

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**Tema:**

**Propuesta para la Creación de una Plataforma Virtual  
Turística para la Ciudad de Guayaquil**

**AUTORA:**

**Lema Barragán Ivanna Carolina**

**Trabajo de Titulación**

**Previo a la Obtención del Título de:**

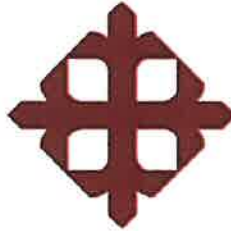
**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

**Ing. Pérez Arévalo, Juan José**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ivanna Carolina, Lema Barragán, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional.

**TUTOR**

**Ing. Pérez Arévalo, Juan José**

**REVISOR(ES)**

**Econ. Freddy Cortez Bailón, Mgs.**

**Econ. Manuel Vicente Granda Dávila Msc.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

**Ing. Alfredo Govea Maridueña**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Ivanna Carolina Lema Barragán**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación Propuesta para la Creación de una Plataforma Virtual Turística para la Ciudad de Guayaquil, previa a la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

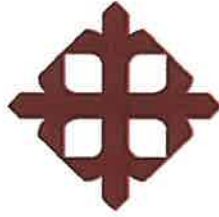
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Ivanna Carolina Lema Barragán**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Ivanna Carolina Lema Barragán**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Propuesta para la Creación de una Plataforma Virtual Turística para la Ciudad de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de mayo del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Ivanna Carolina Lema Barragán**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la sabiduría, a mi familia por el apoyo constante, a mis amigos porque siempre creyeron en mí y a mi guía de tesis por sus consejos profesionales.

**Ivanna Carolina, Lema Barragán**

## **DEDICATORIA**

Le dedico esta investigación a todo aquel que piensa que el turismo es la  
puerta del progreso del siglo XXI

**Ivanna Carolina, Lema Barragán**

# ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>RESUMÉ .....</b>	<b>xvi</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1    INTRODUCCIÓN AL TEMA.....	1
1.2    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.3    JUSTIFICACIÓN .....	4
1.4    PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.5    OBJETIVOS .....	5
1.5.1    OBJETIVO GENERAL.....	5
1.5.2    OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>7</b>
2.1    TURISMO.....	7
2.2    TURISMO EN GUAYAQUIL .....	8
2.2.1    IGLESIAS .....	8
2.2.2    MONUMENTOS Y ESCULTURAS .....	9
2.2.3    EDIFICACIONES.....	10
2.2.4    PLAZAS Y PARQUES .....	11
2.2.5    BARRIOS .....	12
2.2.6    NATURALEZA Y TURISMO.....	12
2.2.7    EXPOSICIONES Y MUSEOS DE GUAYAQUIL .....	13
2.2.8    OTROS ATRACTIVOS SOBRESALIENTES DE GUAYAQUIL .....	14
2.3    PLATAFORMAS VITUALES.....	16
2.4    PLATAFORMAS TURÍSTICAS A NIVEL MUNDIAL.....	17
2.5    PLATAFORMAS TURÍSTICAS DE ECUADOR.....	19
2.6    PLATAFORMAS TURÍSTICAS DE GUAYAQUIL .....	20
2.7    PLATAFORMAS QUE MUESTRAN LOS CATASTROS DE GUAYAQUIL ..	20

2.7.1	Ecuador a Colores .....	20
2.7.2	TripAdvisor .....	21
2.7.3	Booking.com .....	22
2.7.4	Enjoy Ecuador.....	23
2.7.5	Despegar.com .....	23
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>25</b>
3.1	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>25</b>
3.1.1	Enfoque de la investigación .....	25
3.1.2	Metodología Descriptiva.....	25
3.1.3	Método de la investigación.....	25
3.1.4	Tamaño de la muestra .....	26
3.1.5	Tipo de muestra a aplicar.....	27
3.1.6	Técnicas para la recolección de datos.....	28
3.1.7	Técnica y Análisis de Datos .....	28
3.2	<b>PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS.....</b>	<b>30</b>
3.3	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>44</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>46</b>
<b>PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA TURÍSTICA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....</b>		<b>46</b>
4.1	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>46</b>
4.3	<b>PROPUESTA DE PLATAFORMA TURÍSTICA VIRTUAL.....</b>	<b>46</b>
4.4	<b>¿QUÉ SE INCLUYE EN EL PORTAL WEB? .....</b>	<b>47</b>
4.4.1	<b>INICIO .....</b>	<b>47</b>
4.4.2	<b>ALOJAMIENTO.....</b>	<b>48</b>
4.4.3	<b>ALIMENTACIÓN&amp;BEBIDAS .....</b>	<b>50</b>
4.4.4	<b>ENTRETENIMIENTO, DIVERSIÓN &amp; ESPACIO.....</b>	<b>52</b>
4.4.5	<b>TRANSPORTE Y RUTAS .....</b>	<b>54</b>
4.4.6	<b>IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA TURÍSTICA VIRTUAL.....</b>	<b>55</b>
4.4.7	<b>RUBROS PRE-OPERACIONALES .....</b>	<b>55</b>
4.4.8	<b>IMPACTO SOCIO CULTURAL.....</b>	<b>56</b>



<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>57</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>BILIOGRAFÍA .....</b>	<b>61</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Iglesias más populares de Guayaquil .....	8
Tabla 2 Monumentos y Esculturas más sobresalientes de Guayaquil.....	9
Tabla 3 Edificaciones arquitectónicas de Guayaquil .....	10
Tabla 4 Plazas y Parques de Guayaquil .....	11
Tabla 5 Barrios más populares de Guayaquil .....	12
Tabla 6 Naturaleza y Turismo.....	13
Tabla 7 Exposiciones y Museos de Guayaquil .....	14
Tabla 8 Otros Atractivos Sobresalientes de Guayaquil.....	15

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Plataforma Ecuador a Colores .....	21
Figura 2 Plataforma TripAdvisor .....	22
Figura 3 Plataforma Booking.com .....	22
Figura 4 Plataforma Enjoy Ecuador .....	23
Figura 5 Plataforma Despegar.com .....	24
Figura 6 Turismo Guayaquil .....	47
Figura 7 Introducción .....	48
Figura 8 Alojamiento .....	49
Figura 9 Alojamiento por Categorías .....	49
Figura 10 Alojamiento .....	50
Figura 11 Alimentación & Bebidas.....	51
Figura 12 Alimentación y Bebidas por Categorías .....	51
Figura 13 Alimentación y Bebidas por Categorías .....	52
Figura 14 Entretenimiento, Diversión & Espacio .....	52
Figura 15 Entretenimiento, Diversión & Espacio por Categorías.....	53
Figura 16 Ejemplo Entretenimiento, Diversión por categorías.....	53
Figura 17 Ejemplo de Transporte y Rutas .....	54
Figura 18 Ejemplo de Transporte y Rutas por Categorías .....	54
Figura 19 Ejemplo de Transportes y Rutas .....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Catastro Turístico Identificado .....	31
Gráfico 2 Tipo de Turistas .....	32
Gráfico 3 Motivo de Viaje a Guayaquil.....	33
Gráfico 4 Tiempo de Permanencia en Guayaquil .....	34
Gráfico 5 Acompañamiento en la Ciudad de Guayaquil .....	35
Gráfico 6 Crecimiento del Turismo .....	36
Gráfico 7 Conocimiento de Actividades Turísticas .....	37
Gráfico 8 Factor que impida la difusión masiva del Turismo.....	38
Gráfico 9 Difusión y Promoción del turismo en Guayaquil .....	39
Gráfico 10 Plataforma turística de Guayaquil.....	40
Gráfico 11 Posible Valor de la inscripción .....	41
Gráfico 12 Datos por Comparación Pregunta 1 y 7 .....	42
Gráfico 13 Datos de Comparación Pregunta 9 y 10.....	43

## ANEXOS

ANEXO A.....	70
ANEXO B.....	71
ANEXO C.....	72
ANEXO D.....	73
ANEXO E.....	74
ANEXO F.....	75
ANEXO G.....	76
ANEXO H.....	77

## **RESUMEN**

Cada ciudad en el mundo tiene su encanto y belleza, a este atractivo en particular que posee cada rincón del planeta lo llamamos turismo, el turismo es la carta de presentación más relevante de un país, esto le permite proyectarse y darse a conocer a nivel mundial, así mismo el turista explora y pone a prueba nuevas experiencias de cultura, gastronomía, diversión y aventura. Hoy en día el Ecuador comienza un nuevo periodo de difusión turística en el cual vende su imagen como destino prioritario a los viajeros del mundo.

La presente investigación tiene como objetivo proponer una manera diferente de difundir el turismo de Guayaquil. Parte de la necesidad de encontrar una fuente confiable y actualizada para los turistas nacionales y extranjeros.

La investigación comienza con un alcance histórico de los antecedentes presentados a nivel turístico y cultural del país y Guayaquil, en base a esto se justifica la propuesta para crear una “Plataforma Virtual turística”, su rol principal es servir como guía para el turista nacional y extranjero.

### **PALABRAS CLAVES:**

Turismo, plataformas, catastros, virtual, difusión, marketing

## **ABSTRACT**

Every city in the world has his captivation and beauty, to this attraction especially that possesses every corner of the planet we are called it a tourism, the tourism is the most relevant letter of introduction of a country, this allows to be planned and to be announced worldwide, likewise the tourist explores and tests new experiences of culture, gastronomy, amusement and adventure. Nowadays the Ecuador begins a new period of tourist diffusion in which it sells his image as priority destiny to the travelers of the world.

The present research has as aim propose a different way of spreading the tourism of Guayaquil. Part of the need to find a source reliable and updated for the national and foreign tourists.

The investigation begins with a historical scope of the precedents presented to tourist and cultural level of the country and Guayaquil, on the basis of this the offer justifies itself to create a " Virtual tourist Platform ", his principal role is to serve as guide for the national and foreign tourist.

### **KEYWORDS:**

Tourism, platforms, cadastre, virtual, diffusion. marketing

## **RESUMÉ**

Chaque ville dans le monde a son charme et la beauté, ce qui a attrait particulier dans chaque coin de la planète que nous appelons le tourisme, le tourisme est la lettre la plus importante d'une présentation du pays, cela vous permet de projeter et d'être connu à travers le monde, aussi les explore touristiques et les tests de nouvelles expériences de culture, la cuisine, le plaisir et l'aventure. Aujourd'hui commence une nouvelle période Equateur visite diffusion qui vend son image comme une destination prioritaire pour les voyageurs du monde.

Cette recherche vise à proposer une autre façon de propager le tourisme Guayaquil. Une partie de la nécessité d'une source fiable et à jour pour les touristes nationaux et étrangers.

