación que tuvimos ,Gracias mi ángel te llevo permanentemente en mi corazón.

Arias Delgado Jibely Miniуска

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios que fue parte primordial para poder culminar mis estudios , a mis padres por ser mi motor principal en cada cosa que me propuse a lo largo de mi carrera permitiéndome crecer profesionalmente, a mis hermanos por ser mi compañía y mis ganas de luchar día a día, a mi abuelita Edina por su preocupación en cada momento acerca de mis estudios y termino esta dedicatoria elevándola al cielo dedicándosela a mi ángel que lo fue en la tierra y ahora es mi ángel en el cielo esto te lo dedico a ti abuelita Paulina sé que desde allá arriba estas celebrando mi nuevo triunfo como lo celebrabas acá en la tierra mis mayores triunfos serán para y por ti.

Arias Delgado Jibely Miniuska



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Eco. Luis Albán Alaña, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Eduardo Guzmán Barquez, Mgs

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
ARIAS DELGADO JIBELY MINIUSKA	
REYES RADA CORINA ANDREA	

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.
TUTOR

Índice General

Introducción	1
Antecedentes	1
Planteamiento del Problema.....	2
Pregunta de investigación	3
Justificación.....	3
Objetivos	4
Objetivo General:	4
Objetivos Específicos:.....	4
Hipótesis de la Investigación	5
Variables	5
Capítulo I:Marco de la investigación	6
Marco Conceptual	6
Marco Referencial.....	11
TOURQUAL: Propuesta de un modelo de evaluación de la calidad de servicios en atractivos turísticos.....	11
Perfil, satisfacción y la experiencia del turista en el destino.....	12
Barómetro satisfacción ciudad	13
Marco Teórico.....	14
Teoría de las Necesidades	14
Teoría de las necesidades y motivaciones en el Turismo	15
Teoría de la calidad	16

Marco Legal	19
Ley orgánica de defensa del consumidor	19
Derechos y Obligaciones Del Consumidor	19
Control de Calidad	20
Las Normas ISO 9000	21
Capítulo II: Línea Base	23
Actualización atractivo turísticos de la zona urbana de Guayaquil,	23
Capítulo III : Marco metodológico	33
Diseño de la investigación	33
Enfoque de la investigación	33
Técnica de Investigación.....	34
Muestreo y población.....	34
Determinación de muestra.....	35
Técnica de recolección de datos.....	36
Formato de encuesta.....	36
Análisis e interpretación de resultados.....	37
Zona Uno.....	37
Presentación de resultados	39
Zonas Dos	42
Presentación de Resultados	44
Zona Tres	47

Presentación de resultados	48
Conclusiones de Datos	51
Capítulo V: Plan de Intervención	53
Proyecto 1. Mejora de Señaléticas en los atractivos	53
Proyecto 2. Implementación de ITUR.	59
Proyecto 3. Sistema de Seguridad Turística.....	61
Proyecto 4. Conociendo la ciudad por medio de anfitriones	67
Resumen del Plan de Intervención	69
Conclusiones	70
Recomendaciones.....	71
Referencias	72
Anexos	77
Apéndice	80

Índice de Tablas

Tabla 1 .Actualización de Línea Base	24
Tabla 2 Estadísticas de ingreso de turistas a la ciudad de Guayaquil	34
Tabla 3 .Atractivos zona uno.....	38
Tabla 4 .Zonas dos Atractivo	43
Tabla 5 .Atractivos Zona tres	48
Tabla 6 . Señaléticas implementación de facilidades turísticas	58
Tabla 7 . ITUR Malecón Simón Bolívar	61
Tabla 8 .Punto de seguridad implementación de facilidades turísticas.....	66
Tabla 9 . Guianza Turísticas por medio de Anfitriones.	67
Tabla 10 .Resumen del Plan de Intervención.....	69

Indicé de Gráficos

Grafico 1. Accesibilidad zona uno	39
Grafico 2. Ambiente Zona uno.....	39
Grafico 3. Elemento humano Zona uno	40
Grafico 4. Experiencia Zona uno	41
Grafico 5. Seguridad Zona uno	41
Grafico 6. Calidad Zona Uno	42
Grafico 7. Accesibilidad Zona dos.....	44
Grafico 8. Ambiente Zona dos	44
Grafico 9. Elemento Humano Zona dos.....	45
Grafico 10. Experiencia dentro del Atractivo Zona dos.....	45
Grafico 11. Seguridad Zona dos.....	46
Grafico 12. Calidad Técnica Zona Dos	46
Grafico 13. Accesibilidad Zona tres.....	48
Grafico 14. Ambiente Zona tres	49
Grafico 15. Experiencia Zona tres.....	49
Grafico 16. Elemnto Humano	50
Grafico 17. Seguridad Zona tres	50
Grafico 18. Calidad Zona tres	51

Índice de figuras

Figura 1 Jerarquización de atractivos.....	9
Figura 2. Necesidades de Maslow	14
Figura 3. Palacio Cristal hasta Hemiciclo la Rotonda	38
Figura 4. Zona dos.	42
Figura 5. Zona tres.	47
Figura 6 Malecón Simón Bolívar.....	54
Figura 7 Señalización Peñas y Puerto Santa Ana	55
Figura 8. Malecón 2000	60
Figura 9. Puntos de Seguridad Malecón Simón Bolívar.....	64
Figura 10. Punto Seguridad Puerto Santana, Las Peñas	65
Figura 11. Punto de seguridad parque Centenario	65
Figura 12. Punto de seguridad Parque Seminario	65

Resumen

La competitividad de los mercados turísticos ha logrado que cada destino se esfuerce al máximo para lograr captar clientes potenciales, brindando servicios de calidad y facilidades al turista durante su visita. Esta investigación se basó en medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos de la zona Urbana de la ciudad de Guayaquil mediante un cuestionario y metodología adaptada a la realidad de la ciudad, donde se evaluaron 7 factores determinantes al momento de percibir el servicio dentro del atractivo tales como acceso, ambiente, elemento humano, seguridad, experiencia y calidad técnica. Llegando a la conclusión que la satisfacción general de los visitantes dentro de los atractivos que se agrupó por zonas, fue promedio- regular ya que el resultado de los datos no sobrepasó ni el 50%. También se realizó la actualización de atractivos por medio de la ficha de jerarquización de atractivos del Ministerio de Turismo 2017, lo que ayudó en este trabajo para determinar los atractivos a evaluar en base a la jerarquización arrojada.

Por último se propone un plan de intervención para poder mejorar la experiencia y satisfacción del visitante durante su permanencia en el atractivo.

Palabras Claves: Barómetro- satisfacción- Guayaquil-visitante-turismo-calidad

Abstract

The competitiveness on tourist markets has achieved that destinations are reaching to the maximum to achieve potential customers, providing quality services and facilities to tourists during their visit. This research is based on measuring satisfaction levels of visitors who come to the attractions of the urban area of the Guayaquil city through a questionnaire and the methodology adapted to the reality of the city, where 7 determining factors were evaluated at the time of perceive the service within attractive stories such as access, environment, human element, security, experience and technical quality. Arriving at the conclusion that general satisfaction of the visitors within the attractions that were grouped by zones, was average, regular with a 50%. Also an update was also made of the attractions for the middle of the attractiveness hierarchy of the Ministry of Tourism 2017, which helped in this work to determine the attractions to be evaluated based on the ranking.

Finally, an intervention plan is proposed to improve the experience and satisfaction of the visitor during their stay in the attraction.

Key Words: Barometer- Satisfaction- Guayaquil-visitor-tourism-attractiveness - Quality

Introducción

“El turismo es una importante alternativa para el desarrollo económico y social de algunas ciudades ya que requiere de una estructura mínima para la atracción de turistas” (Oliveira, 2011, pàg.54).

Durante los últimos tiempos, la actividad turística ha demostrado ser capaz de generar riquezas y empleos brindando bienestar y prosperidad, a los ciudadanos. La industria turística se está desarrollando de una manera más rápida obteniendo así la captación de los visitantes hacia los sitios turísticos. Con la mirada hacia al futuro firme en los resultados globales del sector turístico en conjunto con sus elementos y actividades como: (a) atractivo turístico, (b) servicios, (c) infraestructura, (d) turista entre otras que representa una pieza clave para los aspectos sociales y económico para el avance de cada país en su crecimiento y entorno del desarrollo, el turismo ha dejado de ser una actividad para formar parte de la distracción y entretenimiento de la sociedad. La Organización Mundial del Turismo OMT (2016), afirma que “El turismo internacional representa hoy el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, frente al 6% de 2014 ya que el sector ha tenido, en los últimos cuatro años, un crecimiento superior al del comercio mundial” (p.2).

Antecedentes

Guayaquil, también conocida como la “ Perla del Pacífico”, ciudad de origen portuario e industrial con aproximadamente 2’350 915 habitantes de acuerdo al INEC (2010) el 30% de visitantes extranjeros que llegan al Ecuador van a Guayaquil. Esta es una ciudad que guarda mucha historia y tradición, es reconocida como capital económica del Ecuador, por su puerto que es considerado uno de los más importantes por su infraestructura en América del Sur.

El turismo en la ciudad se ha convertido en pieza fundamental para el crecimiento de los negocios creando nuevos mecanismos para la atención al cliente. La ciudad cuenta con una zona céntrica que es la más visitada por los turistas, de acuerdo a un estudio realizado por la Dirección de turismo y Promoción Cívica del Municipio de Guayaquil (2015).

Estos resultados demuestran el número total de visitantes y los lugares más concurridos de la zona céntrica de la ciudad entre los cuales se encuentra, el Malecón 2000 siendo el sitio favorito por su ubicación junto al Río Guayas , en segundo lugar figura la Peñas por su arquitectura colonial donde nació la ciudad seguido por el cerro Santa Ana que cuenta con 444 escalones y son concurridos por los turistas es sus fiestas juliana llegando a la capilla de la virgen de las Mercedes, el Malecón del Salado, impulsando el turismo en la zona, uniendo dos universidades importante y representativas de la ciudad. El Parque Histórico, aunque no se encuentra dentro del espacio turístico de la ciudad, está lleno de flora y fauna, gastronomía, cultura e historia de nuestra perla del pacífico, por último, se encuentran los parques y monumentos que también embellecen esta pequeña y bella ciudad.

Entre los motivos por los cuales las personas visitan esta ciudad según el observatorio de turístico de la ciudad de Guayaquil (2016) indica que el 46% lo hace por ocio y recreación, por otra parte, el 16% vienen a la ciudad para visitar a familiares y amigos.

El medio para buscar más información de la ciudad es la página oficial “Guayaquil es mi destino” administrada por la empresa pública de turismo a cargo de la Licenciada Gloria Gallardo, esta página, cuenta con aplicativos móviles, prensa, promociones y publicaciones, que son muy útiles para los visitantes.

Planteamiento del Problema

De acuerdo a los datos del observatorio turístico (2015), Guayaquil es una ciudad que recibe en promedio 2'286.518 visitantes al año, tanto nacionales como extranjeros. Debido a su creciente desarrollo se encuentra en el cuarto lugar del listado de los Principales Destinos del Ecuador para Turismo Receptivo en el 2017, según el Ministerio de Turismo, quienes también hicieron hincapié que gracias a la campaña “All you need is Ecuador”, Guayaquil se convirtió en un punto de referencia para los cruceros. Tanto ha sido su desarrollo que ahora se perfila como destino de cruceros y de negocios, ferias y convenciones. El cabildo junto con la empresa pública de turismo, liderada por la Sra. Gloria Gallardo, presidenta del directorio, se esfuerzan por lograr que la ciudad cuente con una gran oferta turística.

Guayaquil se destaca por la calidez de su gente y su rica gastronomía, además posee muchos lugares de recreación y atractivos para conocer entre los que se puede mencionar el Malecón 2000, Las Peñas, La Perla, etc.

Sin embargo, se desconoce qué tan satisfechos se sienten los visitantes que acuden a los diferentes atractivos, ya que al ofertarse se generan expectativas que no son siempre cubiertas, por lo que la experiencia se ve afectada debido a su descontento, y por no contar con dicha información para sacar conclusiones acerca de que tan buenos son los atractivos de la zona urbana de Guayaquil en comparación a la expectativa y calidad esperada o percibida por el visitante.

Pregunta de investigación

¿De qué manera afecta el desconocimiento de satisfacción de los visitantes que acuden a los diferentes atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil al momento de ofertar y crear productos turísticos?

Justificación

La importancia del perfil de los turistas en la ciudad de Guayaquil es primordial al momento de abordar a la problemática de los niveles de satisfacción en los atractivos turísticos de la ciudad, es considerada una de las tres ciudades más importantes que posee el Ecuador debido al desarrollo turístico que ha tenido en los últimos años.

Los turistas son el principal motivo para que un destino se destaque a nivel turístico, debido a que son ellos los que consumen toda la planta turística y dejan grandes divisas en él, según el MINTUR (2017) indicaron que en octubre se obtuvo un crecimiento del 11% en relación al año anterior lo cual ha generado un ingreso de \$773,2 millones en el primer trimestre del presente año 2017, con lo cual se puede analizar que el sector turístico, en el país, es una fuente de ingreso rentable, sin embargo la ciudad de Guayaquil está en pleno crecimiento implementando en este sector diversos puntos estratégico para así llegar a ser uno de las principales destinos en el Ecuador, por este motivo se busca analizar los niveles de satisfacción de los turistas de la ciudad para así obtener grandes ingresos de visitantes en los próximos años.

La ciudad de Guayaquil tiene un gran potencial turístico que promocionando de una excelente manera y cumpliendo los requerimientos de los turistas mediante este proyecto la ciudad puede llegar a ser un gran destino conservando y mejorando todos sus atractivos, explotando de esta manera todo el potencial turístico sin deteriorar sus recursos.

La elección de este tema es pertinente por las siguientes razones: (a) actualizar el inventario de atractivo turísticos de la zona urbana de Guayaquil para actualizar la línea de base (b) analizar el nivel de satisfacción de los visitantes que acuden de los atractivos turístico de Guayaquil para mejorar un plan de mejora (c) diseñar una propuesta de intervención de los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil en base a los resultados de la investigación para mejorar los niveles de satisfacción de los visitante. El propósito de estas actividades es generar momentos memorables y agradables hacia al visitante brindándole un servicio de calidad y de primera; logrando con esto el desarrollo turístico y económico para la zona urbana de Guayaquil.

Objetivos

Objetivo General:

Proponer un plan de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

O1: Actualizar el inventario de atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil para actualizar la línea base.

O2: Analizar el nivel de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos en Guayaquil para generar un plan de mejora.

O3: Diseñar una propuesta de intervención de los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil en base a los resultados de la investigación para mejorar los niveles de satisfacción de los visitantes.

Hipótesis de la Investigación

Los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil son desfavorables

Variables

Variable Dependiente: Niveles de satisfacción de los visitantes

Variable Independiente: Atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil

Capítulo I Marco de la investigación

Marco Conceptual

Turismo

Se conoce con el término de turismo a todas aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido por el término de menos de un año fuera de su entorno habitual con un fin preeminentemente vacacional y de ocio. Prácticamente, desde que el hombre comenzó a experimentar necesidad de esparcimiento, para salir de la rutina y la cotidianidad que las tareas y trabajos suponen e imponen, existe el turismo

Turismo es el grupo de actividades que efectúan las personas durante los desplazamientos y permanencias en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período consecutivo menor a un año, con fines de negocios, ocios u otros motivos” (Burkat y Medlik, 2008, pag.45).

El autor manifiesta que el Turismo es la actividad en la que participan un grupo de personas para visitar diferentes lugares de su entorno habitual, por un determinado tiempo, con finalidad de adquirir nuevas experiencias.

El turismo de masa, o turismo masivo; al cual nos refiriéramos en el artículo anterior, recibe esta denominación por el volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial que caracteriza a la actividad turística en el lugar de destino, la cual puede llegar a superar, en muchos casos, la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales allí existentes.

Acerenza (2010) define “El turismo de masa, o turismo masivo, recibe esta denominación por el volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial que caracteriza a la actividad turística en el lugar de destino, la cual puede llegar a superar, en muchos casos, la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales allí existentes”(p.20)

De acuerdo Acerenza el turismo masivo es el desplazamiento de una gran cantidad de turistas que participan en el lugar de destino en la que el atractivo puede sobrepasar la capacidad de carga, por lo tanto los recursos naturales y culturales se ven afectados.

Turista

Es aquella persona que se traslada a un lugar específico con el motivo de tener en dicho lugar tiempo de ocio, conocer culturas diferentes y también sitios de interés que no se encuentran en el lugar de origen de dicha persona. Para que sea considerado como turista debe haberse ausentado al menos 24 horas del lugar de origen y haber pasado al menos una noche en el destino, por lo general se asocia al turista con el concepto de consumidor, es por ello que las actividades económicas en ciertos estados se encuentran centradas en atraer al mayor número de personas que consuman en el país, lo que ayuda a fomentar el desarrollo industrial de dichos estados.

Según Gisolf M. (2010) Turista, es la persona que se desplaza hacia algún lugar o destino de manera voluntaria. “Los turistas sienten que ellos son clientes, y, por lo tanto, desean ser tratados como tales y esperan que las circunstancias se ajusten a sus necesidades”.

El autor manifiesta que el turista es aquella persona que se desplaza de un lugar a otro de manera voluntaria, con el motivo de conocer nuevas culturas y sitios de interés, también es considerado al turista como un consumidor ya que incrementa el desarrollo económico de lugares visitados.

Excursionistas:

Es una actividad física que consiste en realizar rutas o travesías por parajes normalmente aislados, sin senderos, con un fin recreativo. Estas rutas se recorren generalmente a pie, tienen lugar en montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, ríos, y su duración puede variar de unas horas hasta varios días, combinándose con la acampada. A esta actividad se la considera una forma de hacer turismo ecológico. En el excursionismo es necesaria la orientación y se realiza visitando parajes naturales, donde se deben respetar unas normas de seguridad y ecológicas.

Producto Turístico

El producto turístico, por lo tanto, tiene componentes tangibles (como ruinas arqueológicas, una montaña o un museo), pero también intangibles (la hospitalidad de la gente, la calidad de atención). Sus características están dadas por la interacción y la combinación entre todos estos componentes, de características muy diversas entre sí.

Puede decirse que el producto turístico incluye a todos los elementos que posibilitan el desarrollo de la actividad turística.

Bullón (2006),” El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta. Respecto a los bienes...se comercializan a través del turismo, sin que exista ningún bien de consumo... En cuanto a los servicios, efectivamente integran el producto turístico... los servicios son un medio más que un fin: el fin es la práctica de actividades turísticas” (p.40).

De acuerdo al autor Bullón manifiesta que el producto turístico es el conjunto de satisfacciones de bienes y servicios basados en las acciones de un destino que es descubierta por el turista como una experiencia que permite satisfacer sus necesidades a partir de sus deseos.

Barómetro:

Pérez y Merino (2012), “definen barómetro, como indicador o estimación acerca de un cierto estado o condición”.

Atractivo Turístico

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país.

El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos.

“Se considera atractivo turístico a aquellos objetos o acontecimientos capaces de motivar a una persona a abandonar su residencia habitual para trasladarse a conocerlo y vivenciarlo” (Wallingre, 2010, pàg.555)

Para Navarro (2010) atractivo turístico son “representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística”.

Según la metodología de inventarios turísticos del Ministerio de Turismo (2011-2014) “Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos”.

Jerarquización de los atractivos turístico

Según La “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador” (2017), la jerarquización de atractivos turísticos se da en función a criterios como: a) Accesibilidad y Conectividad, b) Planta Turística /Servicios, c) Actividades que se practican (Opciones recreacionales), d) Estado de conservación e integración atractivo / entorno, e) Políticas y regulaciones, f) Salud e higiene, g) Seguridad turística, h) Tipo de visitante y afluencia, i) Difusión. Para así identificar los atractivos con mayor condición para el desarrollo de productos turísticos e identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo.

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Figura 1 Jerarquización de atractivos

Fuente: Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador (2017)

Clasificación de Atractivos Turísticos

Según indicó el Mintur: “Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos. En la categoría de Sitios Naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares.

En la Categoría **Manifestaciones Culturales** se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos. (Mintur, 2016 p.15).

Recursos naturales

Anzil (2009) afirmó que “los recursos naturales son aquellos elementos proporcionados por la naturaleza sin intervención del hombre, y que pueden ser aprovechados por el hombre para satisfacer sus necesidades.”.(pág. 54)

Se entiende por recursos naturales aquellos atributos que conforman el espacio geográfico ya que es un bien o servicio dado de la naturaleza sin alteraciones del hombre y son importante para el desarrollo social del país (Marín, 2012, p.9).