L'enquête commence avec une portée historique de l'information présentée au niveau culturel du pays et Guayaquil touristique et, sur cette base, la proposition est justifié de créer un "touriste plate-forme virtuelle», son rôle principal est de servir de guide pour le tourisme national et à l'étranger.

### **MOTS-CLÉS:**

Tourisme, plates-formes, les registres fonciers, virtuelle, diffusion.  
commercialisation



# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1 INTRODUCCIÓN AL TEMA**

Guayaquil en la última década ha sido protagonista de una regeneración turística cultural modernizada y tecnológica, el turismo ofrece varias oportunidades, pero también demanda servicios de calidad de primera orden. La rentabilidad del turismo no solo es ofrecer servicios o productos para un negocio, es también ofrecer comodidades óptimas tales como facilidades de transporte turístico, comunicación inmediata, alojamiento apropiado, seguridad de primera orden, distracción a toda hora, entretenimiento, por mencionar algunas de ellas, las cuales convierten a Guayaquil un epicentro turístico del Guayas. (Gobierno Provincial del Guayas, 2013).

En una ciudad, que habiendo sido declarada Patrimonio Cultural de la Nación por su arquitectura del siglo XX (Diario El Comercio, 2011), brinda hoy en día a los turistas destinos urbanos de naturaleza y cultura. Por consiguiente, la urbe es considerada líder en turismo de la especialidad de eventos y convenciones del Ecuador, así como lo destaca la Dirección de Turismo Relaciones Internacionales y Competitividad (2014).

Lugares como; El Barrios las Peñas, Malecón Simón Bolívar, Iglesias principales, Monumentos importantes, esculturas impresionantes, entre otros. Son promocionadas gracias a que existen páginas webs que difunden algunos de los

lugares turísticos principales de Guayaquil, por mencionar algunas, EcuadorTravel.com, (Ministerio de Turismo),Guayas.gob.ec, (Gobierno Provincial del Guayas), guayaquil.gov.ec (M.I. Municipalidad)

Menciones de Guayaquil también se encuentran en revistas dedicadas al negocio de promoción del turismo y de viajes nacionales tales como; la revista Transport, Ecuador Infinito, A Bordo (Aerolínea Tame) entre otros.

Cabe recalcar que en otros países a nivel mundial utilizan el recurso del internet para poder difundir y promocionar el turismo. Como ejemplo está la página web Argentina.Travel.es, Proexport.com.co (Promoción de Turismo, inversión y Exportación de Colombia), Polonia.travel, etc.

Con todo lo mencionado, se entiende que hay evidencias que en Guayaquil cuenta con potencial turístico que puede ser promocionado de mejor manera, la difusión de información turística es importante para el desarrollo del mismo, si este proceso de marketing falla, es probable que no se mantenga vivo el desarrollo turístico por mucho tiempo.

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Guayaquil, actualmente las redes sociales y páginas webs informativas de turismo, se encuentran sobreexplotados con la promoción de sectores como, Malecón 2000, Malecón del Salado, Barrio Las Peñas, Centro Cívico, Parque Histórico, entre otros.

Pese a que en los últimos años Ecuador ha tenido un incremento a nivel mundial sobre su ingreso de turistas, la segunda ciudad más visitada del País, Guayaquil, no ha podido aun posesionarse como un destino turístico potencial y que destaque a nivel internacional. Holbach Muñetón, presidente de la Cámara de Turismo del Guayas, expresa que los resultados son las consecuencias de una promoción aislada y poco rentable para la ciudad. (Carreño V, 2014).

Joseph Garzozzi, ex director de turismo del Municipio de Guayaquil comenta, que para que una ciudad se convierta y sea considerada realmente como una potencia turística, no debe de bastarle tener recursos naturales, sino que hay que crear toda una estrategia de marketing, con productos turísticos atractivos y de calidad alrededor de él. Es por eso que la propuesta para atraer turistas a una ciudad lleva consigo un programa completo de e-market, con acciones y campañas permanentes para captar nuevos e interesantes turistas. (Diario El Universo, 2013).

El tipo de viajero que atrae Guayaquil suele ser independiente, carismático, explosivo e intuitivo, así que buscan a través de medios realizar una investigación de la información en Internet de donde, como y cuando viajar. Los medios por las

cuales realizan este tipo de investigación son las redes sociales y mediante sitios de internet. , (Cevallos R, 2013).

Por lo antes mencionado, se desea realizar una investigación para la elaboración de un portal turístico virtual para Guayaquil, utilizando como herramienta a las empresas que ofrezcan servicios y/o productos que sirvan al turismo Guayaquileño, y así forjar el compromiso de crecer turísticamente como población y ciudad.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación busca agregar una nueva alternativa en la promoción turística de la ciudad de Guayaquil, puesto que ella es considerada ser el puerto principal y la capital económica del país, es indispensable que se destaque de una mejor forma todos los <sup>1</sup>catastos que no han tenido la oportunidad de ofrecer mediante un sistema de difusión virtual como el comercio electrónico los servicios y productos que realizan para el turismo.

La elaboración de una plataforma turística basados en los servicios que ofrecen los catastros de Guayaquil, buscará como primer punto informar de una manera confiable y actualizada a todos los turistas que se encuentren planeando su viaje o ya se encuentren en la urbe.

---

<sup>1</sup> Censo estadístico donde figuran las propiedades rústicas y urbanas de una población, país o territorio y el nombre de sus propietarios, Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.

En el ámbito de desarrollo, esta investigación va de la mano con el Plan Nacional para el buen vivir (2009 -2013), en la cual comparte la búsqueda de modos alternativos de vida que impulsan reivindicaciones para el modelo económico con desafíos en innovaciones técnicas, el dialogo entre culturas, la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (ver Anexo A).

Mediante la promoción virtual de los catastros de ciudad de Guayaquil, buscará promover el desarrollo turístico interno que en otros países se ofrece y se explota. Por lo antes mencionado, se justifica la investigación para la elaboración de una plataforma virtual turística.

#### **1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo la elaboración de una plataforma turística virtual que informa los servicios y productos que ofrecen los catastros de Guayaquil influye como alternativa de desarrollo para el turismo?

#### **1.5 OBJETIVOS**

##### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer la elaboración de una plataforma turística virtual para la ciudad de Guayaquil como nueva alternativa de difusión informativa y marketing de los catastros que promueven el turismo y cultura de los guayaquileños.

## 1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Mostrar el potencial turístico que posee Guayaquil
- 2.- Análisis de las plataformas turísticas existentes que promueven el turismo de Guayaquil
- 3.- Determinar el interés de las empresas relacionadas al turismo acerca del tema propuesto
- 4.- Elaborar la propuesta de una plataforma turística basados en los catastros que registra la ciudad.
- 5.- Analizar el impacto sociocultural que generaría la implementación de la plataforma turística virtual.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 TURISMO**

El concepto de turismo por su complejidad y extenso puede ser estudiado bajo múltiples disciplinas y enfoques, por consiguiente, no existe uno sino varios conceptos que definen universalmente a la actividad del turismo, sin embargo su teoría empieza a tener importancia en un periodo complicado de la humanidad, como lo fueron las dos guerras mundiales entre los años de 1919 y 1938, cuando los economistas de la época comienzan a considerar al turismo en sus trabajos profesionales y de día a día, sobre todo como una parte primordial en el desarrollo económico de los países que veían en esta actividad una alternativa viable, así mismo, surgían problemas que afectaban cada día el buen desempeño de ésta y otras actividades productivas. (Cardoso, C, 2012)

Existe un amplio debate académico sobre qué es exactamente el turismo, cuales son los elementos que lo componen quien debe ser considerado turista, esto ha llevado a multitud de definiciones, y todas con llevan a subrayar aspectos distintos de la misma actividad. Así mismo se puede recalcar que no existe definición correcta o incorrecta, por lo que todas contribuyen de una u otra manera a profundizar el entendimiento del turismo. (Huygen, Mattio, Zucco, Kammer, & Delaquis, 1989)

## 2.2 TURISMO EN GUAYAQUIL

El Gobierno Provincial del Guayas (2013) proyecta en su página web que Guayaquil posee un desarrollo tanto en infraestructura física y económico. Se pueden observar atractivos modernos y naturales que pueden satisfacer a todos sus visitantes. Sus vías de acceso interno terrestre se encuentran en buen estado, y dispone de un renovado aeropuerto internacional, y así mismo destaca los siguientes puntos turísticos;

### 2.2.1 IGLESIAS

En Guayaquil se puede observar que en la mayoría de sus iglesias posee una gran riqueza arquitectónica y escultórica dentro y fuera de ellas, por nombrar algunas:

*Tabla 1. Iglesias más populares de Guayaquil*

IGLESIAS	UBICACIÓN
San Francisco	Pedro Carbo y 9 de Octubre
Catedral de Guayaquil	Chimborazo entre 10 de Agosto y Clemente Ballén
Basílica Menos de la Merced	Victor Rendón y Pedro Carbo
Sagrado Corazón de Jesús	Chimborazo 2506 entre Portete y Gral. Gómez
San Agustín	Luís Urdaneta y Pedro Moncayo
San Alejo	Eloy Alfaro 302 y Luzuriaga
San José	Eloy Alfaro 501 y Manabí
La Victoria	Av. Quito entre Diez de Agosto y Clemente Ballén
Santo Domingo	Rocafuerte y Morán de Buitrón

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).



## 2.2.2 MONUMENTOS Y ESCULTURAS

Guayaquil es considerada una de las ciudades con más monumentos en el País.