Recursos turísticos

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock (en español: conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización

Marín (2012) afirmó que “Todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos esenciales y de ocio” (pàg.3).

Los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en *stock* (en español: conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización); son “materia prima” para las atracciones.

Marco Referencial

En muchas investigaciones se ha logrado comprender la importancia que tienen los análisis de satisfacción referente a un producto o servicio, ya que así se puede evaluar, si aquello que se está analizando o desarrollando cumple con las expectativas o necesidades de la persona y así poder mejorarlas.

Como parte del análisis para la investigación se ha tomado como referencia la propuesta de un modelo de evaluación de calidad, llamado TourQual.

TOURQUAL: Propuesta de un modelo de evaluación de la calidad de servicios en atractivos turísticos.

Savi (2014) planteó un modelo para evaluar la calidad en los atractivos turísticos. Se basó en modelos ya existentes como el de Groonros, Servperf, pero hizo mayor hincapié en ServQual, el cual lo adaptó con parámetros dirigidos a medir la calidad en los atractivos. La metodología que llevó a cabo fue investigación descriptiva y exploratoria y la dividió en cuatro etapas, la primera donde construyó un modelo preliminar, en el cual buscó artículos sobre calidad en servicios e investigaciones sobre modelos para medir calidad ya existentes y su grado de concurrencia, con los factores que evaluaban, luego del análisis de los datos recogidos, se construyó un modelo teórico preliminar con 35 indicadores que se encontraron en los otros modelos investigados, la segunda etapa se basó en la búsqueda de comentarios en TripAdvisor y la clasificación de estos, por medio de la “netnografía” un término acuñado a la cibercultura según Kozinets (2007) que es capaz de dar a conocer la profundidad de la experiencia por medio de comentarios y seguimientos en la red de la comunidad. Es por ello que se seleccionó TripAdvisor para recolectar comentarios sobre los atractivos los cuales se compararon con los indicadores que se tenía previamente. Para la tercera etapa se tomó como base los comentarios previamente analizados para la construcción de nuevos indicadores para la elaboración del modelo final, estos

indicadores se categorizaron en 6: acceso, ambiente, calidad técnica, seguridad, elemento humano y experiencia. Por último, la prueba modelo, que se llevó a cabo en “Florianópolis”, por medio de cuestionarios y su forma de aplicación fue mediante entrevista personal, grupo especializado y por plataforma en línea. El cuestionario tenía por objetivo la identificación de ciertos aspectos en relación a los indicadores como la percepción de la calidad del cliente y el valor percibido.

Para el análisis de los datos, se revisó en que se fijaban o lo más comentado por el turista en su visita al atractivo por medio de TripAdvisor para luego verificar con los indicadores. La forma de presentación de la información fue descriptiva y se evaluó la importancia de cada indicador en los atractivos y que categoría era más importante en torno a calidad de servicios en base a la percepción del turista, dando como resultado a la seguridad y elemento humano.

Perfil, satisfacción y la experiencia del turista en el destino.

Carvache, Torres y Carvache (2016) realizaron un estudio en el cual definieron el target visitante, el nivel socio demográfico y la satisfacción del turista que visita la comuna Montañita perteneciente a la Provincia de Santa Elena.

La metodología que utilizaron fue recolección de información por medio de cuestionarios en español e inglés, con preguntas cerradas, de opción múltiple y con escala de Likert para así obtener resultados más exactos. Con ello lograron definir que el perfil de turista que visita Montañita, es en su mayoría procedente de América del Sur y que la motivación de su visita dio como resultado, disfrutar del sol y playa, donde a su vez, esta toma mayor protagonismo convirtiéndolo en el atractivo turístico de dicho destino.

Se realizó una valoración de los servicios turísticos, tanto en la parte de alojamiento como la de alimentos y bebidas, con el objetivo de saber qué tan satisfecho se encuentra el turista al visitar el destino y sus servicios. Se preguntó también si recomendarían el destino en el cual se obtuvo un resultado del 95% que sí, concluyendo el alto nivel de satisfacción del turista en el destino. Como lo mencionan Biné, Font y Andreu citado por Caracha, (2000) “si el visitante se va insatisfecho de su viaje, se reduce la probabilidad de repetición y generará una imagen menos positiva

del destino entre sus conocidos”. “Por ello, la satisfacción es muy importante para recomendar el destino” (Hosany y Witham citado por Carvache,2000, p.4).

Es por ello, que, al analizar este nivel de satisfacción, referente a los atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil, se quiere comprobar y evaluar la imagen y servicio brindado a los turistas y de qué forma se puede mejorar.

Barómetro satisfacción ciudad

Barómetro satisfacción ciudad, es una investigación que se realizó en el año 2013 en varias ciudades de Chile, liderada por el grupo visión humana, para así evaluar y monitorear las experiencias que entregan las ciudades, en torno a la satisfacción y experiencia de vida. Utilizaron como metodología, la realización de encuestas a personas residentes de los principales centros urbanos del país con un rango de edad entre 15 a 80 años y de niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D, los cuales dividieron geográficamente en zonas.

Se estableció que se iba a evaluar en general la ciudad, la satisfacción con atributos de la ciudad, entre los cuales se encontraban parámetros como clima, belleza de construcciones, lugares públicos, conectividad dentro de la ciudad, amabilidad de la gente etc., y por último la experiencia de vida en la ciudad, como se identifican con esta, la percepción del progreso.

Para el análisis de los resultados se dividió por tamaños y zonas, dando como conclusión que las ciudades entregan una satisfacción moderada a sus habitantes y que los resultados arrojados no hacen más que confirmar la distancia entre el ciudadano y la ciudad por lo que es necesaria una correcta gestión por parte de los gobiernos locales, ya que lo calificado como menor satisfactorio fueron los servicios que estos brindan.

Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil.

Oliveira (2011) realizó un estudio sobre los factores que influyen en la satisfacción del turista, en este caso se eligió la ciudad de Guarujá en Brasil. La metodología para este estudio fue mediante focus group y por medio de entrevista a turistas. Se dividió la entrevista en dos etapas: exploratoria, para ayudar a definir los elementos que componen la oferta turística para determinar el grado de satisfacción

del turista y la descriptiva, para verificar el grado de importancia de lo revelado en la etapa exploratoria.

La primera etapa dio como resultado, varios elementos para analizar la satisfacción del turista tales como: Acceso, Costos, Atractivos Naturales, Atractivos artificiales e infraestructura. La segunda etapa se llevó a cabo por medio de entrevista personales con turistas, se escogió una muestra de 50 personas, todos con formación superior completa y de la región metropolitana de Sao Paulo, donde solicitaron a los entrevistados dar una nota de uno (la más baja) a cinco (nivel más alto) a los elementos previamente descritos y por último se les preguntó sobre su satisfacción.

Con esta investigación el autor concluyó cuán importante fue conocer los elementos que componen la oferta turística, ya que muchos de ellos, influyen en la satisfacción del turista, dentro del destino.

Marco Teórico

Teoría de las Necesidades

En 1943, el psicólogo Abraham Maslow publicó una teoría sobre la motivación humana, mediante una pirámide realizó una jerarquía de las necesidades humanas, y manifestó que nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para nuestro bienestar y que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados.

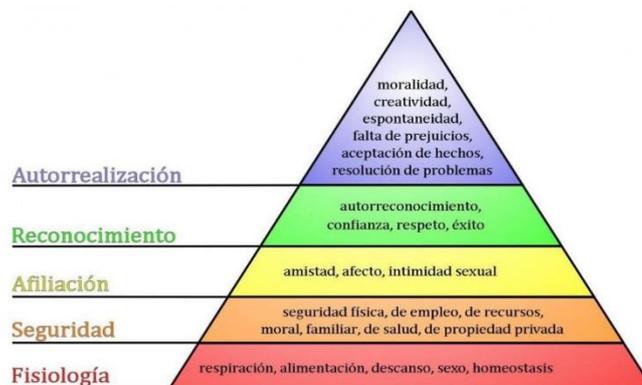


Figura 2. Necesidades de Maslow

En la base de la pirámide se encuentran aquellas necesidades, denominadas por Maslow como fisiológicas, ya que son necesarias para todo ser humano como es respirar, comer etc. A medida que se van desarrollando, el individuo se siente satisfecho.

Según Atedes (2016) las personas que viajan tienen estas necesidades ya aseguradas, por lo tanto, lo siguiente que ellos esperan es seguridad, un trato correcto, respeto, y el poder conocer nuevas culturas y personas, los viajes por lo tanto se asocian por lo general a las necesidades de nivel dos, tres y cuatro.

Teoría de las necesidades y motivaciones en el Turismo

Pearce, P.L, 1982, citado por Gisolf (2014) realizó una adaptación de las teorías de Maslow incorporando la experiencia turística, generando así una nueva teoría, sobre motivación turística en el cual la jerarquizó de la siguiente manera:

- 1.- Necesidad de relajación relativa al descanso
- 2.- Necesidad de estimulación relativa a la seguridad y emociones fuertes
- 3.- Necesidades sociales relativas a vida social y amistades
- 4.- Necesidades de autoestima relativa al desarrollo personal, cultural, histórico y medioambiental
- 5.- Necesidades de autorrealización que se encamina a la búsqueda de la felicidad.

En esta teoría se presentó que los factores de motivación a la hora de viajar hacia un destino muchas veces, se da en base a un empuje, deseo o un escape de lo cotidiano, donde el viajero espera salir de su entorno habitual para conocer, relajarse, aprender algo nuevo o realizar una actividad en particular, tanto así que, se convierte en parte de las necesidades básicas para su supervivencia, ocupando los primeros niveles en la jerarquía, en el cual los destinos juegan una papel importante al momento de ofertar sus atractivos y cómo atraer al turista, ya que este se dirige a realizar algo específico y al momento de buscar un destino, se interesa más por el que satisfaga la necesidad que requiere, sin embargo existen otros factores de motivación como el estado anímico de las personas o en base a sus emociones, ya que no muchos no quieren solo viajar para salir de su entorno, más bien van en busca de experiencias nuevas y enriquecedoras, que los llene internamente, para sentirse realizados, para conocerse y adquirir conocimientos para su vida personal, estas necesidades se

encuentran en los niveles más altos de la jerarquía, mediante el cual el individuo busca su realización personal viajando a destinos que ofrezcan por ejemplo turismo cultural, turismo negro entre otros

Para Gisolf (2014, p.2) “Las necesidades, motivos y motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo”

La necesidad se genera de un motivo, por ejemplo, cuando una persona quiere darse un relax de su rutina, irse de vacaciones, salir de lo cotidiano buscando algo nuevo o por cuestiones laborales, el viajar se convierte en una necesidad.

Gnoth, (1997) citado por Gisolf (2014, p.3) Manifestó que, al momento de viajar, las motivaciones específicas determinan respuestas sobre donde, porque y como quiero viajar, además estas necesidades crean en el viajero expectativas que más luego se verán reflejadas en la experiencia del viaje.

Los motivos por los que las personas viajan dependen, como ya se revisó anteriormente de su necesidad, sin embargo, Crompton (1979) & Castaño et al., (2006) citado por González, Muñoz & Barreiros (2011, p.109) distinguen dos motivos específicos: socios psicológicos y culturales. En el que manifiesta que el socio psicológico no guarda relación con el destino y se relacionan con factores que hacen referencia a la necesidad de escape del ambiente cotidiano, del estrés, la alineación, la vida laboral, etc. Los culturales guardan relación con el destino y se relacionan con factores que hacen referencia a la necesidad de búsqueda (por ej. de lugares históricos y museísticos, de ambientes climáticos determinados, etc.), por tanto, orientados hacia el destino.

Teoría de la calidad

Para González (2004) “La calidad es aquello, que cumpliendo expectativas deja totalmente satisfecho al cliente.”(p.35)

“La calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades” (Normas ISO 9000, 2015, p. 4).

De acuerdo a Carrasco (2013) citado por Espín (2014) señala que “La calidad de servicio es el principal factor de referencia para que las empresas promocionen la satisfacción de sus clientes y eleven, por tanto, sus niveles de competitividad. La

calidad en el servicio consiste en igualar las expectativas de los clientes a sus percepciones cuando reciben el servicio.”(p.21)

Partiendo de estos conceptos se puede decir que la calidad se define en medida a la satisfacción percibida referente a un producto o servicio, siempre y cuando cumpla con las expectativas o supla la necesidad que requiere el individuo.

La calidad en el turismo ha llegado a ser un eje principal para el disfrute de experiencia del visitante y como lo menciona Romero (2004) la calidad se ha convertido en un “elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector”, son muchos los destinos que día a día se esfuerzan por lograr vender y entregar un valor extra en cada experiencia ofertada, ya que cada vez hay más tendencias, más competitividad y se tiene a un público más exigente, por lo que es importante brindar servicios que tenga calidad y más aún si están certificados, ya que de esa forma queda una constancia de poder ser consumidos y sobre todo al ser el turismo también, una industria muy visual que se mueve por recomendaciones, comentarios etc. Es importante conocer, dar servicios y experiencias que superen las expectativas del consumidor en todo sentido.

Para Bergman & Klefsjö(1994) citado por De la Torre (2011) el primer paso para entregar un servicio de calidad es conocer lo que el cliente desea y espera, y eso tiene que ver mucho en la imagen que se crea al momento de vender algo, ya que en ese momento se genera una idea y se crea expectativas en el cliente, un ejemplo común es el de las comidas rápidas, en las publicidades se promocionan productos que muchas veces es completamente diferente al resultado final, lo que provoca insatisfacción en el cliente, porque se está vendiendo algo muy diferente a lo que requería, se esperaba y se vendía.

Así pasa en el turismo al momento de crear una publicidad o crear un producto es necesario conocer nuestro cliente potencial ,ya que así sabemos que es lo que espera, que se puede entregar y alcanzar los medios para lograrlo, teniendo en cuenta la calidad, es un requisito importante en la entrega del valor.

Expectativas en el servicio

Zeithaml & Bitner (2002; 34) citado por Ponton (2009) definen las expectativas del cliente como puntos de referencia para comparar la experiencia vivida y la dividen en dos niveles de expectativas: el servicio adecuado y el deseado.

Peralta (2006) menciona que al hablar de expectativas se refiere a lo que quiere recibir el usuario como servicio y que existen expectativas cognitivas y afectivas, las primeras asociadas al servicio y su calidad y la segunda a la experiencia en torno a la satisfacción.

Las expectativas son elemento clave al momento del servicio porque nos crea una imagen en base a la información, comentarios, etc, que se ha buscado previamente y que luego será comparada con la experiencia vivida, para saber cuan satisfactorio fue dicho servicio o producto.

Modelos de medición de calidad

Debido a la importancia que tiene la calidad en los servicios, han surgido diversos modelos y metodologías enfocadas en medir la calidad en los servicios, a continuación, se detallaran los más usados.

Servqual

Este modelo de medición de calidad fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) quienes lo definieron como un instrumento con alto nivel de fiabilidad para comprender mejor las expectativas y percepciones de los clientes. Dentro de sus estudios identificaron cinco dimensiones que los clientes juzgan al momento de buscar calidad, las cuales son: a) elementos tangibles, refiriéndose a la apariencia física de las instalaciones, b) fiabilidad en referencia a dar un servicio consistente, a tiempo, eficaz, c) empatía en relación al trato con el cliente, si son capaces de entender los requerimientos de los clientes y la manera de comunicarse con este, d) seguridad en cuanto a cortesía y la habilidad para transmitir confianza al cliente. e) capacidad de respuesta en su disposición para ayudar al cliente, solución de problemas etc. (Qadri UA 2015)

Marco Legal

Ley orgánica de defensa del consumidor

Art. 2.- Definiciones. - Para efectos de la presente ley, se entenderá por:
Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario

Derechos y Obligaciones Del Consumidor

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- 1.-Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
- 3.-Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- 4.-Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
- 5.-Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- 6.-Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- 7.-Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- 9.-Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y, informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Control de Calidad

Art. 64.- BIENES Y SERVICIOS CONTROLADOS. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios, y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 65.- AUTORIZACIONES ESPECIALES. - El Registro Sanitario y los Certificados de venta libre de Alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los Permisos de Comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en

vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

Las Normas ISO 9000

La serie de Normas ISO 9000 son un conjunto de enunciados, los cuales especifican que elementos deben integrar el Sistema de Gestión de la Calidad de una Organización y como deben funcionar en conjunto estos elementos para asegurar la calidad de los bienes y servicios que produce la Organización.

Las Normas ISO 9000 no definen como debe ser el Sistema de Gestión de la Calidad de una organización, sino que fija requisitos mínimos que deben cumplir los sistemas de gestión de la calidad. Dentro de estos requisitos hay una amplia gama de posibilidades que permite a cada organización definir su propio sistema de gestión de la calidad, de acuerdo con sus características particulares.

Al hablar de Organización nos estamos refiriendo a una Empresa, Compañía o cualquier Estructura Organizada que genere o comercialice productos o servicios de algún tipo.

Las Normas ISO relacionadas con la calidad son las siguientes:

ISO 9000: Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y Vocabulario. En ella se definen términos relacionados con la calidad y establece lineamientos generales.

Sistemas de Gestión de la Calidad. ISO 9001: Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos. Establece los requisitos mínimos que debe cumplir un Sistema de Gestión de la Calidad. Puede utilizarse para su aplicación interna, para certificación o para fines contractuales.

ISO 9004: Sistemas de Gestión de la Calidad –Directrices para la Mejora del desempeño. Proporciona orientación para ir más allá de los requisitos de la ISO 9001, persiguiendo la Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad.

La ISO 9001 del 2000.- Utiliza un enfoque orientado a Procesos. Un Proceso es un conjunto de actividades que utiliza recursos humanos, materiales y procedimientos para transformar lo que entra al proceso en un producto de salida.

La Entrada del Proceso puede ser elementos materiales, recursos humanos, documentos, información, etc. En forma análoga, la Salida del Proceso puede ser productos materiales, información, recursos humanos, servicios, etc. En general, la Salida de un Proceso alimenta a un Proceso Cliente. Y la Entrada de un Proceso es la Salida de un Proceso Proveedor. Entrada Personas Procedimientos Recursos Materiales.

Capítulo II.-Línea Base

Actualización atractivo turísticos de la zona urbana de Guayaquil,

Según la matriz de atractivos turísticos de la provincia del Guayas (2004) del Ministerio de Turismo, Guayaquil contaba con un total de 90 atractivos turísticos. Para el presente trabajo se tomó en cuenta solo los atractivos que se encuentran en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil, dando un total de 86 para ser actualizados. La metodología que se utilizó para el levantamiento de información y actualización fue mediante la **“Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios Turísticos del Ecuador 2017”** por el MINTUR, entre los criterios a evaluar se encontraba:

-Accesibilidad y Conectividad, Planta Turística /Servicios, Actividades que se practican (recreación), Estado de conservación e integración atractivo, entorno, Políticas y regulaciones, Salud e higiene y Seguridad turística.

A continuación se adjunta la tabla de la línea base de atractivos con la actualización y su jerarquización.

Tabla 1 .Actualización de Línea Base

Atractivos de Guayaquil “Mintur 2004”	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Actualización “Barómetro Turístico”			
				Tipo	Subtipo	Jerarquía	Zona de mapeo
Sitios Naturales							
Bosque Protector Cerro Blanco	Sistema de áreas protegidas	Bosque Protector	I	Bosques	Bosque Húmedo tropical	III	Zona Noroeste
Bosque Protector El Paraíso	Sistema de áreas protegidas	Bosque Protector	I	Bosques	Bosque Seco	II	Zona Noroeste
Bosque Protector Prosperina	Sistema de áreas protegidas	Bosque Protector	I	Bosques	Bosque Húmedo tropical	II	Zona Noroeste
Manifestaciones Culturales							
Basílica menor de la Merced	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	Arquitectura	Área Histórica	II	Zona centro
Biblioteca Municipal	Históricas	Arquitectura civil	I	Arquitectura	Histórica	II	
Boulevard 9 de Octubre	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	Realizaciones Técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	Zona centro
Casona Universitaria	Históricas	Arquitectura Civil	I	Arquitectura	Histórica	II	Zona centro
Catedral de Guayaquil	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	Arquitectura	Histórica	III	Zona centro

Centro Cívico de Guayaquil	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	Arquitectura	Infraestructura Cultural	III	Zona Sur
Cementerio General de Guayaquil puerta #3	Históricas	Arquitectura Funeraria	I	Arquitectura	Otras infraestructuras sociales	II	Zona Norte
Colecciones de la Armada del Ecuador y Museo Naval Almirante Illingworth	Históricas	Colecciones Navales	II	Arquitectura	Infraestructura Cultural	III	Zona Centro
Colecciones del Banco Central del Ecuador y Museo Nahím Isaías Barquet	Históricas	Colecciones Coloniales	II	Arquitectura	Infraestructura Cultural	III	Zona centro
Colecciones del municipio de Santiago de Guayaquil y el museo Municipal	Históricas	Museo	II	Arquitectura	Infraestructura cultural	III	Zona Centro
Edificio El Telégrafo	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Histórica	II	Zona centro
Edificio Martin Avilés, antiguo Grand Hotel Crillon	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Histórica	II	Zona centro

Escultura el Fauno y la Bacante	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	II	Arquitectura	Monumentos	I	Zona Malecón Simón Bolívar
Estadio Monumental Isidro Romero Carbo	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	Arquitectura	Otras infraestructuras sociales	III	Zona Suroeste
Gran Mercado de las artesanías Nacional	Etnografía	Ferias y Mercados	III	Folcklore	Ferias y mercados	III	Zona centro
Hemiciclo de la Rotonda Malecón 2000	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	III	Arquitectura	Monumentos	III	Zona Malecón Simón Bolívar
Iglesia San Francisco	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	Arquitectura	Histórica	II	Zona centro
Jardines del Malecón	Manifestaciones técnicas y científicas	Jardín Botánico	II	Realizaciones Técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna	III	Zona Malecón Simón Bolívar
Jefatura del cuerpo	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Infraestructura cultural	III	Zona centro
Malecón del Salado	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	Arquitectura	Espacio publico	III	Zona Suroeste
Monumento a Pedro Carbo	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	II	Arquitectura	Monumentos	II	Zona Centro

Monumento José Joaquín de Olmedo	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	I	Arquitectura	Monumentos	II	Zona Malecón Simón Bolívar
Palacio de Cristal y Plaza de Integración (Antiguo mercado sur)	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	Arquitectura	Infraestructura cultural	III	Zona Malecón Simón Bolívar
Palacio de la gobernación	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Histórica	II	Zona centro
Parque Rodolfo Baquerizo Moreno y centro de convenciones	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	Arquitectura	Espacio Publico	I	Zona Suroeste
Parque seminario o de las Iguanas	Históricas	Arquitectura Civil	III	Arquitectura	Espacio Publico	II	Zona centro
Plaza centenario y columna de próceres	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Espacio publico	III	Zona centro
Plaza Cívica, Malecón 2000	Manifestaciones técnicas	Obra Técnica	II	Arquitectura	Monumentos	III	Zona Malecón Simón Bolívar

Plaza de la administración	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	Arquitectura	Espacio publico	II	Zona centro
Plaza San Francisco	Históricas	Arquitectura Civil	II	Arquitectura	Espacio publico	III	Zona centro
Regeneración Urbana del Cerro Santa Ana	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	Arquitectura	Espacio Publico	III	Zona Malecón Simón Bolívar
Torre del reloj o Torre Morisca	Históricas	Arquitectura Civil	III	Arquitectura	Monumentos	III	Zona Malecón Simón Bolívar

Nuevos atractivos según mapeo "Barómetro Turístico"							
Atractivo	Jerarquía	Tipo		Subtipo			Categoría
Regeneración Urbana Calle Numa Pompilio Llona	II	Arquitectura		Área Histórica			
Escultura de la Iguana	II	Arquitectura		Monumento			

Escultura Mono	II	Arquitectura	Monumento
Escultura Papagayo	II	Arquitectura	Monumento
Fortín de la planchada	II	Arquitectura	Monumento
La Perla	III	Realizaciones Técnicas y científicas	Obras de Ingeniería
Mercado Municipal de flores	III	Folcklore	Ferias y mercados
Museo de Barcelona	II	Arquitectura	Museos
Museo de Emelec	II	Arquitectura	Museos
Museo de la música popular Julio Jaramillo Laurido	III	Arquitectura	Museos
Museo Miniatura "Guayaquil en la historia"	III	Arquitectura	Museos
Puerto Santa Ana	III	Arquitectura	Espacio Público

Manifestaciones Culturales

La zona urbana de Guayaquil posee cinco atractivos naturales, de los cuales se excluyó el Río Guayas y Estero Salado por su extensión, la playita del Guasmo, ya que actualmente es un lugar al que se debe ir con resguardo policial, a pesar de ser un sitio turístico no cumple con las debidas normas de seguridad, dando como resultado un total de tres atractivos naturales turísticos levantados en esta actualización donde se puede apreciar que el resultado de la jerarquización fue II, quedando como “atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas” según la ficha de jerarquización Ministerio de Turismo (2017). Por ejemplo en el caso del Bosque protector Cerro Blanco la afluencia de visitantes se da, debido a campamentos, mercaditos, visitas escolares, que se llevan a cabo en dicho lugar. También visitantes que se unen a labores de conservación y rescate de bosques, como es el caso del bosque Prosperina y el Paraíso.

En lo que respecta a la categoría manifestaciones culturales posee 74 atractivos en la zona urbana. Sin embargo al momento de realizar la actualización se consideró solo los atractivos más relevantes y emblemáticos de Guayaquil. En el inventario de atractivos del Ministerio De Turismo (2004) contaban los siguientes acontecimientos como parte de los atractivos: clásico del astillero y campeonato nacional, feria de la bahía, festival de la chirimoya, festival de conmemoración de la independencia, tradición cangrejera, Procesión Cristo de consuelo, preparación artesanal de la carne, sin embargo se excluyeron para este trabajo ya que no se pueden inventariar por ser eventos programados.

También se excluyeron iglesias por no encontrarse en zonas turísticas de la ciudad y en caso particular como la iglesia Santo Domingo e iglesia y parque Victoria, por no contar con suficiente seguridad para el visitante. No se tomó en cuenta parques como Forestal, España, Medardo ángel Silva, Planetario, Núcleo del Guayas, Barrio Centenario, Puente Velero, Centro Cívico, Jardín Botánico, lago artificial de la Espol, parque lineal, ya que no forman parte de la promoción turística de Guayaquil y debido a que estos lugares no cumplen con todos los criterios de valoración como seguridad, conservación del atractivo, accesibilidad etc., son considerados como recursos del

atractivo, ya que no cuentan con infraestructura de apoyo según la jerarquización del Ministerio de Turismo (2017).

Dando así un total de 32 atractivos para ser actualizados, los cuales se sectorizo por zonas: noroeste, suroeste, malecón simón bolívar y centro de Guayaquil, para el levantamiento de información, donde se comprobó que la mayor concentración de atractivos turísticos se encuentra en la zona Malecón Simón Bolívar, arrojando resultado de jerarquía III que según la ficha de jerarquización de atractivos (2017), es un atractivo con rasgos excepcionales para motivar la visita, sea solo o en conjunto con otros atractivos, además de poseer criterios evaluados como servicios básicos, señaléticas, promoción del atractivo etc.

Con la actualización también se comprobó que la jerarquización de atractivos cambio y se evidencio la existencia de nuevos atractivos, como “La Perla” inaugurada en 2016, la regeneración urbana de la calle “Numa Pompilio Llona” y “Puerto Santa Ana” donde se lleva a cabo ferias, mercaditos y a la vez poseen una gran oferta gastronómica y de diversión nocturna para los visitantes. Sin embargo ningún atractivo logró la ponderación máxima que es IV, refiriéndose a que ninguno de los atractivos en la zona urbana de Guayaquil motivan o atraen por sí solo, al mercado internacional, ya que la mayoría de visitantes están de paso por la ciudad, según un artículo del diario “El Universo” (2015) Guayaquil es la segunda puerta de entrada al país, más el turista no vienen específicamente para visitarla ciudad, sino como punto de conexión a otros lugares, a pesar de la promoción que el cabildo en conjunto con la empresa de turismo y promoción cívica, llevan a cabo para hacer de esta ciudad un destino importante en Ecuador.

En base a los resultados arrojados en esta actualización se ha escogido los atractivos con mayor jerarquía para el presente trabajo, debido a su importancia en la promoción de la oferta turística de la ciudad y por considerarse como centro turístico ya que agrupa una cantidad de atractivos en la misma área, a la vez por sobresalir en portales web rankeados por turista y confiables como Tripadvisor, y que se ha tomado como parte del muestreo para medir los niveles de satisfacción de los visitantes en

estos atractivos, los cuales se ha dividido por zonas, para un mejor entendimiento, quedando:

Zona 1: Palacio de Cristal que comprende malecón Simón Bolívar hasta la Torre Morisca.

Zona 2: Hemiciclo de la Rotonda hasta el Maac

Zona 3: Cerró Santa Ana abarcando la calle “Numa Pompilio Lloná” y “Puerto Santa Ana”

Capítulo III: Marco metodológico

Diseño de la investigación

El diseño de investigación que se ha escogido es exploratorio, descriptivo. Se ha decidido implementar la investigación exploratoria ya que, de acuerdo con Hernández (2010) se realiza cuando se desea examinar un tema o problema poco estudiado, para así brindar conocimientos y comprensión. En este caso, el desconocimiento de la satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de Guayaquil, que se pudo comprobar mediante búsqueda de información. Por lo consiguiente la investigación descriptiva que Malhotra (2008) define que tiene por objetivo la descripción de algo o la percepción de sus características, donde se detallará los factores que inciden en la satisfacción del visitante. Para realizar este análisis, se empleará la herramienta de recolección de información, encuesta, donde se medirá la calidad de atractivos con los siguientes elementos “acceso, ambiente, elemento humano, seguridad, calidad técnica y experiencia” establecidos en la metodología “Tourqual” Mondo (2014) que se ha tomado como referencia para este trabajo.

Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación que se ha tomado para este trabajo es mixto, debido que para el cumplimiento del objetivo general “Proponer un plan de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil”, se tratará de abordar y medir los niveles de satisfacción mediante el enfoque cuantitativo y para la interpretación del análisis se lo hará mediante enfoque cualitativo.

Según Hernández (2010) la investigación mixta, logra una mejor perspectiva del fenómeno estudiado, complementa la información con mayor entendimiento, clarifica los resultados de un método en base al resultado de otro (p.551). Por lo que mediante el enfoque cualitativo se logra explicar o interpretar mejor la información recopilada, que, con el enfoque cuantitativo, se midió de forma numérica y se analizó de forma estadística mediante formularios o encuestas estructurados

Técnica de Investigación

La técnica de investigación que se aplicará será mediante investigación de campo ya que se desea estudiar los factores que inciden en la satisfacción de los visitantes, mediante las encuestas y la actualización. De acuerdo con Barrios (2006) el objetivo de esta investigación es entender mejor la naturaleza del problema mediante la descripción y uso de métodos del enfoque de la investigación. (p, 9)

Muestreo y población

Para Corbetta P. (2007) el muestreo es la parte de la población de la cual se extraerá la información, explicando que la población es el objeto a estudiarse y la muestra es un subgrupo de la población. (p.272)

En base a lo anterior se ha establecido que la población de nuestro estudio es los turistas nacionales y extranjeros que visitan Guayaquil, ya que según cifras extraídas del “Observatorio Turístico Guayaquil” (2015) se registró un total de 1.739.662 nacionales y 546,856 extranjeros, dando un total entre los dos de 2 286 518 visitantes solo en el año 2015.

Tabla 2 Estadísticas de ingreso de turistas a la ciudad de Guayaquil

Ingresos de turistas nacionales e internacionales a la ciudad de Guayaquil

<i>Guayaquil</i>	<i>Nacionales</i>		<i>Extranjeros</i>		<i>Total</i>
	<i>Numero</i>	<i>%</i>	<i>Numero</i>	<i>%</i>	
	<i>1.739.662</i>	<i>76%</i>	<i>546.856</i>	<i>24%</i>	<i>2.286.518</i>

Nota: Observatorio Turístico De Guayaquil., 2017

Determinación de muestra

Para determinar el tamaño de la muestra de la investigación de mercado de este trabajo, se utilizó la siguiente fórmula; en donde:

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

σ =Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error maestral.

Para el trabajo presente la muestra se determinará de la siguiente manera

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

$$n = \frac{2286518(0.5)^2(1.96)^2}{(2286518-1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = 2195871,885717,25$$

$$n = 384.09$$

$$n = 384$$

El cálculo de la muestra arrojó un resultado de 384 turistas que servirá para ser encuestados. No obstante, se realizó una división del grupo en turistas nacionales y extranjeros por lo cual, las 384 encuestas son separadas, sabiendo que del total del universo el 75,8% son de turistas nacionales y el 24,2% de turistas extranjeros, por lo tanto, de los 384 turistas que se encuestaron 291 fueron turistas nacionales y 93 fueron turistas extranjeros. Sin embargo, esta división no influye en el análisis de los resultados; solamente se hizo por cuestiones de aplicación del cuestionario a dichos grupos objetivos.

Técnica de recolección de datos

Las técnicas a emplearse para este trabajo son las siguientes:

Observación directa

Esta técnica se realizará a través de fichas para el levantamiento y actualización de información en cada atractivo turístico de la zona urbana de la ciudad de Guayaquil. Se hará contacto directo con cada atractivo con la finalidad de observar los servicios y condiciones que brinda cada atractivo como tal.

Formato de encuesta

De acuerdo a Hair (2010) , esta técnica de recolección de datos, se da para muestras grandes y a la vez permite conocer factores que no son explorables fácilmente como comportamientos, actitudes, preferencias, mediante una serie de preguntas y respuestas que permite obtener información.

Al implementar este método se obtendrá información brindada por los turistas tanto nacionales y extranjeros que acudan a cada atractivo midiendo su nivel de satisfacción. Esto se da mediante la aplicación del modelo “Tour Qual” por Mondo T. (2014) que se enfoca en la medición de la calidad percibida en las atracciones turísticas, que utiliza el método de encuesta por cuestionario, en el cual buscó medir la percepción de la calidad del cliente y el valor percibido, por medio de la escala de likert de siete puntos. Para el presente trabajo se ha tomado en cuenta, las categorías e indicadores de la metodología descrita, basado en ServQual. Se medirá acceso, ambiente, elemento humano, seguridad, experiencia y calidad, siguiendo el modo en como el turista llega al atractivo, lo que encuentra en su ambiente, las personas que lo atienden como empleados, seguridad seguido de la experiencia y percepción.

Dentro de acceso los indicadores a evaluar serán: accesibilidad, acceso a baños, espera por el servicio, facilidad de compra, horario de funcionamiento, localización y señalización externa. En la categoría ambiente los factores a evaluar van en relación a la atmosfera de servicio que se encuentra en el atractivo, se considera la temperatura, lo acogedor y cómodo del atractivo. En la categoría elemento humano se consideró la existencia de personal para la atención y en base a ello, factores como conocimiento general sobre la ciudad y el atractivo y su sensibilización con el cliente.

En la categoría experiencia se trató de evaluar el aprendizaje y el disfrute de su visita en el atractivo. Dentro de Seguridad los indicadores a evaluar se relacionaron más a la identificación del personal de seguridad, la confianza que da este personal dentro del atractivo y la existencia de algún punto de ayuda. En calidad técnica se midió la información externa que se obtiene del atractivo.

En base a lo descrito, la metodología se ha adaptado a la realidad de los atractivos que posee la zona urbana de la ciudad de Guayaquil. El modelo del cuestionario que figura a continuación se realiza para tratar de medir satisfactoriamente la calidad percibida sobre los atractivos turísticos en la ciudad de Guayaquil, como parte del proyecto BARÓMETRO TURÍSTICO UCSG.

Se miden diferentes aspectos, donde el encuestado debe responder marcando un número entre el 1 y el 7, siendo 1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=adecuado, 5=bueno, 6= muy bueno, 7=excelente.

Análisis e interpretación de resultados

Zona Uno

Zona uno comprende Palacio de Cristal hasta Hemiciclo la Rotonda donde se puede observar los diferentes atractivos con los que cuenta el sitio.

Mapa

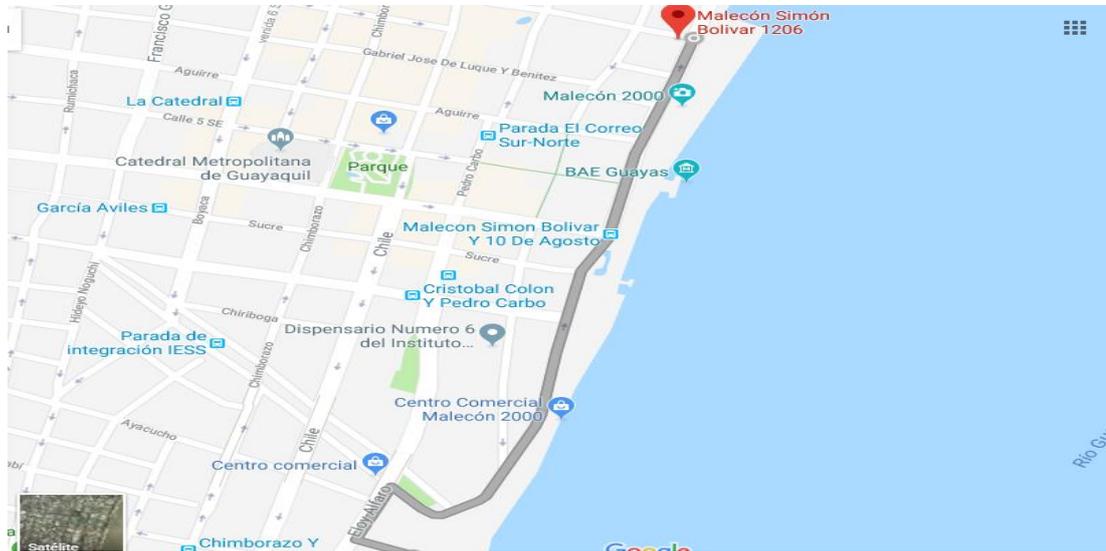


Figura 3. Palacio Cristal hasta Hemiciclo la Rotonda

En base a una tabla se mostrara los diferentes atractivos que cuenta la zona uno y por lo que son visitados por los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Tabla 3. Atractivos zona uno

Zona Uno	
ATRATIVOS	
Plaza de la Integración Latinoamericana	Monumento José Joaquín de Olmedo
Palacio de Cristal	Barco Pirata Morgan
Club de la Unión	
Monumento a León Febres Cordero	Centro Comercial Malecón 2000
Plaza Olmedo	Mercado Artesanal

Fuente: Guayaquil es mi destino

Presentación de resultados

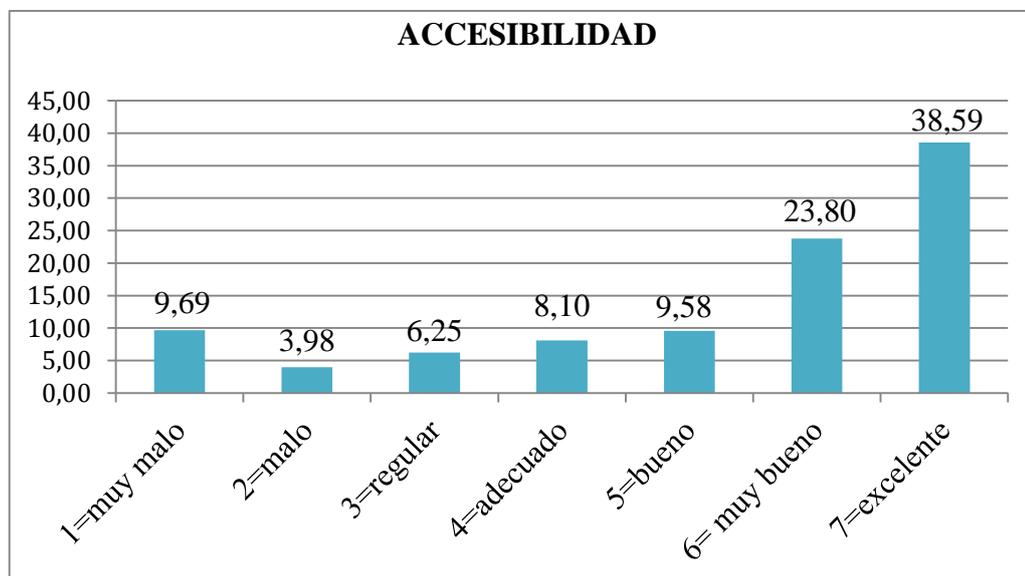


Grafico 1. Accesibilidad zona uno

El 38,59% de los encuestados considera excelente la accesibilidad del sitio sin embargo no cumple toda las expectativa ya que el porcentaje no es mayor al 50%, por otra parte el 9,69% considera que la accesibilidad es muy malo obteniendo un resultado bajo.