En la tabla 2 podemos observar algunas de ellas:

*Tabla 2 Monumentos y Esculturas más sobresalientes de Guayaquil*

MONUMENTOS Y ESCULTURAS	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Vicente Rocafuerte	Plaza San Francisco, Av. ) de Octubre y Pedro Carbo	La figura de Rocafuerte, elaborada en bronce, se levanta sobre un pedestal de basalto negro que a su vez sustenta un fuste de mármol rojo
Pedro Carbo	Victor Manuel Rendón y Pedro Carbo	Mármol blanco de carrara con pedestal de hormigón revestido con mármol gris
Pedro Franco Dávila	Malecón Simón Bolívar a la altura de la calle Imbabura	Copia de la escultura que se exhibe en el museo de Historia natural de Madrid
Hemiciclo de la Rotonda	Av. Malecón Simón Bolívar y 9 de Octubre	Conmemora el encuentro entre Bolívar y San Martín, las esculturas fueron vaciadas en Barcelona y los relieves de las placas fueron fundidas en Florencia
La Torre del Reloj o Torre Morisca	Av. Malecón Simón Bolívar y 10 de Agosto	Es una torre de Cuatro pisos altos, de lanta octogonal rematada por una cúpula, utiliza arquitectura morisca
José Joaquín de Olmedo	Malecón Simón Bolívar y Av. Olmedo	Los altorrelieves representan "Canto a Bolívar" y bajorrelieves representan la proclamación de la independencia y la gloria de Olmedo.
Sagrado Corazón de Jesús	Cerro Del Carmen	La obra se realiza en Pistoya - Italia, tiene 14 estaciones a lo largo de sus escaleras de acceso que representa el Vía Crucis

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

### 2.2.3 EDIFICACIONES

La ciudad de Guayaquil también posee una belleza arquitectónica, Hay más de 30 inmuebles construidos entre edificios públicos y casas de familias adineradas que se ubican en diferentes sectores de la ciudad como el barrio el centenario y mausoleos. Los planos y diseños son de arquitectos italianos, quienes llegaron al país a principios de 1920 y encontraron la ciudad de Guayaquil como la tierra prometida donde había oportunidades. (Diario PP el Verdadero, 2012)

*Tabla 3 Edificaciones arquitectónicas de Guayaquil*

EDIFICACIONES	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Antigua Cárcel Municipal	Julián Coronel y Baquerizo Moreno	Primera edificación de la ciudad construida en cemento armado - 1907
Casona Universitaria	Calle Chile y Av. Olmedo	Concluida en 1906 - en el Interior se encuentra: La Biblioteca "Dr. Antonio Parra Velasco", El salón "Simón bolívae", el museo "Francisco Huerta Rendón", una Escuela de Música
Edificio El Telégrafo	Av. 10 de Agosto y Boyacá	Funciona El diario el Telégrafo y rádio del mismo nombre
Edificio Martí Avilés (Antiguo Grand hotel Crillón)	Calles Pichinca y Clemente Ballén	Posteriormente ocupado por la Empresa Municipal de Agua Potable
Edificio Dr. Alfredo Baquerizo Moreno. Jefatura del cuerpo de Bomberos	9 de octubre 607 entre Escobedo y Boyacá	Inaugurado en 1931
Palacio de la Gobernación	Malecón Simón Bolívar entre Aguirre y Clemente Ballén	Se construyó en tre 1923 y 1924
Palacio Municipal	Av. Malecón simón Bolívar entre 10 de Agosto y Clemente Ballén	Destaca por su simetría típica del renacimiento
Palacioa de Cristal y Plaza de la Integración	Malecón Simón Bolívar a la altura de Sargento Vargas y Manabí	Antiguo Mercado Sur, restaurado para exposiciones y conferencias.
Biblioteca Municipal	Pedro Carbo y Sucre	Posee libros antiguos y modernos de diferentes temas
Estadio Monumetal de Guayaquil "Banco Pichincha"	Av. Barcelona, Ciudadela Bellavista	Posee una cancha de extension de 105 x 70 metros

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

## 2.2.4 PLAZAS Y PARQUES

Las plazas y parques de Guayaquil son considerados sitios de distracción familiar y de gran acogida turística, ya que no solo ofrece flora, fauna y juegos para los más chicos, sino que también se ofrecen espectáculos programados al aire libre. (Colombo, 2013)

*Tabla 4 Plazas y Parques de Guayaquil*

PLAZAS Y PARQUES	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Centro Cívico Eloy Alfaro	Sv. Quito entre Venezuela y el Oro	Teatro decorado por el reconocido pintor Oswaldo Guayasamín, cuenta con un parque Forestal, laguna, pecera y área recreativa
Parque Ciudadela Ferroviaria	Av. 5 de junio y Av. Carlos Julio Arosemena	Áreas de estar apergoladas, camineras circundantes con piso adoquinado, plazoletas, implementación de áreas verdes, baterías sanitarias, puestos de atención al servicio.
Parque España	Chimborazo y Chile, entre portete y General Gómez	Se puede apreciar el busto de Sebastián de Benalcázar, plaza hecha por los Españoles.
Parque la Victoria	Av. Quito entre 10 de Agosto y Clemente Ballén	Posee un monumento a Gabriel G. Moreno, se presta el servicio de fotos con camaras antiguas.
Parque Medardo Ángel Silva	Pedro Moncayo entre Luis Urdaneta y Quisquis, frente a la iglesia San Agustín	En el parque reposa un monumento en memoria de Medardo Ángel Silva
Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno	av 9 de Octubre y Tungurahua	Conocida como Parque de Guayaquil, esta completamente renovada para ser el nucleo de exposiciones
Plaza Cívica, Malecón Simón Bolívar	Av. Malecón Simón Bolívar, desde 10 de Agosto a P. Icaza	Se mantienen los monumentos existentes de la Rotonda y la Torre Morisca
Plaza de los Artesanos	Eloy Alfaro entre Capitán Damián Nájera y Febrés Cordero	Se vende todo tipo de productos elaborados manualmente
Parque Lineal del Estero	Av. Carlos Julio Arosemena Tola	Se extiende desde el paseo de la Fuente hasta los ingresos de la Universidad Católica
Parque Seminario o de las Iguanas	Chile entre Clemente Ballén y 10 de Agosto	Se construyo en el siglo XIX, posee una estatua ecuestre de Simón Bolívar
Plaza de la Administración	Pichincha y Clemente Ballén	Es un paso peatonal, terminada en el año 2002, la plaza toma el nombre porque allí se encuentran el Municipio y la Gobernación
Plaza del Centenario y Columna de los Próceres	9 de octubre y Seis de Marzo	Homenaje permanente a los próceres de 1820, trazada bajos los lineamientos de la arquitectura clásica griega
Plaza San Francisco	9nde Octubre y Pedro Carbo	Una plaza de paseo y relajación, se observa palpmas, y destaca el monumento a Don Vicente Rocafuerte

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

## 2.2.5 BARRIOS

Guayaquil se ha caracterizado por sus barrios tradicionales que se han dividido en sectores y que a lo largo de la historia se han convertido en la actualidad en ciudadelas y/o barrios que hoy forman parte del Guayaquil Moderno y del turismo. La Perla de Pacífico ha crecido indeteniblemente a lo largo de su historia, pero sus barrios históricos y tradiciones son perdurables a pesar de las nuevas épocas. (Diario el Universo, 2008)

A Continuación se presentan dos de los barrios más populares:

*Tabla 5 Barrios más populares de Guayaquil*

BARRIOS	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Barrios Centenario	Sur de la Ciudad	Su nombre se debe a que su construcción fue 100 años después de haberse dado la Independencia
Barrios las Peñas	Calle Numa Pompilio Llona	Se conserva la tipología de las casa coloniales con un patio central, varias galerías exteriores, ventanas con chazas de madera y rejas de hierro forjado

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

## 2.2.6 NATURALEZA Y TURISMO

Guayaquil es considerada la ciudad de negocios del país, puerto principal y además la más poblada, pero pese a ello se puede disfrutar de la naturaleza que brinda. (Gobierno Provincial del Guayas, 2013).

Los principales atractivos de la ciudad incluidos en la modalidad que se nombra son los siguientes:

Tabla 6 Naturaleza y Turismo

NATURALEZA Y TURISMO	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Bosque Protector Cerro Blanco,	kilómetro 16 vía a la costa	Posee un sistema de senderos naturales y un centro de visitantes.
Bosque Protector El Paraíso "Cerro San Eduardo"	Av. Carlos Julio Arosemena, Velasco Ibarra, la Av. Del Bombero, Barcelona y Portete	Posee 300 hectáreas, forma parte de la cordillera Chongón Colonche, es un mirador turístico
Bosque protector Prosperina	Campus Gustavo Galindo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral km 30,5 vía Perimetral	Está construido por un tramo de la Cordillera Chongón Colonche
Estero Salado	Bordea el Parque Lineal, Parque Ferroviaria, Riveras del Estero hasta Urdesa	Extensión de 3.700 hectáreas que incluye área de bosque de mangle, espejo de agua de esteros y canales naturales de áreas salinas.
Jardín Botánico de Guayaquil	Cerro Colorado, urbanización las Orquídeas, Av Francisco de Orellana, lado oriental	Conserva 324 especies botánicas, mas de 73 especies de aves y mas de 60 especies de mariposas
Jardines del Malecón	Malecón Simón Bolívar	Conserva algunos árboles en peligro de extinción, especies introducidas para la difusión de la cultura vegetal
Playita del Guasmo Sur	Av. 12 SE	Es un brazo del estero, existe un embarcadero mirador donde se realizan paseos
Rio Guayas	Se prolonga frente a la Ciudad de Guayaquil	Considerado el más caudaloso de toda la costa sudamericana del Pacífico
Área de Tortugas Galapagos de la Escuela Superior Politécnica del Litoral	Campus las Peñas de ESPOL frente al Malecón Simón Bolívar y calle Loja	Se puede apreciar cinco individuos de esta especie
Parque Histórico de Guayaquil	Ciudadela Entre Ríos, Cantón Samborombón	Considerado el mayor atractivo de Guayaquil, posee zona vida Silvestre, Zona Urbana arquitectónica y la zona de Exposición de tradiciones

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

### 2.2.7 EXPOSICIONES Y MUSEOS DE GUAYAQUIL

La ciudad de Guayaquil planifica, programa, organiza y realiza exhibiciones artísticas, pinturas, culturales y arqueológicas que llevan a resaltar los valores de los guayaquileños. (Museo Municipal de la Ciudad de Guayaquil, 2011)

Los turísticamente más importantes son:

*Tabla 7 Exposiciones y Museos de Guayaquil*

EXPOSICIONES	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Colecciones de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión	9 de Octubre y Pedro Moncayo	Se exhibe la colección arqueológica de las culturas de la región Costa y Andina
Colecciones de la Armada del Ecuador y el Museo Naval Almirante Juan Illingworth	Malecón Simón Bolívar y Clemente Ballén	Todas las muestras que se exponen tienen un carácter histórico naval
Colecciones histórico-artísticas del Banco Central y el MAAC	Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Loja	Se exhibe los logros civilizatorios de los aborígenes y exposiciones temporales de artistas contemporáneos.
Colecciones del Banco Central del Ecuador y el Museo Nahín Isaías Barquet	Sucre entre Chile y Pedro Carbo	Se expone arqueología, pinturas y esculturas coloniales, numismáticas y colecciones de medallas, arte contemporáneo, documentos y piezas conmemorativas de acontecimientos históricos.
Colecciones históricas del Cuerpo de Bomberos Municipal y el Museo	Plaza Colón, Callejón Vernaza Y Malecón Simón Bolívar	El museo exhibe una colección de bienes que representan la historia de sus formaciones, principales personajes, la tecnología utilizada y los logros más destacados.
Museo Memorial “BAE Calderón”	Eloy Alfaro y Cañar	Simboliza el coraje de la armada ecuatoriana
Planetario de Guayaquil	Av. 25 de julio cerca del puerto marítimo	La función principal es la divulgación de la ciencia astronómica para colaborar con la enseñanza e investigación educacional

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

## 2.2.8 OTROS ATRACTIVOS SOBRESALIENTES DE GUAYAQUIL

A continuación se enlistan otros atractivos turísticos representativos de la ciudad de Guayaquil:

*Tabla 8 Otros Atractivos Sobresalientes de Guayaquil*

EXPOSICIONES	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Boulevard 9 de Octubre	Malecón Simón Bolívar, Puente 5 de Junio	Es principal arteria comercial de la Ciudad, éste Boulevard conecta varios atractivos turísticos, desde el malecón del Río Guayas hasta el malecón del Estero salado
Cementerio General de Guayaquil	Julián Coronel Y Av. Pedro Menéndez Gilbert	Considerado Patrimonio de la ciudad, posee monumentos funerarios con diversidad de estilos, predominan el neogótico, neoclásico y el eclecticismo , destacándose el uso de mármol de Carrara
Feria de La Bahía	Villamil, Malecón Simón Bolívar, Colón, Chimborazo, Eloy Alfaro y Av. Olmedo	Se venden diversidad de productos como electrodomésticos, ropa, artículos de hogar, medicina, enlatados, licores, videos, músicas, etc.
Cerro Santa Ana	Ubicado al final de la parte norte del malecón Simón Bolívar	Posee 13 hectáreas de extensión, sobre el cual se ubican la zona urbana donde se puede disfrutar de bares, karaokes y discotecas
Malecón del Salado	Av. 9 de Octubre y Estero Salado	Se extiende paralelo al estero salado y reúne una serie de servicios recreativos, de alimentación y venta de artículos varios
Gran Mercado de las Artesanías Nacionales (Mercado Artesanal)	Alfredo Baquerizo Moreno entre Loja y Juan Montalvo	Se venden artesanías de cuero vacuno, vestuarios, adomos, calzados, tallados en madera fina y balsa, tallados en tagua, tejidos de lana y algodón, esculturas etc.
Vida Nocturna en Guayaquil: casinos, discotecas, peñas, bares, boleras, chivas, etc	Urdesa, Alborada, Garzota, Miraflores y zona rosa)	Se puede disfrutar de estos establecimientos todos los días en especial de miércoles a sábado días en los que se da mayor afluencia de público.

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas, (2013).

### **2.3 PLATAFORMAS VITUALES**

En la última década, la evolución que ha desarrollado el internet se hace cada vez más evidente, ya que de ellas se han venido afectando a las interrelaciones entre los seres humanos y, por consiguiente, a los procesos educativos y toda la información en general, todo gracias al uso de internet. Esta innovadora opción permite crear nuevos escenarios que ayudan a cambiar la calidad de los procesos formativos, naturalmente esta alternativa es llamada plataforma virtual. (Ballesteros, C; López, E; Torres, L. 2004)

El internet facilita a Cualquier persona con interés en alguna temática a encontrar en la red información muy útil y actualizada sobre su objeto de estudio, etc. publicaciones, bases de datos, imágenes, novedades y hasta catálogos, son los que podrá leer o copiar en poco tiempo en su ordenador. Consultar en la mejor biblioteca del mundo, participar virtualmente en simulaciones de proyectos o asistir virtualmente a cualquier evento mundial, seminario internacional, reuniones importantes etc. (Limón, Ballesteros y López Meneses, 2001). En un tiempo, relativamente corto y rápido, Internet se ha convertido en la mayor y más importante biblioteca de información universal, en una especie de inmensa mediateca virtual en permanente, expansión y actualización.

Salinas (1996), indica que las plataformas pueden proporcionar, por una parte, la oportunidad de acceder a una mega diversidad de servicios, tales como:



- Intercambio de nuevos conocimientos surgidos tanto de la investigación básica y aplicada como de la práctica profesional. Los foros convencionales para este intercambio están cambiando y las redes de telecomunicaciones se presentan como una opción para un intercambio rápido y eficaz.

- Obtención de servicios especializados de información que existen en cada campo académico y profesional y que suelen ser accesibles para los miembros de la disciplina o de la profesión.

- Facilidad para la colaboración y resolver problemas. Este tipo de colaboración es requerida más que el simple intercambio de información. Intercambio de ideas, compartir experiencias y discutir soluciones a las dificultades que se dan entre profesionales.

- Colaboración para crear nuevo conocimiento. Al igual que el anterior, supera el simple intercambio de información. Distintas personas trabajan juntas durante largos períodos para lograr metas compartidas.

- Y, por otra parte, el desarrollo de los entornos virtuales de formación que permitan:

- Un aprendizaje independiente del lugar y tiempo en que se realiza, contribuyendo a que las barreras físicas no sean impedimento en la formación académica de una persona. Igualmente se consigue una enseñanza adaptada al ritmo de vida del alumno, pensando en el caso de aquellas personas que por razones laborales o de cualquier otra índole no puedan ceñirse al horario docente de un centro académico.

- Aumentar la interoperabilidad entre diferentes entornos, el tipo de máquina de un usuario no debe ser una barrera insalvable que le impida acceder a los recursos de un entorno educativo. La utilización de la tecnología contribuye positivamente a conseguir que todos los usuarios que lo deseen, sea cual sea su plataforma, puedan participar de los cursos propuestos.

## **2.4 PLATAFORMAS TURÍSTICAS A NIVEL MUNDIAL**

En Colombia, el servicio turístico que ofrece la Ciudad de Bogotá lo proyecta mediante una plataforma virtual llamada “Bogotá Travel Guide”, (ver anexo B), se ofrece los nombres de los distintos restaurantes, hoteles, diversión & entretenimiento,

lugares de compras, planes de city tour, eventos y más. De la misma manera, la plataforma “Bogotá.vive.in” (2014) muestra alternativas específicas de restaurantes, cines, lugares actuales de entretenimiento etc., esta página web ofrece la suscripción de los catastros de esa ciudad.

La plataforma informativa Minube.com (ver anexo C) ofrece un breve reseña de los catastros de Mexico DF que brindan el servicio de alojamiento, alimentación, vuelos y lugares turísticos, la página no garantiza seguridad y no se responsabiliza por la buena atención en cada uno de los locales que ellos proyectan en su plataforma.

Según Klibanski, M. (2014) un sitio virtual seguro y actualizado antes de viajar a la Argentina es de gran ayuda para el turista, El Instituto Nacional de Promoción Turística (Inprotur) desarrolló una plataforma virtual que ofrece información precisa sobre las distintas ciudades, sitios importantes e información general y actualizada que sirven de gran ayuda para el turista, así pueda planificar su estadía en forma segura y confiable. Se trata del sitio Circuito Argentina, esta plataforma muestra intereses específicos que contemplan las preferencias de distinto tipo de turistas. La barra superior de la plataforma presenta los siguientes botones: Experiencias de; Grandes viajes, destinos y en cada botón se puede observar gran cantidad de información acerca de los lugares que se desea visitar, como y adonde llegar.

## **2.5 PLATAFORMAS TURÍSTICAS DE ECUADOR**

El Ministerio de Turismo y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2013) dió a conocer la plataforma social “Vivir Ecuador”. Dirigida especialmente a los becarios ecuatorianos que contienen información turística, fotografías, experiencias y los mejores relatos que se puede vivir en Ecuador y compartir con el mundo. La información que compartan los becarios podrá ser visualizada mediante las redes sociales como Facebook, twitter, google +, Instagram, etc. (ver anexo D)

La dinámica de la plataforma social “Vivir Ecuador”, desarrollada por el Ministerio de Turismo (2013), es como un juego virtual en donde se debe desbloquear varias etapas para que se pueda asignar una nueva misión para escalar un sinnúmero de posiciones, así se ganará un puntaje que acredite una insignia tales como: Bandera Tricolor, Chef Ecuatorial, ¡Soy Ecuatoriano!, Escritor de Historias, Detective Nacional, Mi familia, entre otros.

Sin dejar de nombrar a la gran campaña “All you need is Ecuador” (ver Anexo E) promocionada por el Ministerio de Turismo y dirigida para los turistas extranjeros, tiene como finalidad potenciar el turismo como fuente de ingresos económicos del país. Según la entrevista realizada por el Diario Hoy (2014) al ministro de Turismo, Vinicio Alvarado, esta campaña provoco el crecimiento turístico del país, que hasta el 18 de junio 2014, creció en un 15,89% con relación al año 2013, es decir un periodo de crecimiento equivalente a tres veces más comparados con el año 2013 y 2012.

## **2.6 PLATAFORMAS TURÍSTICAS DE GUAYAQUIL**

La Prefectura del Guayas Y Gobierno Provincial del Guayas, propone en el 2013 una plataforma turística con rutas de la provincia del Guayas. Estas se dividen en, Ruta del Pescador, Ruta de la Aventura, Ruta de la Fe, Ruta del Cacao, Ruta del Arroz, Ruta del Azúcar. (Ver Anexo F)

La Dirección de Turismo Relaciones Internacionales y Competitividad, persigue conseguir con su plataforma virtual turística que Guayaquil se convierta en el destino turístico más visitado, tanto por el turismo interno como por el turismo externo. La página web de la dirección de Turismo, muestra las siguientes divisiones; Demografía, división, Geografía, historia. (Ver Anexo G)

## **2.7 PLATAFORMAS QUE MUESTRAN LOS CATASTROS DE GUAYAQUIL**

Para poder determinar las plataformas virtuales que promocionen el turismo se exploró en la web con palabras claves como Hotel, Restaurantes, transporte y diversión en Guayaquil, dando como resultado los siguientes portales;

### **2.7.1 Ecuador a Colores**

Esta plataforma muestra noticias del Ecuador, informa de acontecimientos, sucesos, eventos y reconocimientos que hayan realizados las autoridades. Como observación se puede decir que el portal no ha sido modificado desde Septiembre del 2012. (*Figura 1*)

Figura 1 Plataforma Ecuador a Colores



Fuente y elaboración: info@ecuadoracolors.com

### 2.7.2 TripAdvisor

Es una de las plataformas más completas que promociona los atractivos turísticos de Guayaquil y el mundo (Ver Figura 2), su ventaja es que es completa en la parte de los Hoteles, su desventaja es que en las pestañas de Alimentación, alquiler y diversión dan apertura a solo comentarios y recomendaciones de las demás personas que ya han consumido o beneficiado de algún servicio, la plataforma no se responsabiliza por asegurar que los lugares sean actuales y seguros.