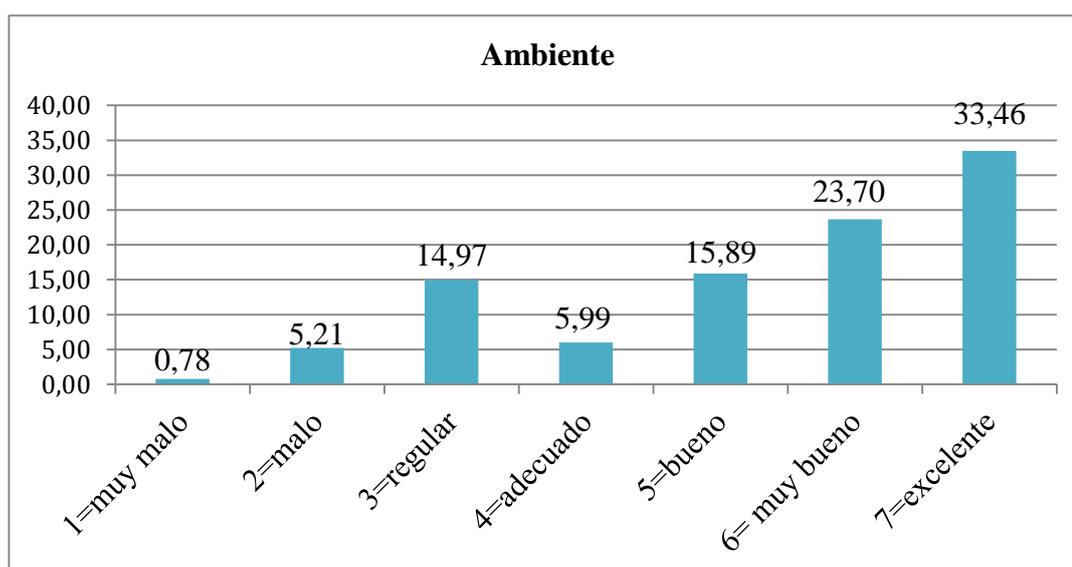


Grafico 2. Ambiente Zona uno

Los visitantes consideran que el ambiente que brinda el atractivo es satisfactorio siendo 33% el puntaje más alto considerado como excelente sin embargo no cumple las suficientes expectativas del turista tanto extranjero como nacional.

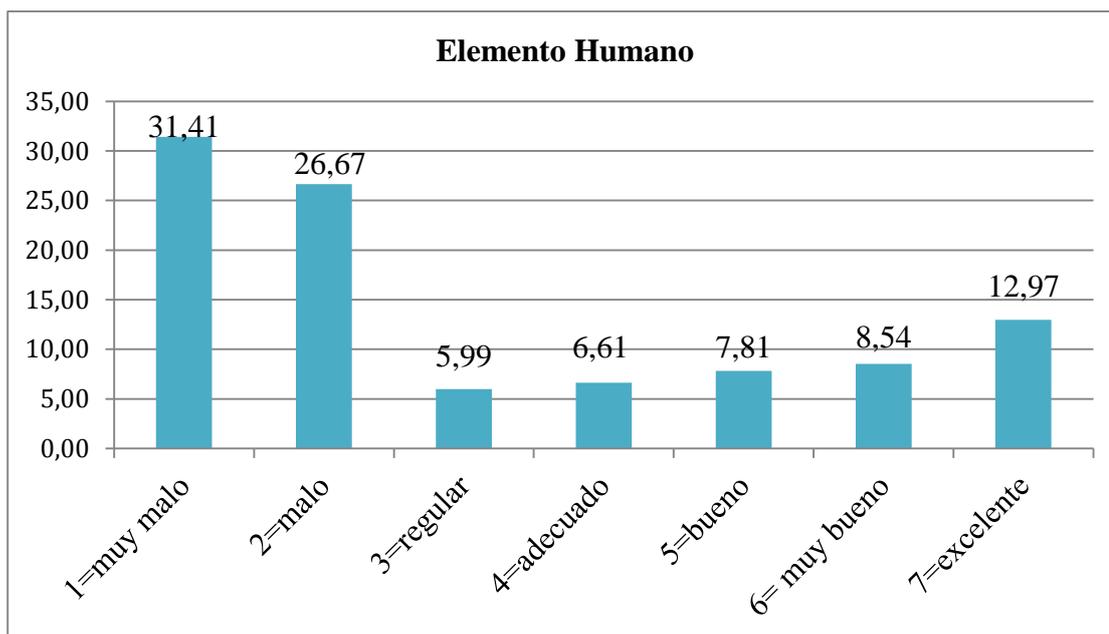


Grafico 3.Elemento humano Zona uno

El 31% fue considerado no satisfactorio para los visitantes ya que su calificación es muy mala sin embargo otro grupo de turistas califican el elemento humano como satisfactorio con un resultado de 27%.

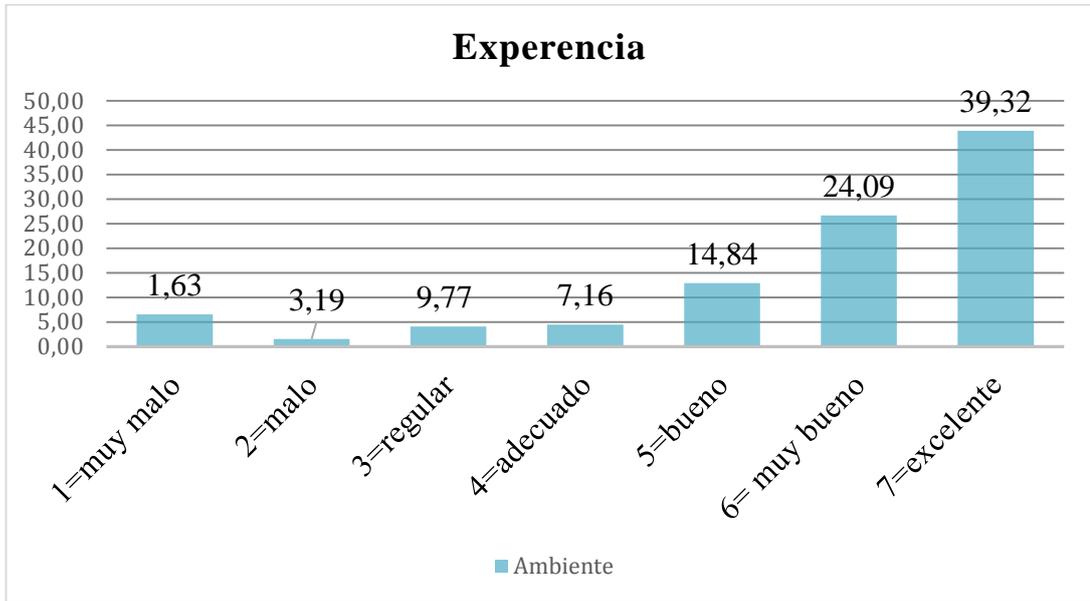


Grafico 4.Experiencia Zona uno

La experiencia acerca del atractivo fue considerada por los visitantes satisfactorio con un resultado de 39,32% sin embargo no es considerada en su totalidad excelente ya que su porcentaje es mejor al 50%.

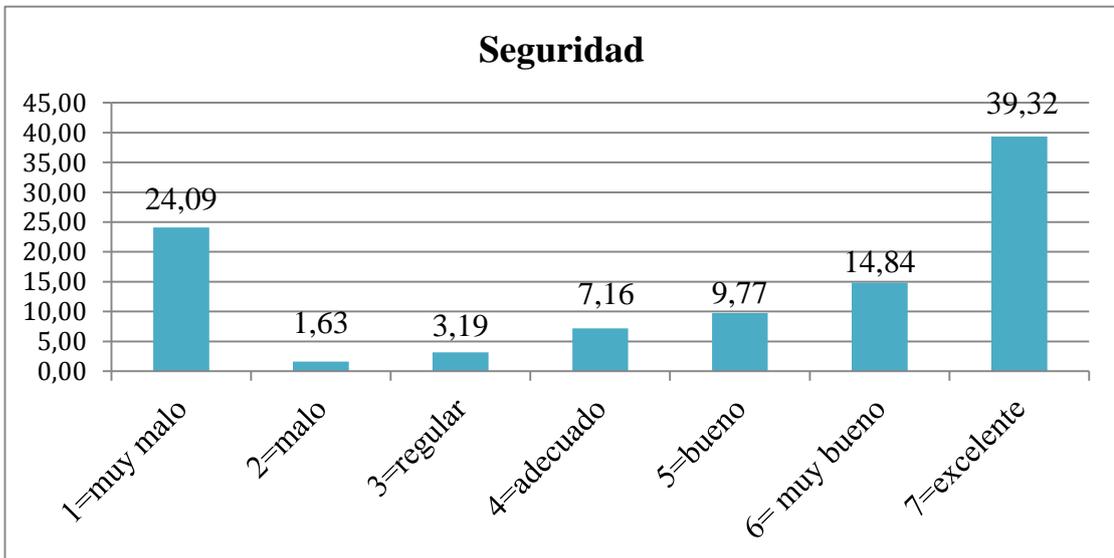


Grafico 5.Seguridad Zona uno

En base a los resultados el 39,32% fue satisfactorio sin embargo no es considerado una excelente seguridad ya que no obtiene un resultado más del 50%, por otra parte se obtuvo un 14,84% como muy bueno y como muy malo 24,09%.

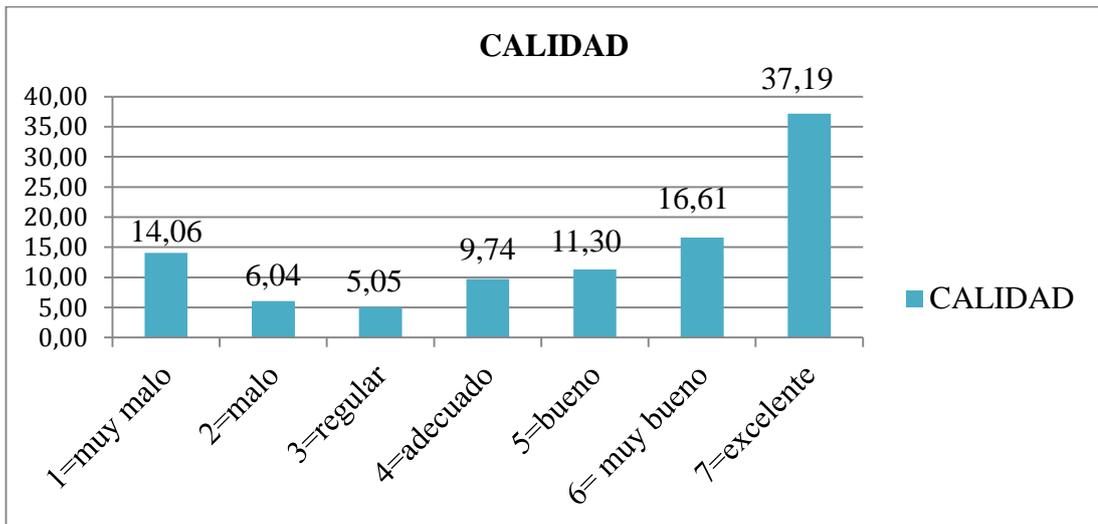


Grafico 6. Calidad Zona Uno

El 37,19% fue considerado por los visitantes satisfactorio por otra parte el 14,09% obteniendo el resultado más bajo como muy malo.

Zonas Dos

Zona dos comprende la Rotonda, jardines del malecón hasta el Maac, dentro de esta zona también se incluyó parque Seminario y Centenario.

Mapa

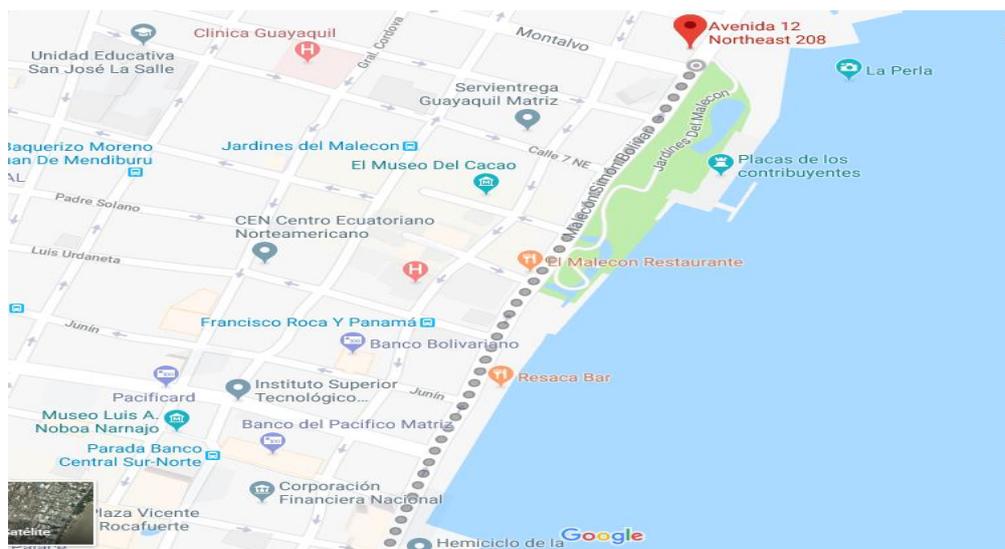


Figura 4. Zona dos.

En la siguiente tabla se muestran los atractivos que se encuentran en la zona dos:

Tabla 4. Zonas dos Atractivo

ZONA DOS	
ATRATIVOS	
Plaza Cívica	Plaza del Vagón
Torre de los Cuatros Elementos	Jardines del Malecón
Torre Morisca	La Perla
Safari Park	Museo Antropológicos Arte Contemporáneo
Museo Antropológicos Arte Contemporáneo	La Perla

Presentación de Resultados

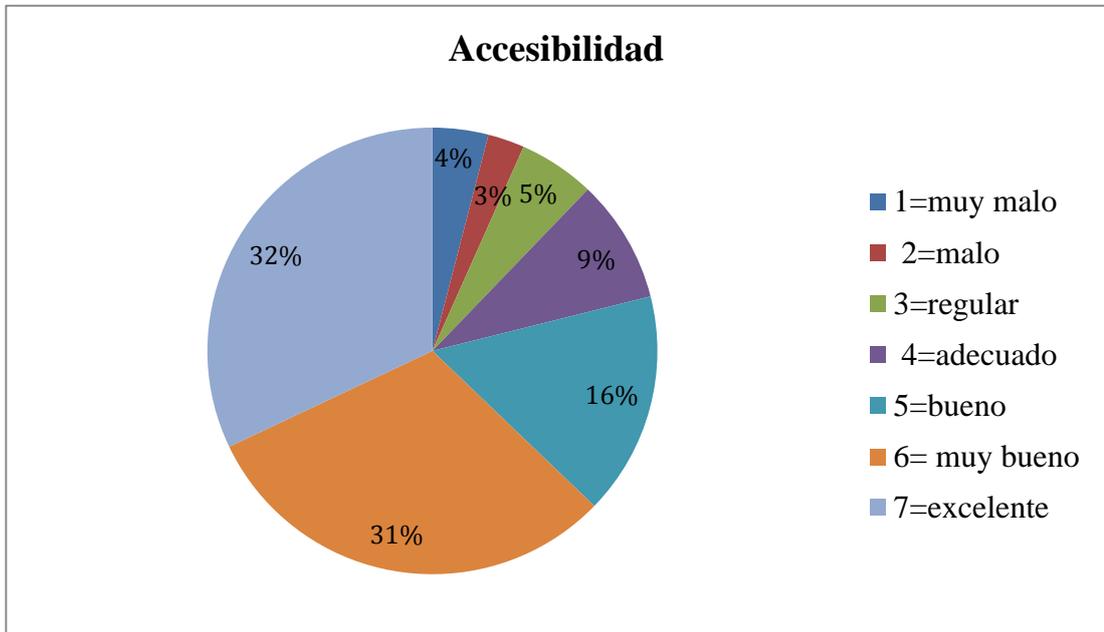


Grafico 7.Accesibilidad Zona dos.

En base a los resultados obtenidos se puede notar que el 31 % de la accesibilidad es Excelente y solo el 4% es muy malo.Sin embargo ni un porcentaje es mayor a 50%.

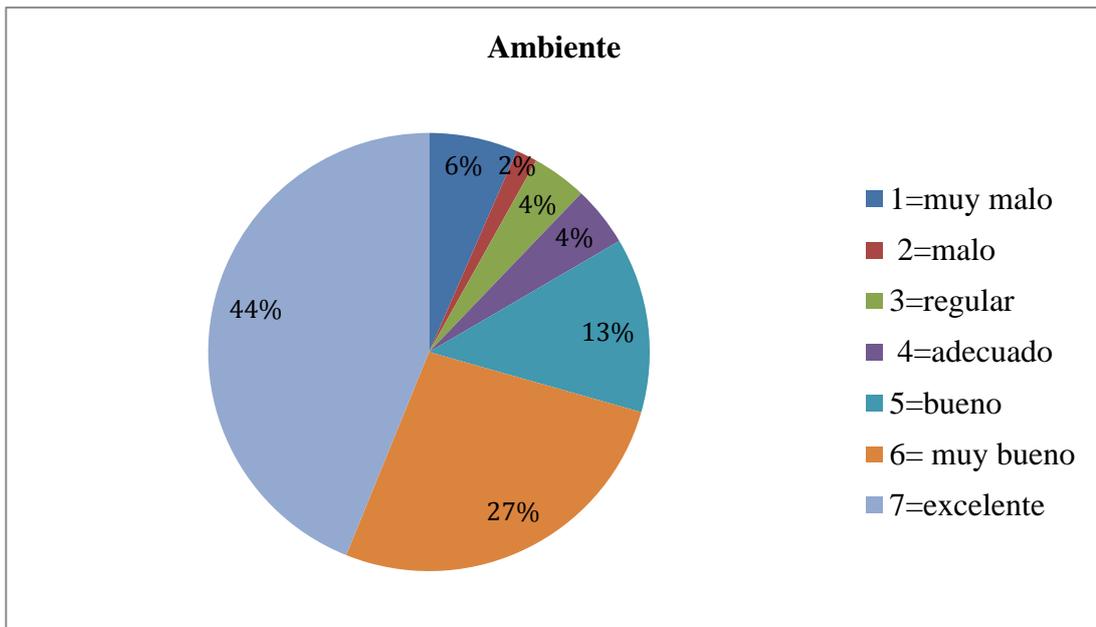


Grafico 8.Ambiente Zona dos

En relación al grafico anterior, ambiente es considerado importante y satisfactorio para los visitantes con un resultado de 44% siendo el más alto y calificado como excelente, sin embargo no obtiene un porcentaje mayor a 50%.

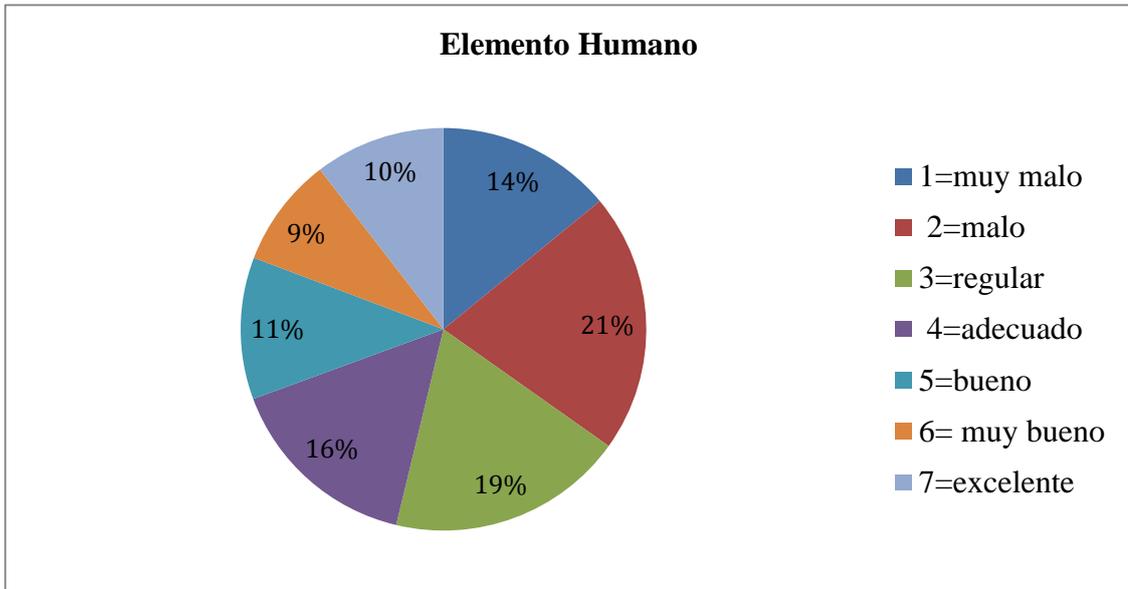


Grafico 9.Elemento Humano Zona dos

Desde este sector se puede mostrar que el 21% de los encuestados no están satisfechos siendo el porcentaje más alto y que un 19% lo considera regular.