Figura 2 Plataforma TripAdvisor



Fuente y elaboración: TripAdvisor.com

### 2.7.3 Booking.com

Este portal es un buscador de hoteles a nivel mundial, esta herramienta funciona como una plataforma de aerolínea, pregunta los días de entrada y de salida y el destino. Su desventaja es que solo brinda servicio de buscador de alojamiento. (Ver Figura 3)

Figura 3 Plataforma Booking.com



Fuente y elaboración: Booking.co

## 2.7.4 Enjoy Ecuador

Es un portal de información turística general, brinda una reseña de lo que es cada ciudad, clima, negocios, etc. La desventaja de este portal es que su información es muy escasa, se presta más para conocimientos generales de cultura. (Ver Figura 4)

Figura 4 Plataforma Enjoy Ecuador

The screenshot shows the website interface for 'GUAYAQUIL - ECUADOR ALOJAMIENTO'. The page features a navigation menu on the left with options like 'ALOJAMIENTO GUAYAQUIL ECUADOR' and 'Turismo Ecuador'. The main content area includes contact information for 'LINEAS GRATUITAS' and a 'Galeria Multimedia' section. The right sidebar contains various certification logos such as 'ISO 9001 : 2000 CERTIFICACION' and 'AENOR 20 AÑOS'. The page also includes a 'CONTÁCTENOS' button and a 'VERSION INGLES' link.

Fuente y elaboración: Enjoyecuador.net

## 2.7.5 Despegar.com

Es un portal internacional donde se encuentra los mejores precios en vuelos, la desventaja es que a pesar que tiene la opción de alquiler de vehículos, esta para Guayaquil no funciona. (Ver figura 5)

Figura 5 Plataforma Despegar.com

The screenshot shows the Despegar.com website interface. At the top, there is a browser address bar with the URL: [www.despegar.com.ec/cars/shop/city/GYE/2014-03-25.11:00/city/GYE/2014-03-29.11:00/](http://www.despegar.com.ec/cars/shop/city/GYE/2014-03-25.11:00/city/GYE/2014-03-29.11:00/). Below the browser bar, the Despegar.com logo is visible on the left, and navigation links for 'Hola! Conéctate', 'Mi Despegar Atención 24hs', 'Llame 24hs', and a 'MEJOR PRECIO GARANTIZADO' badge are on the right. A blue navigation bar contains links for 'Hoteles', 'Vuelos', 'Paquetes', 'Autos', 'Alquileres', and 'Tickets y Tours'. The main content area is titled 'Autos en Guayaquil con mejor precio garantizado'. On the left, there is a yellow search box with the following details: 'Buscar autos', 'Ciudad de alquiler: Guayaquil', a checkbox for 'Devuelvo el auto en otra ciudad', 'Inicio: 25/03/2014 11:00', and 'Finalización: 29/03/2014 11:00'. A 'Buscar' button is at the bottom of the search box. To the right of the search box, a yellow warning box with a triangle icon contains the text: 'No hay oferta. Lo sentimos, el destino seleccionado no cuenta con disponibilidad para esta fecha u horario. Si lo prefiere, puede realizar una nueva búsqueda.' Social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Google+ are located to the right of the search box.

Fuente y elaboración: Despegar.com



## **CAPÍTULO IV**

### **3.1 METODOLOGÍA**

#### **3.1.1 Enfoque de la investigación**

El enfoque de la presente investigación es de tipo cualitativo, que se desarrolla en la investigación descriptiva.

#### **3.1.2 Metodología Descriptiva.**

La investigación descriptiva, nos explica Hernández R. (2006), puede ser de carácter cualitativo, la cual no se efectúa una medición numérica, por lo que el análisis no es estadístico. La recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes evaluándolos en el desarrollo natural, es decir, no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad

Los cuestionarios sostenidos con preguntas específicas y precisas dan como resultado el porcentaje de elementos que poseen similares características.

#### **3.1.3 Método de la investigación.**

Se considera método como la forma característica de investigar y estudiar la complejidad y totalidad en su contexto cotidiano. Flick, U. (2007).

Para la siguiente investigación se realizará con métodos descriptivos, o como denominada, bajo la investigación descriptiva. Que utilizará encuestas para poder registrar las respuestas y tomar los porcentajes de elementos que poseen similares características.

### 3.1.4 Tamaño de la muestra

Para determinar la muestra para conocer el número de encuestas a realizar, se establece la utilización de la fórmula para poblaciones infinitas, la cual según Neyman (2004), se utiliza cuando la población difícilmente se la puede calcular o cuando la cifra no es exacta. Partiendo de esta información y según los últimos datos oficiales del último censo realizado por el Ministerio de Turismo (2012), el catastro turístico de la Provincia del Guayas, es de aproximadamente 4,325. Dado que el año en que se realizó la última actualización es en el 2012, podemos decir que no hay cifras exactas ya que todo es un aproximado a la realidad de los elementos mencionados.

La fórmula a utilizar es: 
$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

n = tamaño de la Muestra

N = tamaño de la población.

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

$Z^2$  = Nivel de Confianza que según Vivanco (2005) puede adoptar los siguientes valores

Nivel de Confianza	90%	95%	95,5%	99%	99,7%
Coficiente de Confianza	1,64	1,96	2	2,58	3

E = precisión o error (entre el 1% y 5%)

Ya que el enfoque es cualitativo, se escoge el nivel de confianza del 95%, todo esto en vista que las respuestas obtenidas de la muestra son susceptibles a las opiniones de los entrevistados. Así mismo, como no se posee un estudio anterior

sobre el tema tratado, por consiguiente se determina que la probabilidad de éxito es de 50%, por ende la probabilidad de fracaso será del 50%, con un margen de error de 3% (Vivanco 2005)

Una vez determinada los criterios se procede a realizar los cálculos de la formula establecidos de la siguiente manera.

Calculo en Excel:

e=	0,05	
N=	4325	
$\sigma$ =	0,5	
Confianza =	95%	
Área a la izquierda de -Z =	0,495	$(100-95\%)/200$
-Z=	-0,012	$=\text{INV.NORM.ESTAND}(0,495)$
Z=	0,012	$= 1 * -0,012$
<b>n =</b>	<b>100,0</b>	

Finalmente se obtuvo como resultado 100 elementos provenientes de la población catastro a la urbe. Las encuestas se realizará respectivamente con un preguntas tipo cuestionario, la que permitirá no solo recoger información de lo que se tiene establecido, sino que abordará otros temas que de pronto no se han considerado y puede ser vital para el estudio.

### 3.1.5 Tipo de muestra a aplicar

Para el presente estudio se tomara como tipo de muestreo no probabilístico, en el cual según, Casal, J., & Mateu, E. (2003). Indica que son recomendables para estudios cualitativos. Así mismo, una desventaja de este método es que no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

Dentro del muestreo no probabilístico se tomara en consideración el método de muestreo intencional o de conveniencia, se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener solo muestras representativas estando en el lugar y tiempo adecuado. Lohr, S. L., & Velasco, O. A. P. (2000)

### **3.1.6 Técnicas para la recolección de datos**

Para el presente estudio se tomara únicamente los datos primarios que según, Malhotra, (2008). Proviene directamente de la población o muestra de la población. Dentro de la misma se tomara la técnica de observación directa, estos son datos puntuales que el entrevistador tome y considere sean necesarios para la investigación. La herramienta que se utilizara para el levantamiento de los datos será la encuesta que es de carácter cualitativo. Malhotra, (2008).

#### ***3.1.6.1 Encuesta***

El Anexo H es el formato para las encuestas que se realizarán, y están dirigidas a las autoridades del Sector hotelero, transporte turístico, centros de entretenimiento, restaurantes y centros de recreación y espacio. El objetivo de las mismas es recopilar información acerca de como se dan a conocer con los turistas extranjeros y nacionales, y saber un poco más del entorno turístico en que ellos se desempeñan día a día.

### **3.1.7 Técnica y Análisis de Datos**

#### ***3.1.7.1 La Encuesta***

Una vez realizado el proceso de recopilación de los datos se procede a convertir los datos en bruto en un instrumento legible y de fácil entendimiento para el correcto análisis (Álvarez, 1996). Para ello se debe de:

### ***Verificación y edición de cuestionarios aceptables;***

Cada cuestionario debe ser revisado con el propósito de verificar que estén completos y bien llenados. El máximo de error permitido es el 5 %, de ser mayor deberán de volver a ser realizadas dichas encuestas.

### ***Edición y depuración de datos;***

Los datos deben ser legibles y entenderse con facilidad. Para procesar y analizar los datos se hará uso del software, IBM SPSS Statistics, es un completo programa de datos con herramientas de análisis de fácil manejo que utilizan usuarios empresariales, (IBM Ecuador, 2014). Y se hará uso de Microsoft Excel, es el programa destinado para realizar análisis estadísticos a través de interfaces fáciles de utilizar y comprender (Office, s. f.). Los datos se presentarán en tablas y gráficos.

La medición nominal se la utilizará para tabular las respuestas de todas las preguntas. La medición mencionada permite, mediante la asignación de números, letras o símbolos, etiquetar e identificar las respuestas (Malhotra, 2004). Dicha medición determina si un objeto tiene más o menos una característica en relación con otro, y las respuestas obtenidas de la misma permitirán conocer la preferencia de los encuestados (Malhotra, 2004).

### **3.2 PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS**

Los datos obtenidos de la encuesta fueron tabulados y copilados por el sistema de IBM SPSS Statistics que servirá como sistema de ayuda para tabular los datos (IBM, 2014), y el programa de Microsoft Excel que brindara la herramienta necesaria para realizar los diseños gráficos y tablas de información (Office, s. f.).

En primer lugar se realizaron preguntas generales para identificar cual es el sector que el encuestado se desempeña, luego se trató de conocer la apreciación que tiene el encuestado acerca del turismo en Guayaquil, finalmente se plantea una posible solución en base a los argumentos expuestos en las preguntas anteriores.

A continuación se presentan los análisis de las encuestas (ver Anexo H) realizadas a 100 personas, las mismas fueron ejecutadas al grupo de catastro que se identificó gracias a información presentada por el Ministerio de Turismo.

### 3.2.1 Pregunta 1

*Gráfico 1 Catastro Turístico Identificado*

## 1.- ¿A qué Catastro Turístico Pertenece usted?



*Fuente y elaboración: Autora*

El Gráfico 1 es el resultado de la pregunta 1. Se pudo identificar que de mi 100% de muestra de población el 11% son de agencias de viajes, el 20% de establecimiento de Alimentación & Bebidas, el 21% de empresas que brindan el servicio de transporte, el 27% de prestan el servicio de Alojamiento, y el 21% es de recreación, diversión y espacio.

Esta pregunta comienza como introducción para poder conocer un poco más sobre el catastro de Guayaquil y sobre todo a que sector del turismo se desempeña.

### 3.2.2 Pregunta 2

Gráfico 2 Tipo de Turistas

## 2.- ¿Qué tipo de turistas usted recibe más?



Fuente y elaboración: Autora

El Gráfico 2 es el resultado de la pregunta 2. Se pudo identificar que del 100% de los encuestados hay un 60% que reciben turistas Extranjeros y otro 40% que reciben turistas nacionales.

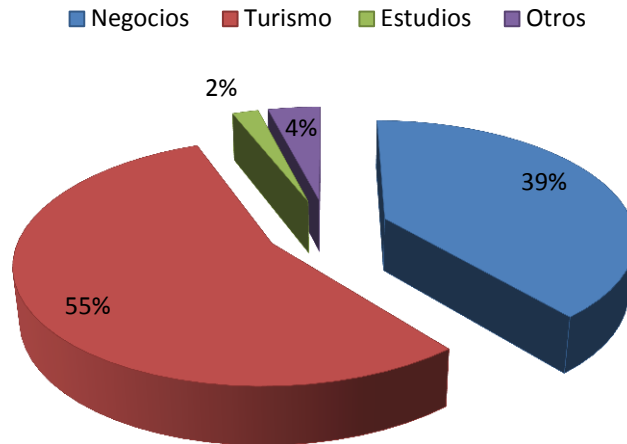
El gráfico muestra que la población tiene un porcentaje considerable de turistas extranjeros, por lo que es un beneficio para nuestra idea de implementación, ya que según los estudios analizados en el marco teórico, el turista extranjero le gusta explorar la información en el internet antes de viajar.



### 3.3 Pregunta 3

*Gráfico 3 Motivo de Viaje a Guayaquil*

### 3.- ¿Por qué motivo vienen a Guayaquil?



*Fuente y elaboración: Autora*

El Gráfico 3 es el resultado de la pregunta 3. En la cual nos indican nuestros encuestados que el motivo por el cual vienen a la ciudad de Guayaquil es por 55% por Turismo, 39% por Negocios, 4% por otros motivos y el 2% por estudios.

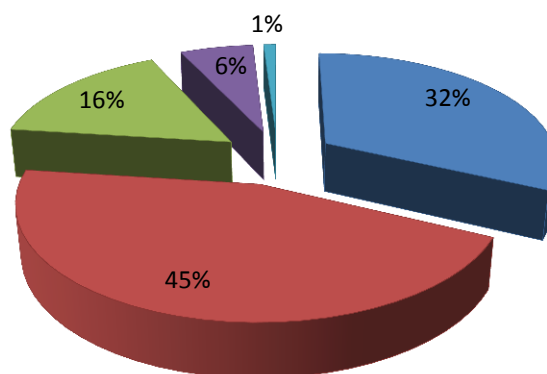
Con este resultado se pone en muestra que cada uno de los catastros citados para la investigación reciben turistas ya sean nacionales o extranjeros por vacaciones, negocios o visitar a familiares. Es decir que la plataformas si encaja para el perfil de clientes que ellos quieren recibir.

### 3.4 pregunta 4

Gráfico 4 Tiempo de Permanencia en Guayaquil

## 4.- Cuando visitan Guayaquil ¿Cuánto tiempo permanecen en la Ciudad?

■ De 1 a 3 días      ■ De 4 a 7 días      ■ De 8 a 15 días  
■ De 16 días a 1 mes      ■ Más de 1 mes



Fuente y elaboración: Autora

El Gráfico 4 es el resultado de la pregunta 4. En la cual nuestros encuestados indican que de las personas que visitan Guayaquil el 45% permanece de entre 4 a 7 días, el 32% está entre 1 a 3 días, el 16% permanece de 8 a 15 días, el 6% de 16 días a 1 mes y solo con el 1% de más de mes.

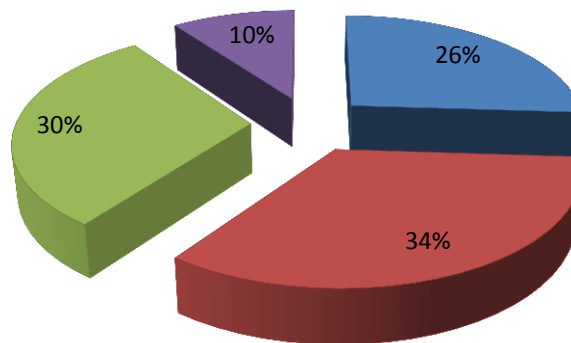
El gráfico 4 muestra que el 45% permanece entre 4 a 7 días, para la plataforma que se desea implementar es válida la información ya que la cadena de empresas que conforman el catastro turístico de Guayaquil puede tomar esta información e implementar estrategias que vayan acorde a los días que el turista permanece en la ciudad.

### 3.5 pregunta 5

*Gráfico 5 Acompañamiento en la Ciudad de Guayaquil*

## 5.- Cuando Visitan Guayaquil, lo Hacen...?

■ Solo ■ Con su familia ■ Con amigos ■ Con pareja



*Fuente y elaboración: Autora*

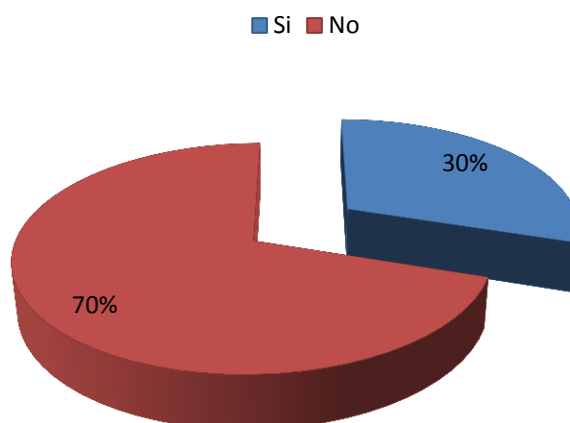
El Gráfico 5 es el resultado de la pregunta 5. En base a la encuesta realizada se pudo identificar que el 34% de los visitantes que ingresan a Guayaquil viajan con su familia, el 30% con amigos, el 26% lo hacen solos y el 10% viajan con pareja.

La pregunta No. 5 se asocia a la pregunta No. 3 y nos confirma que el motivo de viaje a Guayaquil es por turismo, los catastros de Guayaquil afirman que las familias son las principales consumidoras de sus servicios y es el mercado a donde todos quieren llegar.

### 3.6 Pregunta 6

#### Gráfico 6 Crecimiento del Turismo

### 6.- ¿Cree usted que el turismo en la ciudad de Guayaquil se ha detenido en los últimos 5 años?



*Fuente y elaboración: Autora*

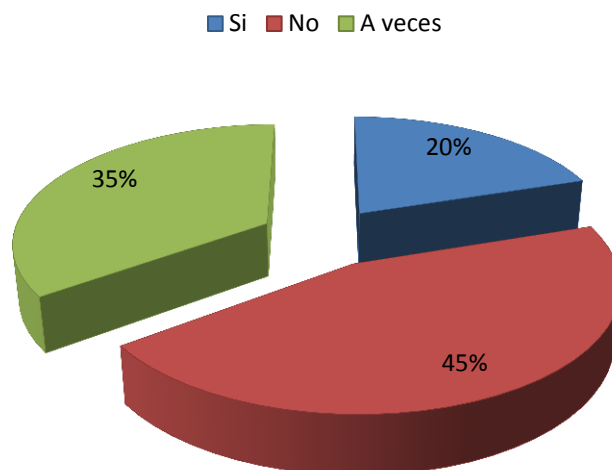
El Gráfico 6 es el resultado de la pregunta 6. Esta pregunta tiene como objetivo conocer la visión que tiene el agente de turismo hacia el progreso de la ciudad, el resultado dio un 70% que certifica que no se ha detenido el turismo y un 30% considera que si habido un estancamiento.

La intención principal de esta interrogante es para conocer cuál es la visión del agente promotor del turismo, si ellos consideran que el turismo en la ciudad sigue siendo buena inversión, entonces la plataforma virtual tendrá buena acogía proyectada a 5 años aproximadamente.

### 3.7 Pregunta 7

#### Gráfico 7 Conocimiento de Actividades Turísticas

## 7.- ¿Ha escuchado de alguna actividad realizada por las autoridades de la urbe que promueva el turismo de Guayaquil?



*Fuente y elaboración: Autora*

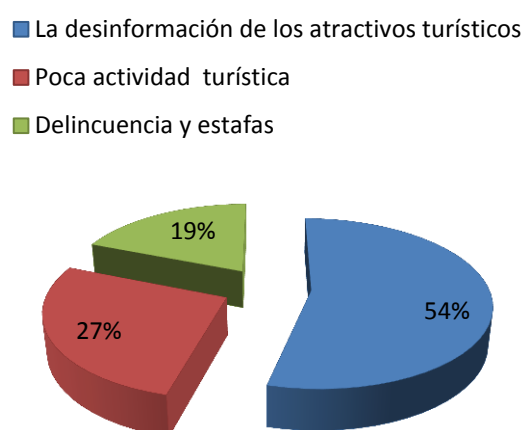
El Gráfico 7 es el resultado de la pregunta 7. Esta pregunta tiene como objetivo conocer el grado de información que manejan los agentes de turismo acerca de las actividades que realiza la urbe para promover el mismo. En la encuesta se dio como resultado que el 45% no han escuchado alguna actividad, 35% a veces lo hace, y un 20% comenta que si está informado de las actividades cotidianas de las autoridades.

Con este gráfico se quiso llegar a conocer si por parte de las autoridades existe preocupación acerca de la participación de cada agente de turismo, según lo encuestado poco se informan sobre estas actividades, por lo tanto ambas partes no trabajan en conjunto para llegar a un mismo objetivo.

### 3.8 Pregunta 8

Gráfico 8 Factor que impida la difusión masiva del Turismo

## 8.- ¿Cuál cree usted que sería el factor que impida la difusión masiva del turismo en Guayaquil?



Fuente y elaboración: Autora

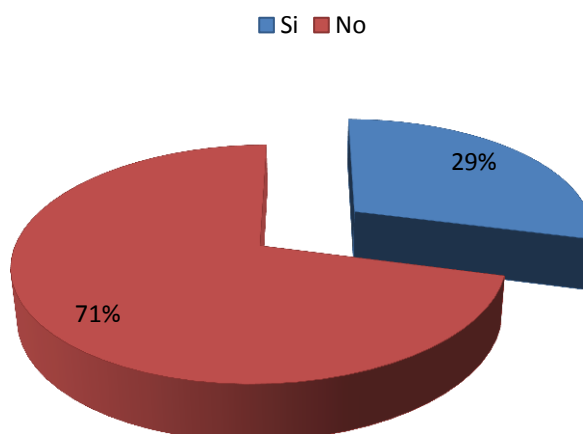
El Gráfico 8 es el resultado de la pregunta 8. Esta pregunta tiene como objetivo conocer cuál es el factor que impida la difusión masiva del turismo en Guayaquil, los resultados indicaron que el 54% denominan como factor principal la desinformación de los atractivos turísticos de la ciudad, el 27% expone la poca actividad turística y el 19% la delincuencia y estafas.