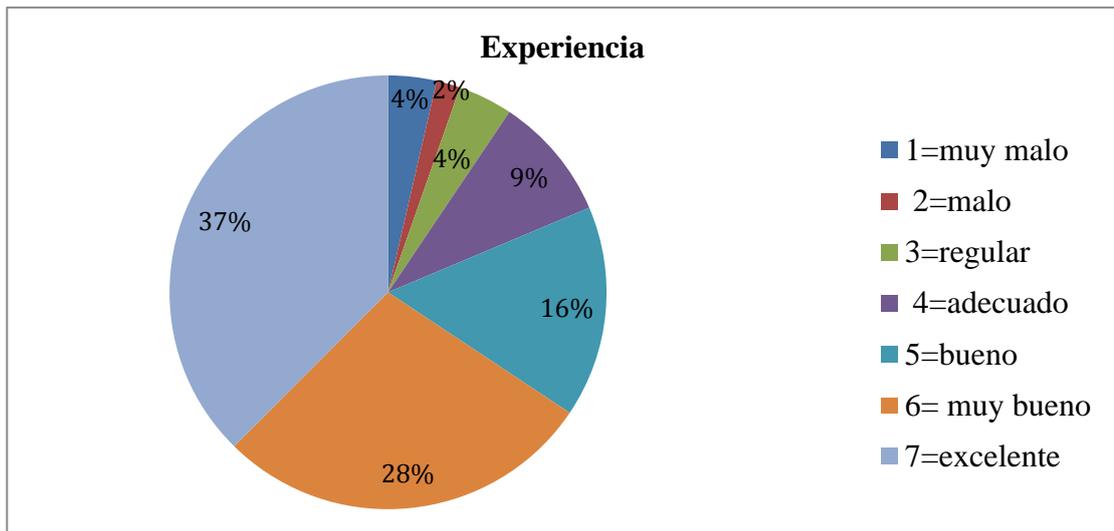


Grafico 10.Experiencia dentro del Atractivo Zona dos.

En base a los resultados obtenido se puede notar que un 37% de experiencia dentro del atractivo es muy buena sin embargo no es excelente ya que ninguno de los porcentajes es más del 50%

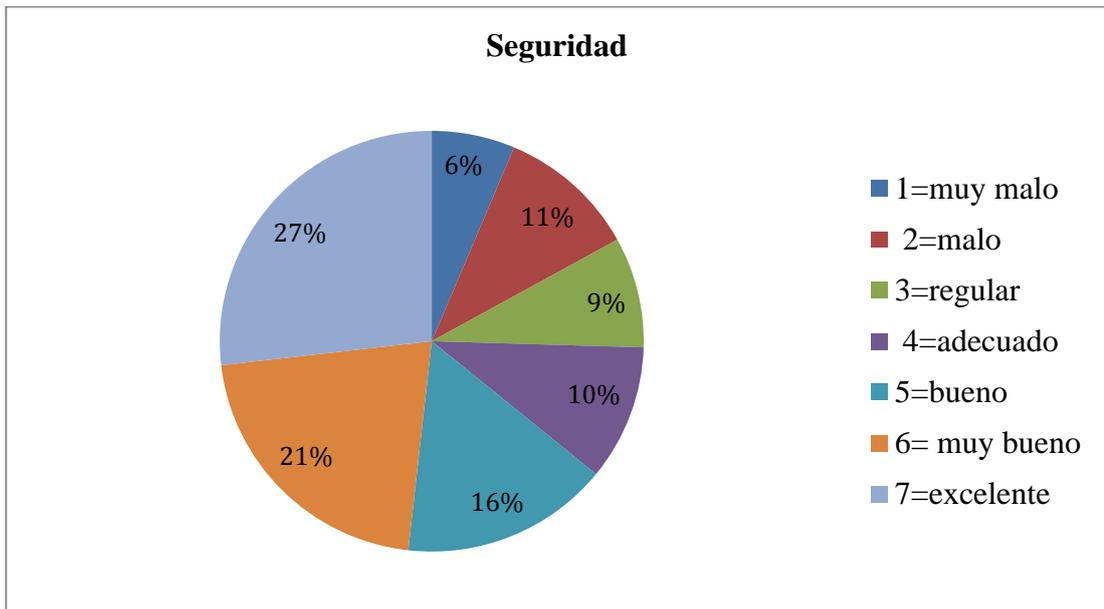


Grafico 11.Seguridad Zona dos.

Como se puede observar el resultado de la encuesta el porcentaje con más relevancia es de 27% siendo excelente pero no satisfactorio para el visitante ya que todo su porcentaje es menor al de 50%.

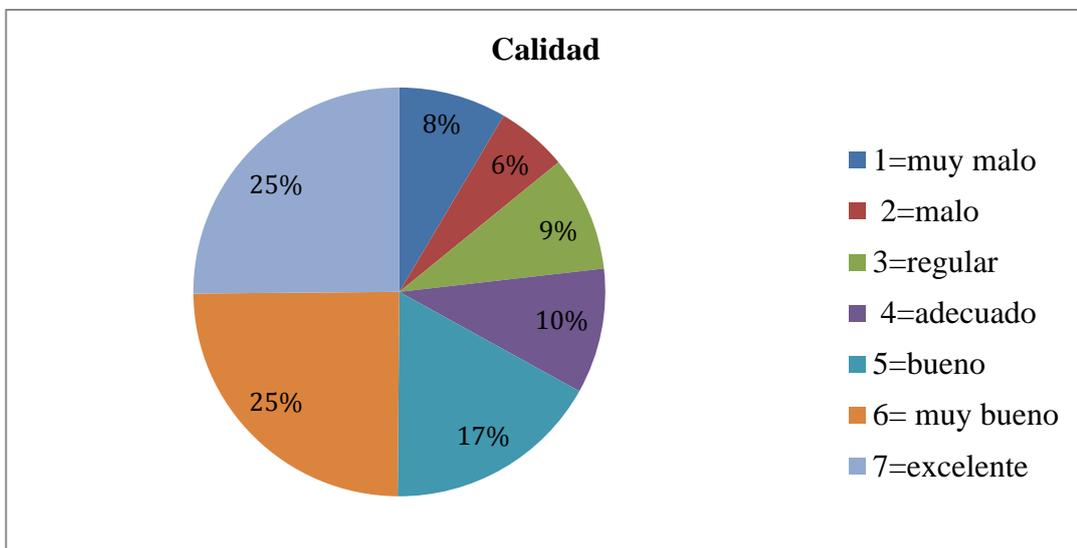


Grafico 12.Calidad Técnica Zona Dos

Como se puede observar los resultados obtenido fue de 25% dando un resultado fue excelente obteniendo el mismo resultado en la variable muy bueno siendo satisfactorio para el visitante. Sin embargo no es eficaz ya que su resultado no es mayor a un 50%.

Zona Tres

Zona tres comprende Barrios las peñas, Cerro Santa Ana, Puerto Santa Ana y calle Numa Pompilio Llona donde se puede observar los diferentes atractivos y espacios que tiene el espacio.

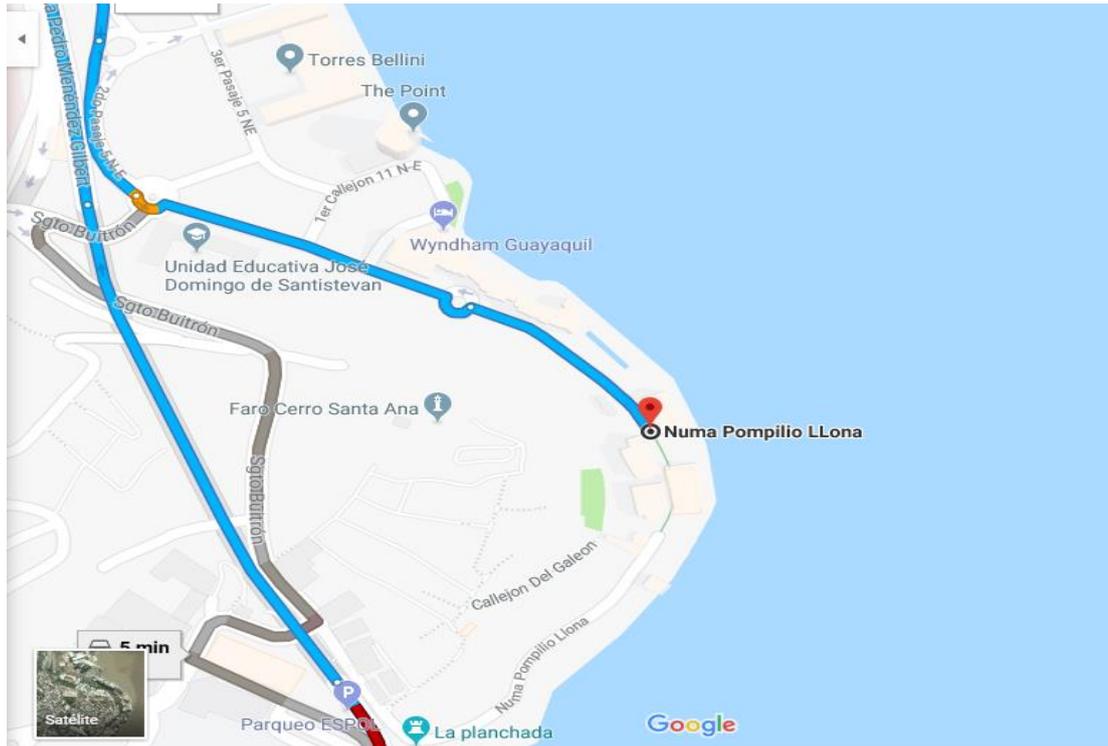


Figura 5. Zona tres.

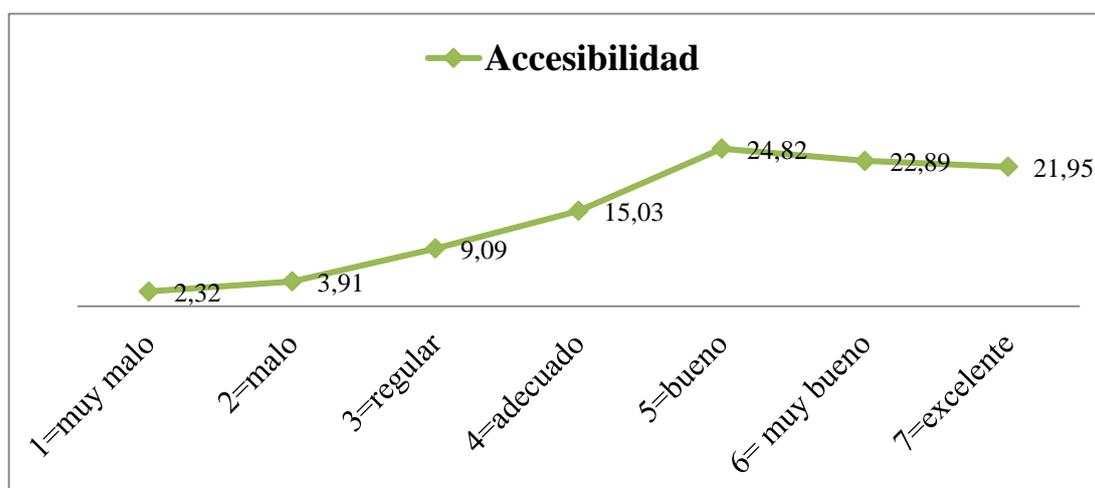
En base a la tabla se mostrara los diferentes atractivos que cuenta la zona tres y que son observados por los turistas que llegan al destino la zona 3 comprende cerro Santa Ana, Puerto Santa Ana y las peñas.

Presentación de resultados

Tabla 5. Atractivos Zona tres

ZONA TRES	
ATRATIVOS	
Cerro Santa Ana	Museo de la Cerveza
Escalinata Diego Noboa	Plaza Colon
El Faro	Barrio las Peñas
Fuente del Cerro (Plazoleta Cerrito verde)	Museo Naval El Fortín
Fortín de la Planchada	Plaza Honores o Símbolos
Casa patrimoniales del Barrio las peñas	Calle Numa Pompilio
Museo Julio Jaramillo	Museo de los Equipo de ASTILLERO

Grafico 13. Accesibilidad Zona tres



El 24,82 % es considerado por los visitantes bueno en accesibilidad y sin embargo otro grupo de visitantes considero que la accesibilidad en el atractivo era muy malo con un valor de 2,32%

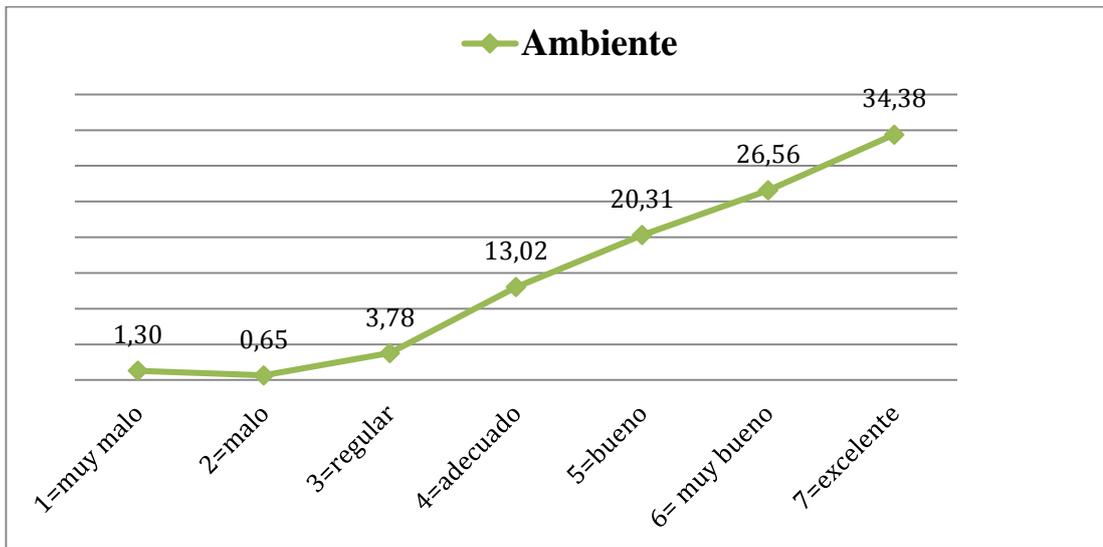


Grafico 14. Ambiente Zona tres

Siendo 34,38% considerado por los visitantes excelentes sin embargo no cumple con un porcentaje mayor a 50%.



Grafico 15. Experiencia Zona tres

Desde el sector se puede mostrar que la cantidad 25,07% es considerada por los visitantes como satisfactorio sin embargo el nivel de satisfacción sobre la experiencia es muy baja ya que no cumple un porcentaje mayor a 50%.

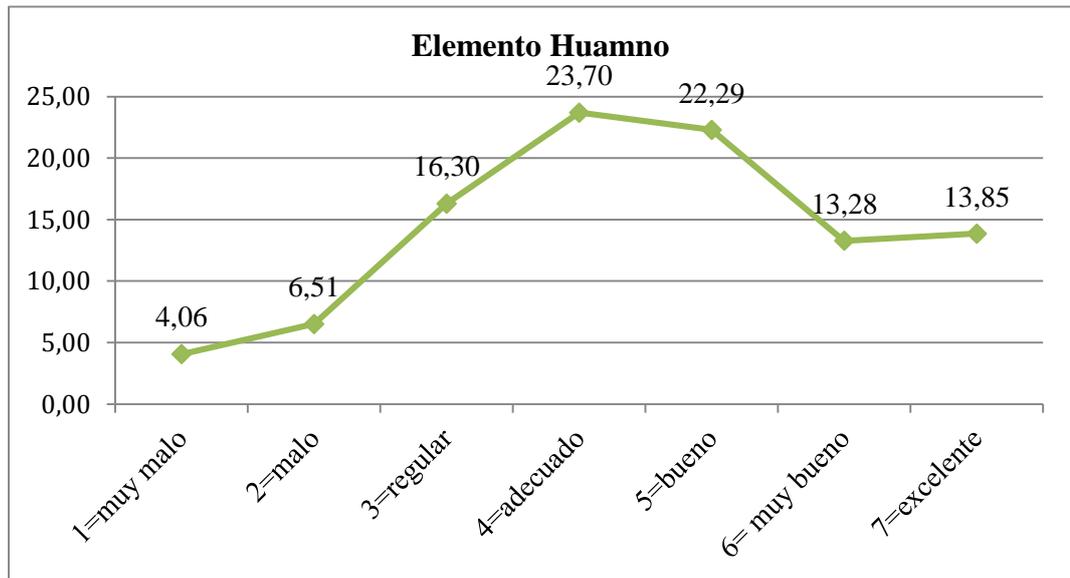


Grafico 16.Elemnto Humano

Como se puede observar el 23% de los encuestado consideran como adecuado ya que el 22,29% lo considera bueno y un 4.06% de los visitante considero que era muy malo.

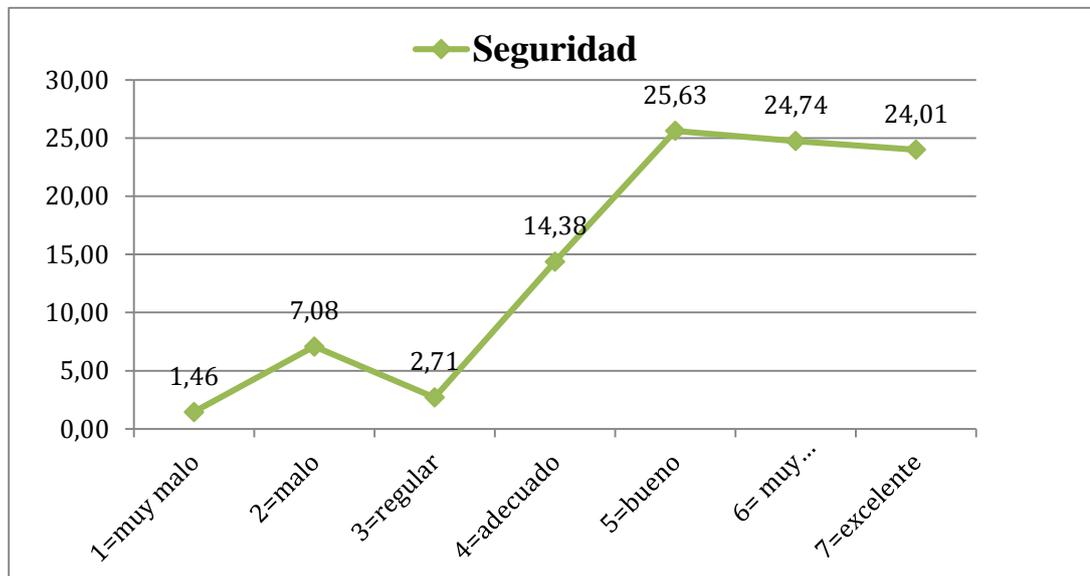


Grafico 17.Seguridad Zona tres

En base a los Resultado se puede observar que el 25,63 % se considera el porcentaje más alto y satisfactorio para los visitantes no siendo del todo, la seguridad muy confortable para los turistas.