La plataforma virtual turística que se desea implementar tiene como finalidad cumplir con el primer factor que indica este gráfico, y es desaparecer la desinformación.

### 3.9 Pregunta 9

*Gráfico 9 Difusión y Promoción del turismo en Guayaquil*

**9.- ¿Cree usted que exista una correcta difusión y promoción de los lugares, espacios y locales que prestan sus servicios para el turismo en Guayaquil?**



*Fuente y elaboración: Autora*

El Gráfico 9 es el resultado de la pregunta 9. La encuesta tiene como objetivo conocer si el agente de turismo considera que existe una correcta difusión y promoción de los lugares turísticos de Guayaquil. Los resultados indicaron que el 71% no está de acuerdo con la promoción turística y el 29% sí está de acuerdo con la promoción con la que se maneja la ciudad.

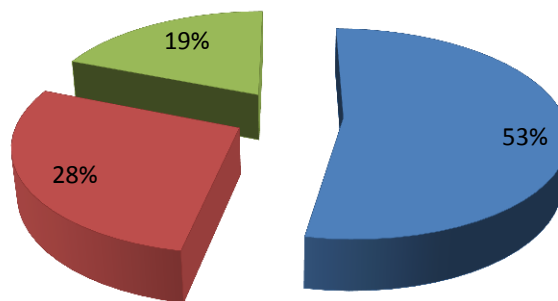
Este resultado amplía las posibilidades de que una plataforma virtual realice una nueva y mejor opción de difusión de la información turística por internet

### 3.10 Pregunta 10

#### Gráfico 10 Plataforma turística de Guayaquil

### 10.- Estaría dispuesto a promocionar su local/servicio en una plataforma virtual exclusiva y reconocida dirigida para turistas nacionales y extranjeros?

■ Interesado   ■ Medianamente Interesado   ■ Poco interesado



*Fuente y elaboración: Autora*

El Gráfico 10 es el resultado de la pregunta 10. La cual tiene como objetivo conocer el grado de interés del encuestado acerca de la posible propuesta de esta investigación. Los resultados indicaron que el 53% está interesado en promocionar su local o servicio en una plataforma turística solo para la ciudad de Guayaquil, el 28% está medianamente interesado y el 19% está poco interesado.

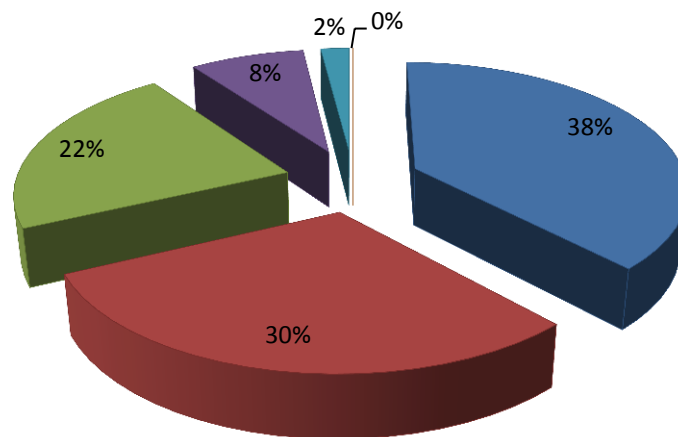


### 3.11 Pregunta 11

Gráfico 11 Posible Valor de la inscripción

## 11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la inscripción anual?

■ Menos de \$25 ■ Entre \$26 a \$35 ■ Entre \$36 a \$45  
■ Entre \$46 a \$55 ■ Entre \$56 a \$65 ■ Mayor a \$66

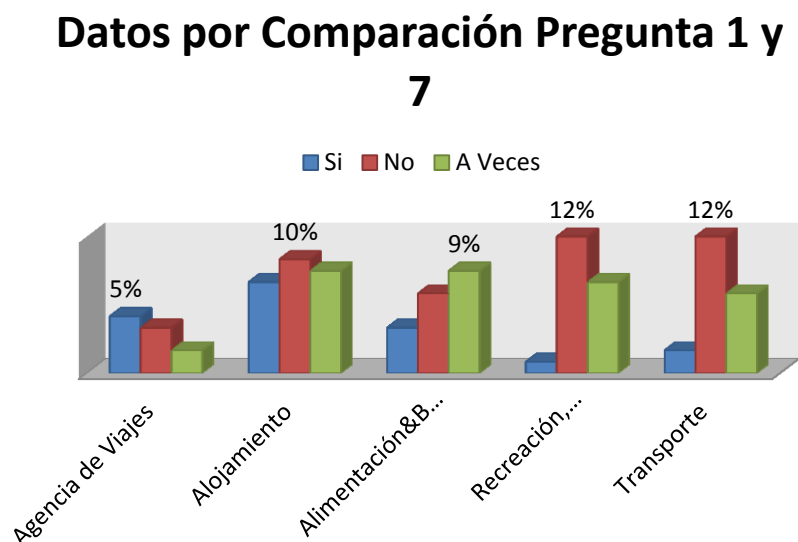


Fuente y elaboración: Autora

El Gráfico 11 es el resultado de la pregunta 11. La cual tiene como objetivo conocer cuál sería el posible valor que estaría dispuesto a pagar el encuestado por la inscripción anual. El 38% indicó que el mejor valor es entre menos de \$25, el 30% entre el \$26 a \$35, el 22% entre el \$36 y \$45, el 8% entre el \$45 a \$55, el 2% entre el \$56 a \$65 y finalmente el 0% mayor a \$66.

### 3.12 Comparación Pregunta 1 y 7

Gráfico 12 Datos por Comparación Pregunta 1 y 7



Fuente y elaboración: Autora

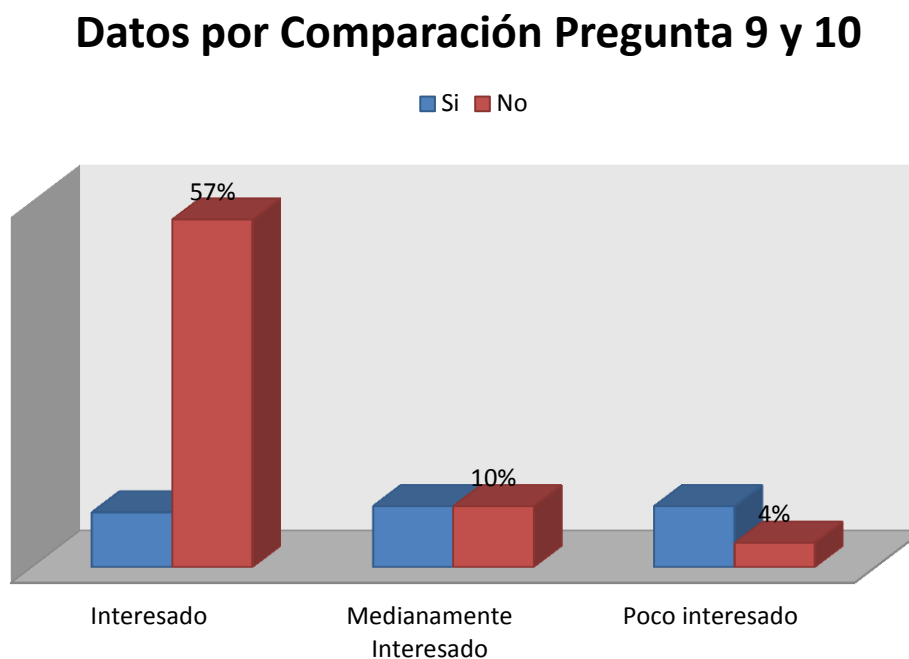
El gráfico 12 es el resultado de la comparación entre los encuestados, en base a esta información podremos saber a tipo de catastro turístico pertenecen y medir cuál de ellos está informado de las actividades que realizada las autoridades de la urbe para promover el turismo de Guayaquil.

Por consiguiente podemos concluir que los encuestados que brindan el servicio de Alojamiento, Recreación Diversión y Espacio y el servicio de transporte son los que argumentan con un 10%, 12% que no han escuchado de actividades que promuevan el turismo.

Mientras que los encuestados que brindan el servicio de recreación, diversión y espacio presentan como escenario del 12% que si consideran que a veces las autoridades de la urbe realizan promociones para impulsar el turismo. Por lo tanto solo un 5% que pertenece a las agencias de viaje reconocen que si hay promoción.

### 3.13 Comparación Pregunta 9 y 10

Gráfico 13 Datos de Comparación Pregunta 9 y 10



*Fuente y elaboración: Autora*

El gráfico 13 es el resultado de la comparación entre los encuestados de la pregunta 9 y 10, en base a esto podemos conocer si los encuestados consideran que si existe una correcta difusión y promoción de los lugares, espacios y locales que prestan sus servicios para el turismo en Guayaquil en comparación de los que estarían dispuesto a promocionar su local/servicio en una Plataforma virtual exclusiva y reconocida dirigida para turistas nacionales y extranjeros.

Por consiguiente podemos concluir que existe un 57% de personas que consideran que no hay una correcta difusión y promoción del turismo, así mismo están interesados en la plataforma planteada en este proyecto.

Mientras que los encuestados que consideran que no hay una correcta difusión del turismo dejan un 10% en el criterio de Medianamente interesado y con el 4% los que están poco interesado.

### **3.3 CONCLUSIONES**

El presente capítulo tuvo como objetivo realizar encuestas a los agentes o catastro de la ciudad de Guayaquil que se identificaron gracias al Ministerio de Turismo.

Según los resultados de las encuestas, los entrevistados poseen una grave desinformación de las promociones e impulsos que realiza las autoridades, del ministerio de turismo, prefectura provincial y la dirección de turismo municipal, para impulsar el turismo de Guayaquil. Es necesario declarar que para poder obtener una óptima participación del turista es fundamental que los propios ciudadanos o agentes de turismo conozcan las actividades a realizar para así trabajar en conjunto e impulsar el turismo.

La muestra dio una clave importante para conocer cuál es la visión que los agentes de turismo se proyectan para un futuro turístico en Guayaquil, las respuestas fueron positivas y creen que el turismo cultural no se ha perdido, es más, declaran que ha venido creciendo a lo largo de estos últimos 5 años, se expone que si no se realiza un correcto programa de turismo ciudadano, pronto esta gran acogida en la que se ve envuelta la ciudad de Guayaquil perderá su valiosa participación.