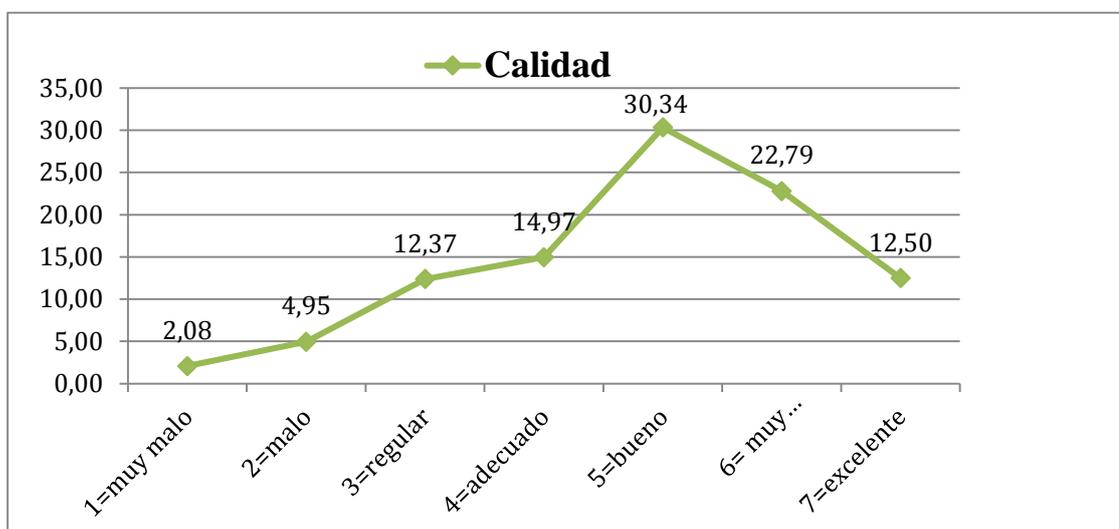


Grafico 18.Calidad Zona tres

Como se puede observar en el 30,34% de los encuestados a considerado como bueno la información ya que un 22,79% por muy bueno sin embargo el nivel de calidad no cumple con todo los objetivos ya que su resultado no es mayo a 50%.

Conclusiones de Datos

Resumiendo los resultados, se pudo notar que la accesibilidad en los atractivos evaluados fue considerada como muy buena, en dos de las zonas encuestadas, en este indicador se obtuvieron respuestas en relación a la cercanía del atractivo en cuanto a estacionamientos, disponibilidad y facilidades de baños para discapacitados y señalización en el atractivo, sin considerar que existe una deficiencia en los parqueos ya que la mayoría de visitantes a estos atractivos llegan en buses turísticos, transporte público o a pie y por lo tanto no es un factor determinante en el servicio.

Respecto al ambiente la respuesta fue positiva en las 3 zonas, dando un resultado como excelente en este indicador, donde se evaluó el confort del visitante durante su visita en el atractivo. En la categoría elemento humano se buscó analizar la opinión del visitante referente al personal dentro del atractivo. Se evaluaron factores como, si estos conocían la historia del atractivo, brindar ayuda con información sobre la ciudad y el manejo de idiomas. Sin embargo se pudo evidenciar que el resultado fue

significativamente bajo en relación a los demás indicadores, concluyendo la insatisfacción del turista referente a este indicador

En relación a la experiencia dentro del atractivo, la mayoría de encuestados calificó como excelente, concluyendo que el visitante si disfrutar y está satisfecho con lo que le brinda el atractivo, sin embargo hay factores que aún deben mejorarse debido a que el porcentaje de respuesta obtenida es menor que el 50%. En la seguridad del atractivo se pudo comprobar que a pesar de haber sido considerada por la mayoría de encuestados como buena o adecuada se debe aún mejorar, ya que al momento de hacer la encuesta se obtuvieron comentarios negativos y recomendaciones referente a este indicador que se detallará mejor en el plan de intervención. Por último la calidad técnica, refiriéndose a la información encontrada en medios digitales como portales web, fue considerada como excelente.

Capítulo V: Plan de Intervención

En base a los resultados analizados tanto en las encuestas como en la actualización, se pudo evidenciar algunas falencias en los atractivos tales como escasas señaléticas o que se encuentran en estado obsoleto, lo que imposibilita la correcta interpretación de estas, la inadecuada seguridad dentro de los atractivos, ya que no brinda la confianza debida para que el turista se sienta seguro, por lo que se debe fortalecer. Y sobre todo la falta de puntos de información turística o medios de ayuda para el visitante, ya que por ello se conoce poco sobre la ciudad. Considerados como factores que inciden en la percepción y disfrute del visitante en el atractivo.

Por dicho motivo se han elaborado las siguientes proyectos o estrategias, para así mejorar la experiencia y satisfacción del visitante en el atractivo y de esa forma tener una influencia positiva al momento de captar nuevos clientes al mercado turístico ecuatoriano, mediante comentarios boca a boca acerca de qué tan buena es nuestra planta turística y también lograr su fidelización con el destino..

Proyecto 1. Mejora de Señaléticas en los atractivos

Objetivo General

Dotar de sistema de señalización turística, uniforme y coherente para los atractivos turísticos con el fin de potenciar la competitividad turística del país y lograr mejorar el nivel de calidad de los sitios turísticos y perseverar su cultura, logrando así mantener al turista nacional y extranjero satisfecho.

Alcance

La estructura de señalización estandariza una simbología que describe el acceso, atractivos y servicios disponibles en cada destino importante con miras a desarrollar la actividad turística. (Manual de señalización Turística Ecuador, 2011).

Las señaléticas planteadas en el proyecto son vallas informativas, de destino y pictogramas, elaborados en base a los requerimientos establecidos en el Manual de Señalización Turística (2011), tanto su forma, color, tamaño y ubicación, son puntos muy importantes al momento de su diseño e implementación, que ayudará a mantener informado y equipado el sitio turístico para una mejor interpretación para el visitante de estos sitios. Cada señalética será usada en cada sitio que lo requiera para dar una información específica de lo que se está observando o intentado comunicar.

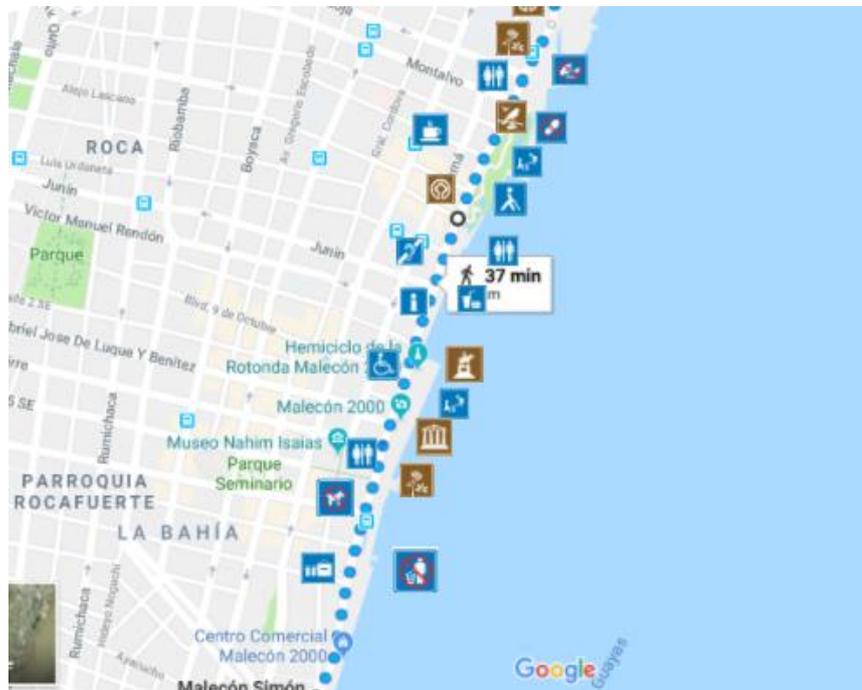


Figura 6 .Malecón Simón Bolívar
Elaborado por: Autor de Tesis

La ubicación de las señaléticas se hará a través de un croquis turístico que estará dividido en tres zonas donde los atractivos forman parte de ella .Zona uno palacio de cristal hasta hemiciclo la rotonda, zona dos Hemiciclo la Rotonda hasta Max y zona tres cerro Santa Ana, calle Numa Ponpillo y puerto Santa Ana .

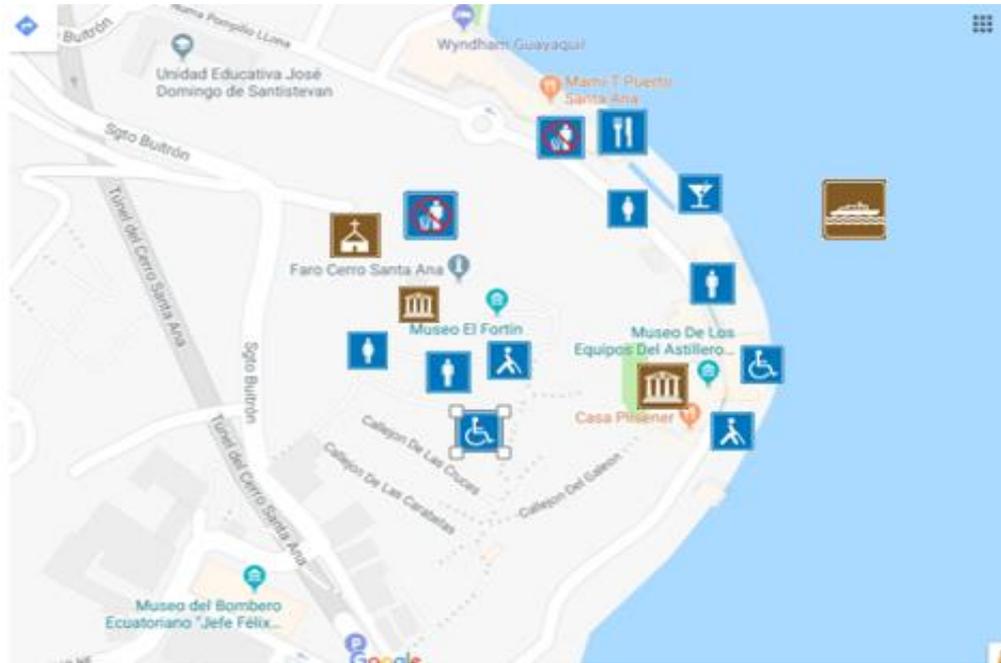


Figura7 .Señalización Peñas y Puerto Santa Ana
Elaborado por: Autor de Tesis

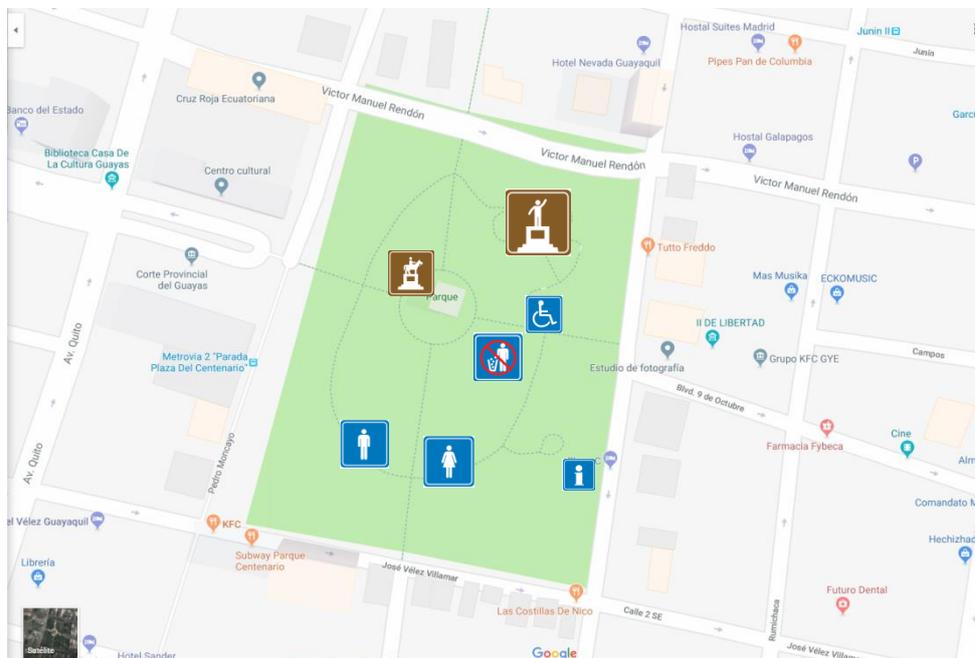


Figura 8.Señalización Parque Centenario
Elaborado por: Autor de Tesis

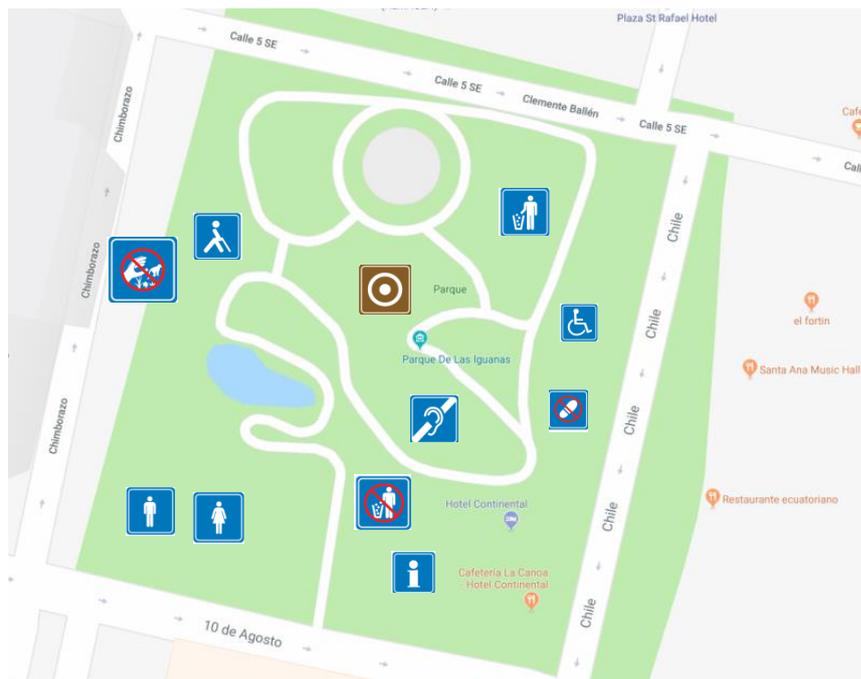


Figura 9. Señalización Parque Seminario
Elaborado por: Autor de Tesis

Mediante las encuestas se pudo analizar la falta de señaléticas que tiene el Malecón Simón Bolívar a continuación como un plan de mejora para la satisfacción del cliente se detalla las señaléticas que deben ser usadas en cada sitio para que el visitante esté informado.

La Señalética

La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos.

Pictograma Atractivos Naturales

Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, iglesias, conventos, colecciones particulares, grupos étnicos, manifestaciones religiosas, artesanía, ferias y mercados, shamanismo, explotaciones mineras, centros científicos y técnicos, etc.

Pictograma Atractivos Culturales

Representan la riqueza y biodiversidad de un lugar de un país. Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante.

Pictograma De Atractivos Naturales

Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de

Pictogramas de Servicio de Apoyo

Son aquellas que indican a los visitantes la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, comunicaciones y varios

Pictogramas de Restricción

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia

Señalética implementación de facilidades turísticas

Tabla 6. Señaléticas implementación de facilidades turísticas

IMPLEMENTACION DE FACILADES TURISTICAS

PROYECTO: Implementación de señaléticas

DESCRIPCIÓN.- Este proyecto propone la implementación de señaléticas en las zonas uno, dos y tres donde cada atractivo forma parte.

Cada pictograma será ubicado en el sitio en el que pertenece como atractivos naturales, atractivos culturales, servicio de apoyo o de restricción en total serian 57 unidades agregando el costo de mano de obra por la instalación de cada pictograma con un costo referencia y tiempo de ejecución de un año aproximadamente.

RESPONSABLE: Empresa Pública Municipal de Turismo, Ministerio de turismo, empresas privada.

PRESUPUESTO REFERENCIAL : \$10.122,28

Fuente: Proceso de contratación pública de señalización del ministerio de Turismo

Este proyecto propone la implementación de señaléticas ubicada en los diferentes puntos de los atractivo que conforma parte de cada zona logrando así que el atractivo cuente con la información suficiente para que el turista sepa que está visitando o en caso de emergencia conozca donde debe de ir .

Proyecto 2. Implementación de ITUR.

Objetivo General

Brindar información de forma gratuita, sobre la ciudad, los principales atractivos y las actividades o los eventos programados para mejorar la experiencia en el visitante, brindando asistencia, pendiente de sus dudas, quejas y requerimientos.

Alcance

Como parte del plan de intervención se propone la creación de un punto principal que de un Servicio de Información y Atención al Turista (ITUR) según denominación del MINTUR. De acuerdo con Suárez (2011) se debe contar con información confiable que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante, que brinde información relevante sobre los atractivos y la ciudad.

Para mayor comodidad y ayuda para el visitante, sobre todo extranjero o de provincia, este ITUR se localizaría por el “Hemiciclo de la rotonda” por medio de un módulo de información. Se ha escogido este lugar debido a la gran concentración de visitantes que genera día a día, ya que sirve como punto de encuentro, por ser un ícono histórico de Guayaquil, por el monumento del encuentro entre los libertadores Simón Bolívar y José de San Martín en 1822.

La implementación de este ITUR será de gran ayuda para el visitante ya que este obtendrá toda la información que necesita al estar en la ciudad, de fuente confiable y gratuita, para así garantizar su seguridad y comodidad en el destino, al brindarle todas las facilidades para el disfrute de su viaje.

Resumen

En Guayaquil, existe una oficina que brinda información turística ubicado en las calles 10 de agosto y avenida Malecón Simón Bolívar, edificio Valra atendiendo todos los días de 09h30-17h00, bajo la dirección de la empresa pública municipal de turismo. Sin embargo, para este proyecto se ha considerado implementar un ITUR principal, de fácil acceso, con personal capacitado y con la utilería necesaria para asistir al visitante, tal como se contempla en el “Programa de facilitación turística” del Plandetur 2020, en el que se plantea una red urbana de asistencia al turista, donde se

le brinde a estas facilidades tales como, casilleros o bodegaje, internet, servicio para denuncias, auxilio etc., con el respectivo material necesario.

El ITUR contará con un módulo de información, que ya está establecido como se puede apreciar en la Figura 5, la fachada deberá tener lo respectivos rótulos con el logotipo de la entidad encargada de brindar estos servicios.

El personal que atenderá este módulo, debe ser profesional especializado en turismo o guianza, con conocimiento en servicio al cliente, que maneje al menos 2 idiomas diferentes a su lengua nativa, capaz de brindar un trato especializado.



Figura 10. Malecón 2000

El ITUR deberá proveer al turista, folletos, mapas, información impresa acerca de los atractivos de la ciudad, como llegar a dichos lugares, tasas de cambio, contacto de prestadores de servicios, tarifas, sugerencias de seguridad, también sobre eventos y actividades que se llevará a cabo en fechas próximas, números de teléfono en caso de emergencia, policía, asistencia etc. A la vez proveer de datos adicionales como lugares para hospedarse, para hacer compras, asistencia de un guía especializado para el recorrido en la ciudad y de más opciones en el destino, además de planes de contingencia, vías de evacuación, puntos de encuentro en caso de catástrofes. Deberán proveer al turista la asistencia de taxis segura y confiable para su movilización. La información debe estar en al menos dos idiomas siendo éstos, español e inglés.

Tabla 7. ITUR Malecón Simón Bolívar

IMPLEMENTACION DE FACILADES TURISTICAS

PROYECTO: Implementación de ITUR

DESCRIPCION.-Este proyecto se propone implementar un ITUR principal, de fácil acceso, con personal capacitado y utilería necesaria para asistir al visitante.

El ITUR se localizará por el "Hemiciclo de la rotonda" por medio de un módulo de información donde se necesitara un brandeo, folleterías, dos personal para la atención de dicho espacio, equipo de oficina, vinil adhesivo brillo e internet, telefonía.

RESPONSABLE: Empresa Pública Municipal de Turismo, Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Guayaquil, empresas privada.

PRESUPUESTO REFERENCIAL : \$25.870,37

Fuente: Autor de la Tesis

Como propuesta en este proyecto se propone implementar el ITUR que permitirá los turistas obtener la debida información que requieran acerca de la ciudad y los atractivos más representativos en ella esto se hará conocer a base de folleterías ,mapas y personal capacitado que maneje por lo menos dos idiomas para la comodidad del visitante ya sea extranjero o nacional, el lugar estratégico para la colocación del ITUR fue la zona del Hemiciclo la rotonda por su alta influencia de turistas ya que el atractivo es representativo para la ciudad y permite obtener la mayoría de los visitantes.

Proyecto 3. Sistema de Seguridad Turística

Objetivo General

Velar e incrementar la seguridad e integridad del visitante en los sitios turísticos para que la experiencia sea grata, brindando información, orientación y solución a problemas, a la vez cuidando el patrimonio, recursos etc. del destino.

Alcance

Considerando que la seguridad es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento del turismo en el Ecuador, es necesario buscar los mecanismos de coordinación y de gestión, que permitan articular medidas prácticas en el tema para que la actividad turística consolide su reactivación, se valore su importancia socioeconómica, se garantice su calidad y se le reconozca como factor de tranquilidad.

Se plantea implementar un mejor y moderno sistema de seguridad en los sitios turísticos, no solo en equipo también personal altamente capacitado para brindar ayuda al turista, exclusivamente que presten servicios de seguridad turística, como lo hace Quito Turismo.

La mejora del sistema de seguridad será mediante la implementación de equipo moderno en cuanto a armas, radios, vehículos, motos, incrementando más unidades de seguridad tanto privada como pública sobre todo cuando hay mayor afluencia de visitantes como feriados, brindado también una buena imagen y confianza del personal de seguridad, capaces de ayudar y orientar al visitante, logrando la prevención de algún hecho fortuito y brindado asistencia en caso de emergencia, robo etc.

Así se logrará una mayor satisfacción del visitante en cuanto a temas de seguridad, ya que podrá transitar con seguridad, tranquilidad por los atractivos y que tanto él y sus bienes estarán a salvo, sin el temor a que le pase algo y no pueda ser asistido.

Resumen

Como parte del programa de “Consolidación de la seguridad integral en turismo” del Plandetur 2020 y de “Ecuador destino seguro” que impulsa el Mintur en conjunto con más ministerios, para lograr posicionar a Ecuador como potencia turística, se plantea la implementación de este proyecto en la mayoría de atractivos, como forma de procurar el orden público.

Según el plan estratégico de seguridad Turística en Colombia (2016) la vigilancia en los atractivos debe ajustarse a sus condiciones como el acceso al lugar, la afluencia de visitantes, la ubicación.

Se colocarán cámaras panorámicas que abarquen 360° de vigilancia a la entrada de los atractivos y en puntos específicos dentro del atractivo, donde se genere el mayor flujo de visitantes, que estarán monitoreadas por una central especializada en monitoreo de cámaras de seguridad.

El personal policial deberá contar con el respectivo uniforme de la entidad que representa, dotado de armamento necesario como armas, bastones, radios, botines, chalecos y todo lo que se considere necesario para brindar un buen servicio.

Adicional el personal deberá tener competencias como cordialidad, servicio al cliente, tener formación en el dominio de otros idiomas, actualizado en temas de turismo, que pueda brindar información importante y verídica sobre la ciudad, deberá trabajar en conjunto con los ITUR en cuanto a la asistencia al usuario.

Los atractivos turísticos podrán ser vigilados a través de brigadas móviles especiales de turismo, adicional dentro del atractivo se reforzará la vigilancia con policías en bicicleta y motorizados.

Se deberá crear planes de estrategia de vigilancia y protocolos de cómo actuar en caso de emergencias, robos, pérdidas, o catástrofes naturales. También elaboración de trípticos con información importante para el turista en cuestión de seguridad, rutas de evacuación.

La policía turística prestará servicios como recepción de denuncias y quejas, asesoramiento en tramites por documentos perdidos, robos, brindar resguardo policial si el turista lo desea, por cualquier motivo, sobre todo si carga con él una suma alta de dinero, prevenirlos sobre estafas, tráfico de dinero e informarles sobre las leyes y reglamentos de la ciudad o el sitio visitado. Brindar capacitaciones cada cuatro meses acerca del trato con los visitantes, nuevas políticas, nuevos atractivos y temas relativos al turismo en la ciudad.

Ubicación

Se propone implementar puntos de guardianía en los atractivos, el cual contará con dos guardias, que estarán pendientes de denuncias y demás inquietudes de los visitantes. Mediante una sectorización, se implementará tres puntos en el Malecón

Simón Bolívar se ubicarán en área Maac cine-patio de comidas, área Rotonda, área Palacio de Cristal, entrada de Malecón Simón Bolívar . En el parque seminario se ubicará uno en la entrada que lindera con la Catedral, En el Cerro, se encuentra un punto en las escalinatas y el otro en el faro, Puerto Santa Ana, se localizará por los museos de los equipos del astillero, Parque Centenario se colocara tres puntos de seguridad cada uno en las puertas habilitantes del sitio.

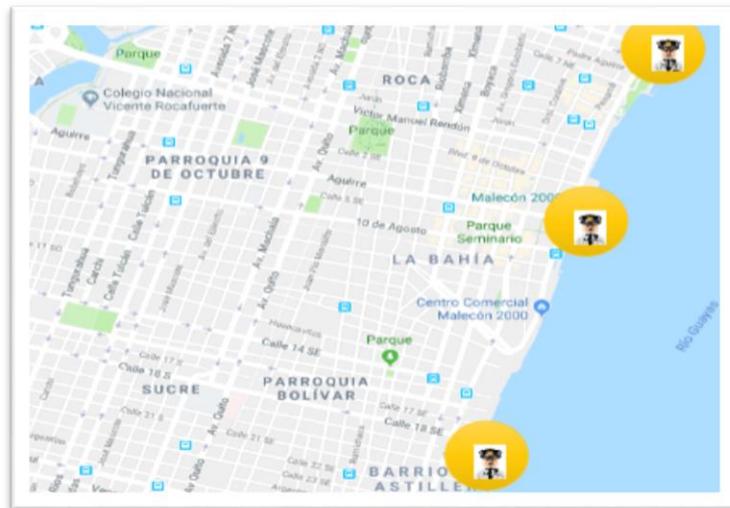


Figura 11. Puntos de Seguridad Malecón Simón Bolívar

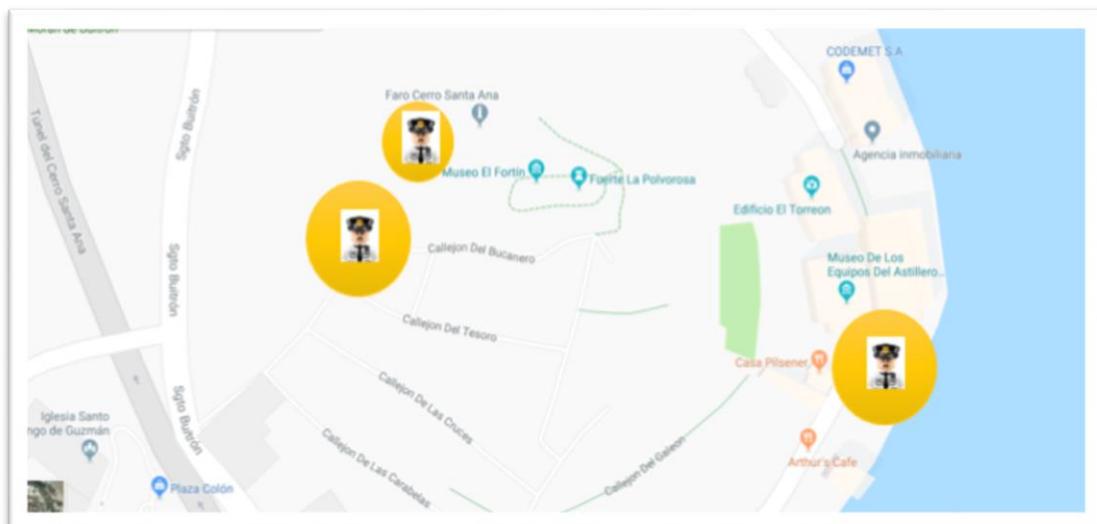


Figura 12. Punto Seguridad Puerto Santana, Las Peñas

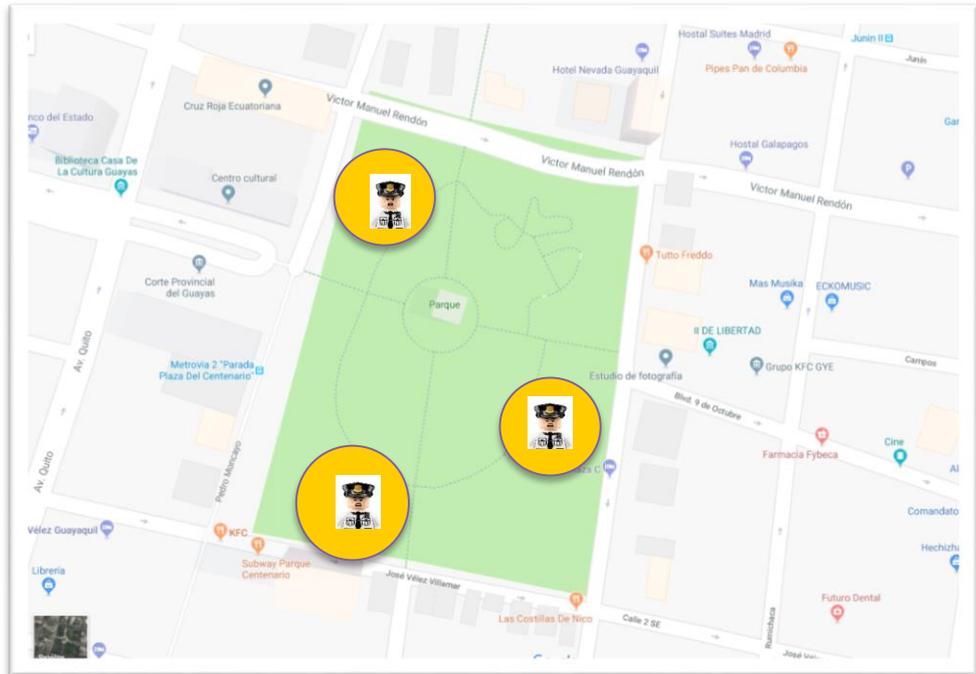


Figura 13. Puntos de Seguridad Parque Centenario.

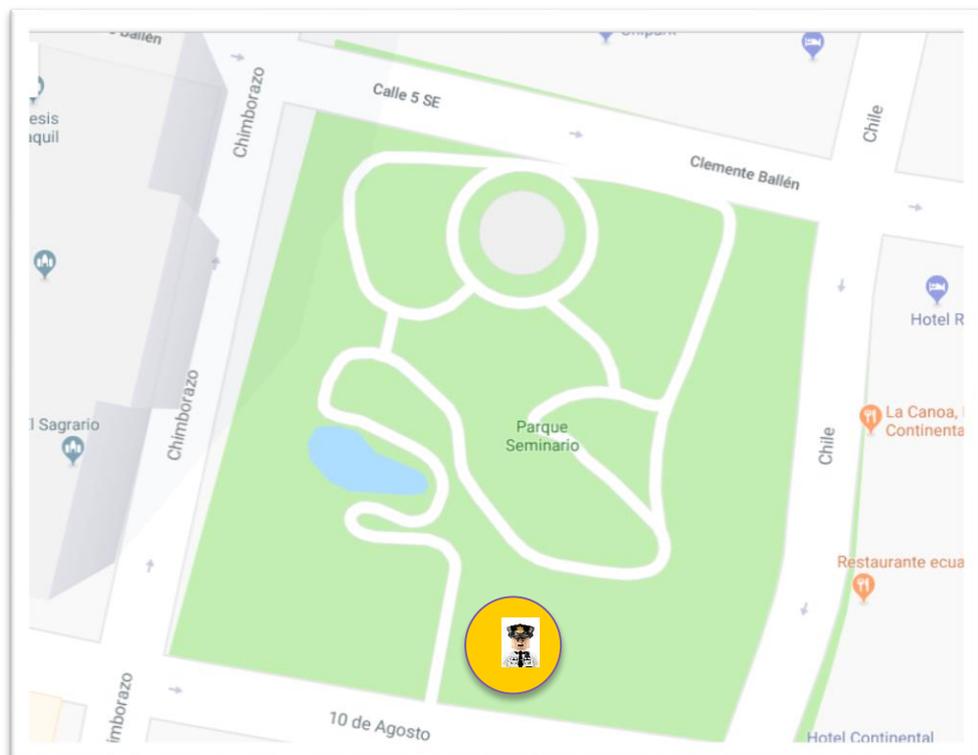


Figura 14. Punto de seguridad Parque Seminario

Tabla 8 .Punto de seguridad implementación de facilidades turísticas

IMPLEMENTACION DE FACILADES TURISTICAS

PROYECTO: Implementación de Sistema de Seguridad Turística.

DESCRIPCION.- Este proyecto se propone implementar la seguridad e integridad del visitante en los sitios turísticos logrando que la experiencia adquirida en el lugar sea grata.

Cada punto de seguridad será ubicado en lugares estratégico de la respectiva zona de la cual los atractivos forman parte, requiriendo un personal de 20 guardías de seguridad con doble jornada mañana y tarde.

RESPONSABLE: Empresa Pública Municipal de Turismo, Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Guayaquil, empresas privada.

PRESUPUESTO REFERENCIAL : \$ 57.600

Fuente: Autor de la Tesis

Este proyecto propone implementar puntos de seguridad en cada zona que está conformada por algunos atractivos representativos para la ciudad .logrando con esto darle un debida tranquilidad al turista al momento de visitar el atractivo , las funciones del personal de seguridad tendrá dos jornada mañana y noche logrando con esto una mejor calidad de servicio y satisfacción al visitante , el tiempo aproximado es de 6 meses a 1 años debido a que se debe de capacitar al personal para que brinde un servicio .

Proyecto 4. Conociendo la ciudad por medio de anfitriones

Objetivo General

Contar con anfitriones universitarios que brinde un servicio de calidad, capaz de guiar y orientar al visitante, con información del patrimonio y sitios históricos de la ciudad, mediante el dominio de otros idiomas, para un mejor disfrute de la experiencia adquirida en su visita.

Alcance

Para este proyecto se busca implementar un servicio de guianza turística, de forma gratuita, sobre todo para los visitantes que van de forma independiente o no cuenta con presupuesto para la contratación de un guía especializado, pero que no por ello, sea un servicio mediocre, más bien brinde mayores facilidades al visitante.

Este servicio se llevará a cabo por medio de una plataforma online en los puntos ITUR en el cual el visitante deberá registrarse y así se le asignará un voluntario o anfitrión, que le mostrará la ciudad mediante este sistema de guianza se pretende fidelizar y atraer al visitante, mostrar el lado amable de los ciudadanos de Guayaquil.

Implementación de Sistema de Guianza turísticas por medio de Anfitriones.

Tabla 9. Guianza Turísticas por medio de Anfitriones.

IMPLEMENTACION DE FACILADES TURISTICAS

PROYECTO: Implementación de Sistema de Guianza Turística por medio anfitrión.

DESCRIPCION.- Este proyecto se propone implementar la Guianza turística por medio de estudiantes de universidad o tecnológicos que estudien turismo.

Este servicio se llevará a cabo por medio de una plataforma online en los puntos ITUR en el cual el visitante deberá registrarse y así se le asignará un voluntario o anfitrión, que le mostrará la ciudad.

RESPONSABLE: Empresa Pública Municipal de Turismo, Ministerio de turismo, Universidades, Tecnológicos.

Fuente: Autor de la Tesis

La implementación de este sistema se llevará a efecto por medio de los estudiantes que cruzan una carrera universitaria o un tecnológico de turismo tendrán la oportunidad de hacer sus prácticas pre profesionales los cuales serán encargados de mostrar el lugar de una forma más amigable, logrando que el turista se lleve una grata experiencia de los atractivos visitados.

Resumen

Según el reglamento de guianza turística Ecuador (2016), la prestación del servicio de guianza constituye uno de los pilares de la actividad turística de operación con el objetivo de satisfacer las necesidades del turista. En el Ecuador, solo se puede ser guía de turismo si está certificado como se menciona en el reglamento.

Este servicio de guianza turística certificada la brindan las agencias de viajes y hoteles, sin embargo, muchos turistas no cuentan con presupuesto para contratar estos servicios, es por ello que se ha planteado esta propuesta como forma de enganchar al visitante a la ciudad y hacerlo parte de ella.

Lo que se propone es implementar una guianza voluntaria de buena calidad, mediante personas que se encuentren estudiando turismo, que sean amantes de la historia guayaquileña, capaces de interactuar con los visitantes y mostrar ese lado que solo un residente local puede hacerlo. Para este programa se creará una base de datos con los posibles voluntarios, los cuales se capacitará con temas sobre historia, servicio al cliente, turismo entre más. Donde se aumentara su conocimiento y así poder brindar un servicio de calidad guiando mejor al visitante. Como requisito prioritario para ser voluntario o anfitrión debe manejar al menos el idioma inglés como idioma complementario.

Se creará una página web donde el turista o visitante, se podrá registrar, en el cual se le pedirá datos como lugar de procedencia y cuánto tiempo se quedará, de esta manera también se contará con estadísticas de visitantes, para así programar la asistencia del anfitrión, el idioma del visitante, el tiempo que dispone y la posible ruta para la visita a los atractivos. La solicitud de un anfitrión también se llevara a cabo mediante los módulos del ITUR.

Para mayor seguridad y confianza del visitante, estos anfitriones tendrán un carnet y credencial que los autorice como guías voluntarios o anfitriones de la ciudad,

se les ayudará con facilidades tales como folletos, guías manuales, transportación para ciertos atractivos que debe avisarse previamente, sobre todo al hablar de un grupo grande de personas, lo que soliciten para crear una mejor experiencia.

Resumen del Plan de Intervención

Tabla 10 .Resumen del Plan de Intervención

Nombre del proyecto	Tiempo de ejecución	Presupuesto	Entidad responsable
Proyecto 1. Mejora Señaléticas en los atractivos	1 año	25.870.37	GADM y MINTUR
Proyecto 2. Implementación ITUR	6 meses	\$ 10.122,28	GADM y MINTUR
Proyecto 3. Sistema de Seguridad Turística	6 meses a 1 año	\$67.200,00	GADM y MINTUR
Proyecto 4. Ayudantías Turística por medio de anfitriones	6 meses a 1 año	Pasantes	GADM y MINTUR
Total		\$103.192,65	

Fuente: Elaboración Propia

Se ha considerado como parte del plan de intervención en los atractivos, los proyectos descritos, debido a la relevancia que tienen en cuanto a la satisfacción del visitante según lo obtenido en la fase del levantamiento del barómetro.

Conclusiones

Con la presente investigación, referente a la línea base levantada se determinó que actualizado el inventario de atractivos turísticos de Guayaquil, no se obtuvo registro de atractivos con jerarquía IV y que el 56% de los atractivos levantados solo llegan a jerarquía III, el 38% con jerarquía II y el 6% con jerarquía I. Dentro de los cuales se zonificaron, Malecón Simón Bolívar, Cerro Santa Ana, Palacio de Cristal, para llevar a cabo el barómetro, debido que por su jerarquía son significativos para el mercado turístico de la zona urbana de la ciudad de Guayaquil y por su relevancia al ser considerados como zonas turísticas por su agrupación de varios atractivos. Adicional que muchos de los parques, bustos, estatuas y ornamento de la ciudad no cumple con las características suficientes para ser un atractivo. Por lo que se concluye, que ningún atractivo por sí solo puede generar el desplazamiento de turistas extranjeros hacia la ciudad, logrando solo atraer al mercado nacional.

Además, se pudo comprobar que el nivel de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos que se encuentran en la zona urbana de Guayaquil, es promedio regular, a pesar de que el porcentaje fue bastante bueno referente a la experiencia, no se reflejó plenamente en los niveles de satisfacción ya que con el análisis de datos obtenidos en el barómetro, dicho porcentaje no alcanzo ni el 50% estimado, refiriéndose a que la calidad y satisfacción en los atractivos es baja.

Por último, se concluye que es necesario desarrollar un plan de intervención para mejorar la experiencia en cuanto a accesibilidad, seguridad y elemento humano puesto que son factores importantes al momento de crear la experiencia en el visitante.

Recomendaciones

- Se recomienda que el Municipio de Guayaquil trabaje en conjunto con el Ministerio de Turismo para que durante un año calendario, que es el tiempo ideal para que un inventario se pueda actualizar, debido a que el caso de acontecimientos programas deben inventariarse al momento que se desarrolla.
- También se recomienda que las autoridades competentes tales como Municipio, Ministerio de Turismo, inviertan en las estrategias que han salido de este proyecto, de manera preferente al relacionado con información turística y guianza en los atractivos.
- En el levantamiento de información se evidenció el deterioro de muchos atractivos, en su infraestructura y entorno y que por dicha razón se excluyeron al actualizarlos, por lo que se propone darles mantenimiento y darle seguimiento para que no se encuentren en estado de abandono.
- Se propone la creación de servicios en los atractivos, tales como ferias, eventos, proveer de Wifi, puntos de carga para baterías, bebederos, proveer de facilidades tales como torres de avistamiento, lugares de descanso en buen estado.

Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2007). *Diseño de plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Barrios, M. (2006). *Manual de trabajo de grado especialización y maestrías y tesis doctorales*. Caracas: Ediciones FEDUPEL.
- Carvache, W., Torres, M., & Carvache, M. (07 de Abril de 2017). *Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita-Ecuador*. Obtenido de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/290461/212041>
- Chávez, K., & Castro, E. (2014). *Análisis de la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en los hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Guayaquil para diseñar un programa de mejoras en la calidad del servicio al cliente*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2305/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-197.pdf>
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social. (1a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y Gestión del Turismo en Áreas Rurales y Naturales*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- El Universo. (2011). *Ellos promueven turismo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2011/10/08/1/1445/ellos-promueven-turismo.html>
- El Universo. (2015). *Guayaquil dejó de ser una 'ciudad de paso'*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/10/08/nota/5173505/guayaquil-dejo-ser-ciudad-paso>
- El Universo. (2017). *Guayaquil supera a Quito en número de visitas de extranjeros*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2017/07/05/nota/6265951/guayaquil-supera-quito-numero-visitas-extranjeros>

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (s.f.). *Policía Turística*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/policia-turistica>

Encarnación, D., & Enríquez, J. (29 de Julio de 2015). *Congreso Científico Internacional UNIANDES*. Obtenido de Inventario de atractivos turísticos como elemento base para la diversificación de la oferta turística de Imbabura: <http://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Inventario-de-atractivos-tur%C3%ADsticos-como-elemento-.pdf>

F., J. (2010). *Investigación de mercados. (4a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.

Gallardo, D. (2016). *Factores que inciden en la satisfacción del usuario de LATAM en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6336/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-248.pdf>

García, A. (s.f.). *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Obtenido de <https://psicologiymente.net/psicologia/piramide-de-maslow#>

Gestiopolis. (s.f.). *Modelo Resortqual para evaluar la calidad de un destino turístico*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/modelo-resortqual-para-evaluar-la-calidad-de-un-destino-turistico/>

Hernández. (2010). *Metodología de la investigación. (5a. ed.)*. McGraw-Hill Interamericana.

Mesa Público-Privada de Turismo Valdivia. (s.f.). *Barómetro del Turismo*. Obtenido de Análisis de Temporada 2005-2006: <http://www.gestionturistica.cl/archivos/boletin1.pdf>

Mincomercio Industria y Turismo. (2018). *FORTUR Colombia*. Obtenido de Glosario de terminología de turismo: <http://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>

- Ministerio de Trabajo. (2018). *Sistema Único de Trabajo*. Obtenido de <http://sut.trabajo.gob.ec/mrl/loginMenuSut.xhtml>
- Ministerio de Turismo. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Listado de los Principales Destinos del Ecuador para Turismo Receptivo. 2017*. Obtenido de http://www.ecuavisa.com/sites/default/files/documentos/2017/09/27/listado18destinos_mintur.pdf
- Observatorio Turístico de Guayaquil. (2016). *Cifras relevantes de la ciudad*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf>
- OITS-ISTO. (s.f.). *Un turismo para todos, solidario y sostenible*. Obtenido de Definiciones: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=39>
- Organización Internacional de Normalización. (05 de Mayo de 2015). *Las Normas ISO 9000*. Obtenido de https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/d_recursos_humanos/concurso/normativa/_archivos//000007_Otras%20normativas%20especificas/000000_SISTEMA%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD%20ISO%209000.pdf
- Peralta, J. (2006). *Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio*. Obtenido de https://www.academia.edu/33224404/ROL_DE_LAS_EXPECTATIVAS_EN_EL_JUICIO_DE_SATISFACCI%C3%93N_Y_CALIDAD_PERCIBIDA_D

EL_SERVICIO_ROLE_OF_THE_EXPECTATIONS_IN_THE_SATISFAC
TION_JUDGMENT_AND_PERCEIVED_QUALITY_OF_THE_SERVICE

Piturrado. (2006). *Conceptos y definiciones turismo*. Obtenido de <https://www.contraloria.gob.pa/inec/Archivos/P1461Conceptos.pdf>

Qadri, U. (2015). *Business and Economics Journal*. Obtenido de Measuring Service Quality Expectation and Perception Using SERVQUAL: A Gap Analysis: <https://www.omicsonline.org/open-access/measuring-service-quality-expectation-and-perception-using-servqual-a-gap-analysis-2151-6219-1000162.pdf>

Quezada, R. (2011). *Elementos de Turismo*. San José: Universidad Estatal a Distancia.

SCIELO. (2011). *Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000100013

SCIELO. (2011). *Estudios y perspectivas en turismo*. Obtenido de Dimensiones de la calidad como antecedentes de la satisfacción y fidelidad a los destinos turísticos de sol y playa: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600011

SCIELO. (2013). *Estudios y Perspectivas del* . Obtenido de Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural: El Caso del Museo de Antioquia - Colombia: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000400006

Secretaria de Turismo. (2018). *DATATUR Análisis Integral de Turismo*. Obtenido de Glosario: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Torres, M., & Vásquez, C. (2015). *MODELOS DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:*. Obtenido de

http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/Compendium_35_2015_4.pdf

Universia Venezuela. (2017). *Teoría de las Necesidades Humanas de Abraham Maslow*. Obtenido de <http://noticias.universia.edu.ve/educacion/noticia/2017/09/07/1155577/teoria-necesidades-humanas-abraham-maslow.html>

Anexos

Barómetro Turístico Guayaquil

Este cuestionario es anónimo. No lo firme ni escriba ninguna identificación.

Las respuestas se analizan como respuestas de grupo y no como respuestas individuales.

Entre el 1 y el 7, siendo 1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=adecuado, 5=bueno, 6= muy bueno, 7=excelente.

Edad: _____

Nombre del atractivo: _____

Sexo: Masculino ____ Femenino ____

Lugar de residencia: _____

Hora: _____ Día de la semana: _____

a.- Accesibilidad							
El atractivo dispone de un estacionamiento cercano.	1	2	3	4	5	6	7
Es de fácil acceso desde el parqueo o la avenida principal más cercana.	1	2	3	4	5	6	7
Dispone de baños cercanos	1	2	3	4	5	6	7
Los baños cuentan con facilidades para personas en sillas de ruedas	1	2	3	4	5	6	7
Los horarios permitidos para visita del atractivo están disponibles en alguna página web oficial	1	2	3	4	5	6	7
Los horarios permitidos para visita del atractivo son visibles dentro del atractivo	1	2	3	4	5	6	7
Los horarios son acordes a las necesidades de los turistas	1	2	3	4	5	6	7
Existe señalización para llegar al atractivo desde la calle principal más cercana	1	2	3	4	5	6	7
La señalización interna está en buen estado	1	2	3	4	5	6	7
La señalización interna permite un fácil entendimiento	1	2	3	4	5	6	7
b.- Ambiente							
La temperatura percibida es agradable	1	2	3	4	5	6	7
El atractivo se muestra confortable y acogedor	1	2	3	4	5	6	7
c.- Elemento Humano							
El atractivo dispone de personal para atención	1	2	3	4	5	6	7
El personal dentro del atractivo conoce la historia del atractivo	1	2	3	4	5	6	7
El personal dentro del atractivo conoce información general sobre la ciudad	1	2	3	4	5	6	7
El personal demuestra sensibilidad cultural para la atención a los visitantes	1	2	3	4	5	6	7
El personal habla un idioma a parte del nativo							

d.- Experiencia dentro del atractivo							
El atractivo dispone información para aprender sobre su historia	1	2	3	4	5	6	7
Existe dentro del atractivo actividades recreativas complementarias	1	2	3	4	5	6	7
El atractivo guarda armonía y estética con su entorno	1	2	3	4	5	6	7
El atractivo permite crear un ambiente entretenido	1	2	3	4	5	6	7
e.- Seguridad							
El personal de seguridad está debidamente identificado	1	2	3	4	5	6	7
El personal el personal de seguridad crea un ambiente donde se siente seguro	1	2	3	4	5	6	7
Existe señalización de evacuación y orientación	1	2	3	4	5	6	7
La distribución y cantidad del personal de seguridad es adecuada para el espacio	1	2	3	4	5	6	7
El atractivo tiene algún punto de auxilio	1	2	3	4	5	6	7
F.- Calidad técnica							
La información existentes en medio digitales oficiales presta información que ayudaron en su visita	1	2	3	4	5	6	7
La información existentes en medio digitales colaborativos presta información que ayudaron en su visita	1	2	3	4	5	6	7

Fotografías



Levantamiento línea Base



Levantamiento línea Base



Encuestas en las respectivas Zonas

Apéndice

Inventario de atractivos turísticos por Ministerio de Turismo 2004

Guayas	Guayaquil	Bosque Protector Cerro Blanco	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Bosque Protector	I		X	02° 11' 00" S	80° 03' 00" W
Guayas	Guayaquil	Bosque Protector El Paraíso	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Bosque Protector	I		X	02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Bosque Protector Prosperina	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Bosque Protector	I		X	02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Centro Recreacional Balneario de Puerto Hondo	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estero	I		X	02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Estero Puerto del Morro	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estuario	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Estero Salado	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estero	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Isla Purú	Sitios Naturales	Tierras Insulares	Isla	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Playa Cauchiche	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Playa De La Real	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Playa el Baradero	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Playita del Guasmo	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estero	I	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Río Guayas	Sitios Naturales	Ríos	Remanso	III	X		02° 10' 94" S	79° 52' 77" W
Guayas	Balao	El Playon	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Estuario	I	X		02° 55' 30" S	79° 51' 00" W
Guayas	Balao	El Recreo (Río Balao)	Sitios Naturales	Ríos	Rápido o Raudal	II	X		02° 54' 10" S	79° 55' 30" W
Guayas	Balao	Playa de La Paloma	Sitios Naturales	Ríos	Vado	I	X		02° 54' 20" S	79° 48' 30" W
Guayas	Colimes	Río Daule	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	I	X			
Guayas	Daule	Balneario El Limonal	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Duran	Humedal Isla Santay	Sitios Naturales	Tierras Insulares	Isla Sedimentaria	II		X	02° 13' 14" S	79° 50' 56" W
Guayas	El Empalme	Reserva de los Monos	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Humedo Tropical	I		X	00° 55' 30" S	79° 45' 25" W
Guayas	El Empalme	Salto del Río Armadillo	Sitios Naturales	Ríos	Casacá	I	X		00° 36' 00" S	79° 33' 00" W
Guayas	El Triunfo	Río Dos Bocas	Sitios Naturales	Ríos	Rápido o Raudal	II	X		02° 19' 45" S	79° 12' 00" O
Guayas	Gral. Antonio Elizalde	Balneario Agua Clara	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Poza	II		X	02° 12' 00" S	79° 07' 30" W
Guayas	Gral. Antonio Elizalde	Bosque de La Esperanza	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Subtropical Occidental	II		X	02° 09' 10" S	79° 08' 32" O
Guayas	Gral. Antonio Elizalde	Malecón del Río Chimbo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X		02° 12' 00" S	79° 08' 15" W
Guayas	Gral. Antonio Elizalde	Río Chimbo	Sitios Naturales	Ríos	Rápido o Raudal	II	X		02° 12' 00" S	79° 08' 15" W
<i>Anexo: Tomados de Us</i>										
Guayas	Naranjal	Bosque Protector Cerro De Hayas	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Humedo Tropical	III		X	02° 43' 26" S	79° 34' 45" W
Guayas	Naranjal	Reserva Ecológica Manglares Churute	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva Ecológica	III		X	02° 27' 00" S	79° 37' 55" W
Guayas	Playas	Playa Bellavista	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	II	X		02° 43' 00" S	80° 19' 60" W
Guayas	Playas	Playa El Arsenal	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	II	X		02° 43' 00" S	80° 19' 60" W
Guayas	Playas	Playa El Engabao	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	I	X		02° 43' 00" S	80° 19' 60" W
Guayas	Playas	Playa El Pelado	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	I	X		02° 43' 00" S	80° 19' 60" W
Guayas	Playas	Playa General Villamil	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playa	III	X		02° 43' 00" S	80° 19' 60" W
Guayas	Salitre	Riberas de Río Salitre	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	I	X			
Guayas	Santa Lucía	Balneario El Mate	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	I	X		01° 46' 00" S	80° 00' 25" W
Guayas	Balao	Comida (Chulla) a base de chigüelo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II	X		02° 55' 30" S	79° 48' 30" W
Guayas	Balao	Fiesta patronal de la Virgen del Rosario y San Antonio	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Festivo Religioso	I	X		02° 54' 20" S	79° 48' 30" W
Guayas	Balao	Fiesta de Cantonzación De Balao	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	I	X		02° 54' 20" S	79° 48' 30" W
Guayas	Balzar	Feria de Exposición Ganadera	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Ferias y Congresos	II	X		01° 21' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Fiesta del Patrón San Jacinto	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	X		01° 20' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Iglesia de San Jacinto de Balzar	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II		X	01° 21' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Fiesta Patronal de Balzar	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	X		01° 21' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Preparaciones lacteas artesanales de la Cuenca del Guayas (La Chucula)	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II	X		01° 21' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Preparaciones lacteas artesanales de la Cuenca del Guayas (Cuajada)	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Gastronomía	II	X		01° 21' 30" S	79° 54' 38" W
Guayas	Balzar	Rodeo Montubio	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Rodeos	II	X		02° 54' 20" S	79° 48' 30" W
Guayas	Colimes	Casa de la familia Quijije	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I		X	01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Colimes	Hacienda Rosa Hermila	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Explotación Minera	II		X	01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Colimes	Río Daule	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	X		01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Colimes	Iglesia Mayor de Santa Rosa de la Buña	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II		X	01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Colimes	Rodeo Montubio	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Rodeos	II	X		01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Colimes	Tradiciones gastronómicas de Colimes	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II	X		01° 32' 50" S	80° 00' 00" W
Guayas	Daule	Tradiciones gastronómicas de la Cuenca del Guayas	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Daule	Balneario de Agua dulce Virgen de Lourdes	Sitios Naturales	Ríos	Riberas	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Daule	Parque Santa Clara	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Daule	Procesión del Cristo Negro	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias populares	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Daule	Tradiciones Montubias de la Costa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Rodeos	II	X		01° 52' 00" S	79° 55' 60" W
Guayas	Duran	Exposición Nacional de Ganadería en el recinto Ferial de Durán	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Ferias y Congresos	III		X	06° 31' 99" S	97° 58' 288" O
Guayas	Duran	Feria Internacional de Duran	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Ferias	II		X	02° 10' 885" S	79° 49' 724" O
Guayas	Duran	Fritada De Cerdo tradicionales de Durán	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II	X		02° 09' 975" S	79° 51' 087" O
Guayas	Duran	Malecón de Duran	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X		02° 09' 975" S	79° 51' 087" O

Guayas	Duran	Procesion del Divino Niño Jesus	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias populares	III	X	029 09' 975" S	799 51' 087" O
Guayas	Duran	Santuario del Divni Niño Jesus	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X	029 09' 90" S	799 49' 947" O
Guayas	El Empalme	Central Hidroeléctrica Marcel Laniado de Wind	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	X	009 55' 408" S	799 45' 057" O
Guayas	El Empalme	Nuestra Señora de Fatima	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias populares	II	X	009 03' 00" S	799 37' 00" O
Guayas	El Triunfo	Cantonización del Canton El Triunfo	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	X	029 16' 00" S	799 20' 00" O
Guayas	Gral. Antonio Elizalde	Malecon del Río Chimbo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X		
Guayas	Guayaquil	Antigua Carcel Municipal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Antiguo Hotel Paris	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Area de los Tortugas ESPOL	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Observación de Flora	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Arquitectura clasica de tetuquel	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	039 00' 00" S	799 46' 00" O
Guayas	Guayaquil	Barrio Centenario	Manifestaciones Culturales	Históricas	Lugares Lugares Históricos	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Barrio Las Peñas	Manifestaciones Culturales	Históricas	Lugares Lugares Históricos	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Basilica Menor de la Merced	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Biblioteca Municipal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Boulevard 9 de Octubre (Malecon 2000- Puente 5 de Junio)	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Busto Pedro Franco Davila	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Casa de Ana Villamil Icaza (Autora Himno de Guayaquil)	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Casona Universitaria	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Catedral de Guayaquil	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Cementerio General de Guayaquil (Puerta No. 3)	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Funeraria	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Centro Civico de Guayaquil	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Clasico del Atillero y Campeonato nacional de Fútbol	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Eventos Deportivos	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colección de la Casa de la Cultura Benjamin Carllon, nucleo del Guayas y su Museo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Museo	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colección historico-artística del Banco Central y el MAAE /Museo Antropológico	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Museo	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colecciones de la Armada del Ecuador y el Museo Naval Almirante Juan Illingworth	Manifestaciones Culturales	Históricas	Colecciones Navales	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colecciones del Banco Central del Ecuador y el Museo Nahim Icaza Barquet (Pinarotarium)	Manifestaciones Culturales	Históricas	Colecciones Coloniales	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colecciones del Municipio de Santiago de Guayaquil y el Museo Municipal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museo	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Colecciones Lugares Lugares Históricos del Cuerpo de Bomberos Municipal y el Museo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Museo	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W

Guayas	Guayaquil	Edificio El Telégrafo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Edificio Mercedes Arévalo, Antiguo Grand Hotel Crillon	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Escultura el Fauno y la Balcón	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Estadio Monumental Isidro Romero Carbo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Feria de La Bahía	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y Mercados	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Festival Frutal de la Chirimoya de Pujilí	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Festival de Conmemoración de la Independencia	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Gran Mercado de las Artesanías Nacionales (Mercado Artesanal)	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y Mercados	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Henico de la Rotonda (Malecon 200)	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Humbitas en Cerecita	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia de El Morro	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia La Victoria	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia Sagrado Corazon de Jesus	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia San Agustín	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia San Alejo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia San Francisco	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia San Jose	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Iglesia Santo Domingo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Jardin Botánico de Guayaquil	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Jardin Botánico	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Jardines del Malecon	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Jardin Botánico	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Jefatura del Cuerpo de Bomberos	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	La Torre del Reloj o Torre Mostera	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Lago artificial de la ESPOL	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Malecon 2000 (Centro comercial)	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Malecon del Sábado	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Monumento a Jose Joaquin de Olmedo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Monumento a Pedro Carbo	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones artísticas contemporáneas	Escultura	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Museo Bar Calderon	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museo	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Palacio de Cristal y Plaza de la Integración (Antiguo mercado sur)	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	III	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Palacio de la Gobernacion	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Palacio Municipal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Parque de la ciudadanía Ferroviaria	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W
Guayas	Guayaquil	Parque España	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Obra Técnica	I	X	029 10' 94" S	799 52' 77" W



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Arias Delgado, Jibely Miniúska**, con C.C: # **0925934184** y **Reyes Rada, Corina Andrea**, con C.C: # **0953690377** autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil**. Previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 9 días del mes de marzo del año 2018

Nombre: Arias Delgado Jibely Miniúska

C.C: 0925934184

Nombre: Reyes Rada Corina Andrea

C.C: 0953690377



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de intervención para medir los niveles de satisfacción de los visitantes que acuden a los atractivos turísticos de la zona urbana de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Arias Delgado, Jibely Miniúska y Reyes Rada, Corina Andrea		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Karla Ramirez Iñiguez, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	9 de marzo del 2018	No. DE PÁGINAS:	82
ÁREAS TEMÁTICAS:	Calidad de Servicio y Niveles Satisfacción		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Barómetro, turismo, Guayaquil		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras)			
<p>The competitiveness on tourist markets has achieved that destinations are reaching to the maximum to achieve potential customers, providing quality services and facilities to tourists during their visit. This research is based on measuring satisfaction levels of visitors who come to the attractions of the urban area of the Guayaquil city through a questionnaire and the methodology adapted to the reality of the city, where 7 determining factors were evaluated at the time of perceive the service within attractive stories such as access, environment, human element, security, experience and technical quality. Arriving at the conclusion that general satisfaction of the visitors within the attractions that were grouped by zones, was average, regular with a 50%. Also an update was also made of the attractions for the middle of the attractiveness hierarchy of the Ministry of Tourism 2017, which helped in this work to determine the attractions to be evaluated based on the ranking. Finally, an intervention plan is proposed to improve the experience and satisfaction of the visitor during their stay in the attraction.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0989581359 0979277809	E-mail: jibelyarias@hotmail.com corinareyesr@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			