Con respecto a la acogida que tendría la plataforma turística virtual, se expone que más del 50% de los participantes se encuentran muy interesados, incluso

para tener una mejor proyección se dio a conocer posibles valores de inscripción anual, y así puedan adherirse de una forma segura, confiable y estable la promoción de los servicios.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA TURÍSTICA PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

#### **4.1 INTRODUCCIÓN**

De acuerdo a lo que se detalla en el capítulo II, la ciudad de Guayaquil dispone de diversos atractivos turísticos como, alojamientos, entretenimiento espacio y diversión en el cual le dan la pauta para poder exponer su belleza cultural como icono de un turismo nacional.

En el capítulo II se expuso las plataformas virtuales que brindan información turística que sirven como guía para la ciudad de Guayaquil, pero ninguna de ellas presenta un programa completo donde brinda todo lo que un turista necesita saber y/o de una manera confiable y segura los sitios y servicios que turista debe de conocer en su estadía.

A continuación se presenta una propuesta para elaborar una plataforma turística exclusiva donde detalla todo a lo referente al turismo guayaquileño, teniendo como objetivo responder a los problemas encontrados en las encuestas.

#### ***4.3 Propuesta de Plataforma Turística Virtual***

Como portal de muestra elegimos el sitio Web Webnode, es una página web estudiantil que sirve como una muy buena herramienta pre-diseñada que ayuda al

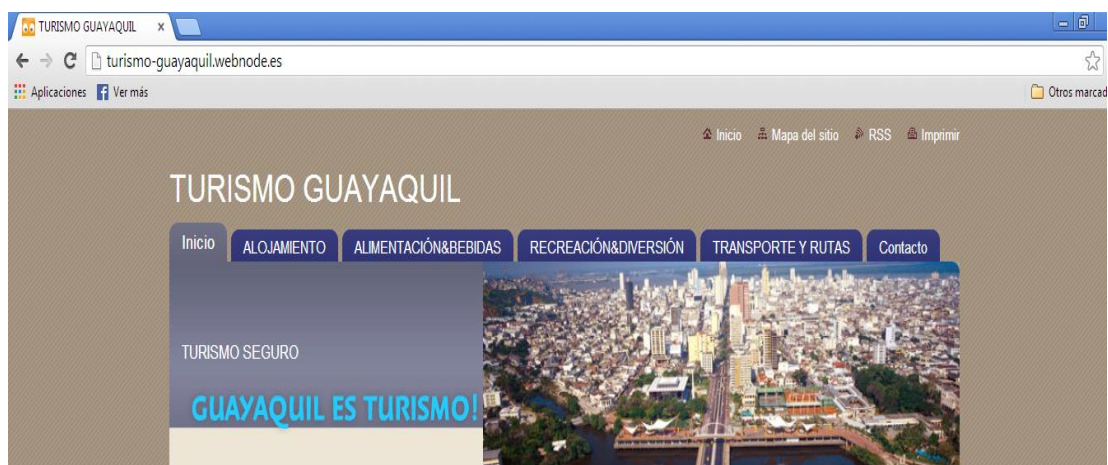
usuario que tiene muy poca experiencia en el área del diseño y desarrollo web. Webnode (2014).

#### ***4.4 ¿Qué se incluye en el portal web?***

***Ventanas Principales;*** estas permiten ver a primera impresión lo que el turista busca, (Ver Figura 6 ) en ellas encontrará las siguientes pestañas :

- 1.- INICIO:
- 2.- ALOJAMIENTO: Describe todo lo referente al hospedaje en Guayaquil
- 3.- Alimentación&Bebidas:
- 4.- Recreación&Diversión y Espacio:
- 5.- Transporte y Rutas

***Figura 6 Turismo Guayaquil***



***Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>***

##### ***4.4.1 INICIO***

En la pestaña Inicio se encuentra el espacio de la empresa o el administrador de la página, en ella se describe rápidamente la compañía y la seriedad con la que se maneja.

En esta misma pestaña se añadió la presentación de la página y el compromiso que tiene con los usuarios. De igual manera se desplaza la ventana de contacto, para aquellos que desean conocer cosas puntuales de la ciudad, el portal de encuestas para conocer los gustos y preferencias de los usuarios que visitan la pagina, y finalmente el portal de noticias, donde se actualiza lo que está pasando a nivel turístico en la ciudad, nuevos eventos, lugares recomendados etc. (Ver Figura 7)

**Figura 7 Introducción**

The screenshot shows the homepage of 'TURISMO GUAYAQUIL'. On the left, there is a search bar with the text 'Buscar en el sitio' and a 'Buscar' button. Below it is a 'Contacto' section with the following information: TURISMO GUAYAQUIL, Guayacanes Mz 216 A villa 10, Guayaquil (593) + 042, Teléfono: 623348, Celular: 0992833372, and email: lemastravel@gmail.com. The main content area has a heading '¡Bienvenido a TURISMO GUAYAQUIL!' followed by a paragraph: 'En TURISMO GUAYAQUIL nos dedicamos a promocionar el turismo de Guayaquil con la finalidad de satisfacer las necesidades de de nuestros visitantes.' Below this is another paragraph: 'En nuestra paguina Web encontraras todo lo relacionado al turismo guayaquileño, los mejores alojamientos, establecimientos de Alimentaciin&Bebidas, espacios de recreación & diversión, el mas seguro y recomendable transporte.' A third paragraph states: 'Nuestros agentes de tūrismo tienen el talento creativo y forman parte de un equipo de profesionales con excelente preparación y enorme compromiso, para desarrollar planes y estrategias turísticas que logren cumplir con las expectativas de nuestros clientes.' A fourth paragraph says: 'Conozca más sobre nuestros servicios en nuestro sitio web, y no dude en [contactamos](#).para que podamos ofrecerle un servicio personalizado. Estaremos complacidos de ayudarle a solucionar sus'. On the right side, there is an 'Encuesta' section with the question '¿Le gusta nuestro nuevo sitio web?' and two options: 'Sí, he encontrado todo lo que buscaba. (1)' and 'No, no he encontrado lo que buscaba. (0)'. Below the survey, it says 'Votos totales: 1'. There is also a 'Noticias' section with a sub-heading 'Preguntas y Sugerencias' and a date '23.03.2014 19:43'. The first news item asks: '¿Le gustaría conocer más detalles sobre nuestros servicios? Por favor, no dude en contactarnos....'. Below it is a 'Clientes' section with a date '23.03.2014 19:42' and text: 'TURISMO GUAYAQUIL lleva 5 años proporcionando ayuda a sus clientes para lograr sus objetivos de...'

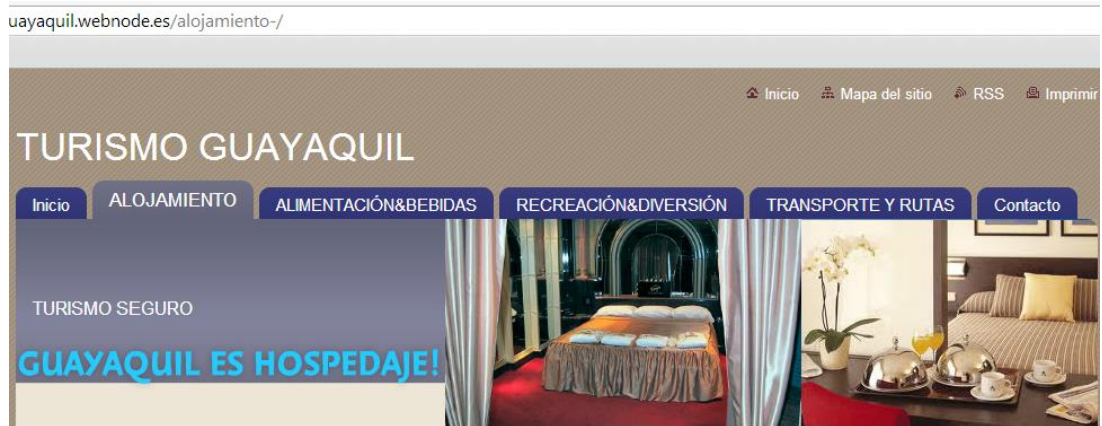
Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

#### **4.4.2 ALOJAMIENTO**

En la pestaña alojamiento (Ver Figura 8) encontraremos todo lo relacionado a hospedaje en la ciudad de Guayaquil, en este espacio los hoteles, hosterías y hostales podrán exponer sus servicios.



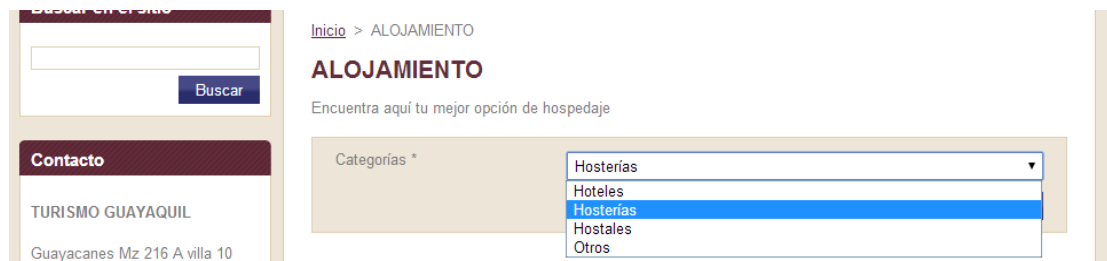
**Figura 8 Alojamiento**



*Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>*

Así mismo la pestaña se facilita una subdivisión para mostrar las categorías en las cuales se cree que el turista podría escoger como; Hoteles, Hostelerías, Hostales y otros (Ver Figura 9)

**Figura 9 Alojamiento por Categorías**



*Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>*

Dentro de cada categoría muestra un listado de opciones de los Hoteles, Hostelerías, Hostales y otros, y el usuario tiene la elección de coger el hotel de su gusto. De igual forma si el usuario no encuentra lo que está buscando puede contactarse (Ver Figura 10)

**Figura 10 Alojamiento**

**ALOJAMIENTO**

¡Muchas gracias!

**Contáctanos**

Nombre \*

E-mail \*

Asunto \*

Mensaje \*

**ALOJAMIENTO**

**HOTELES DE GUAYAQUIL**

HOTELES DE GUAYAQUIL

HOTELES DE GUAYAQUIL \*

- HOTEL HILTON COLÓN
- HOTEL RAMADA
- HOTEL GRAN GUAYAQUIL
- HOTEL ORO VERDE
- HOTEL SHERATON
- HOTEL CAMINO REAL**
- HOTEL GOLD CENTER
- HOTEL NEVADA
- HOTEL CASTELL
- HOTEL PALACE
- HOTEL PLAZA
- HOTEL MARRIOT

HOTEL HILTON COLÓN ▼

Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

#### **4.4.3 ALIMENTACIÓN & BEBIDAS**

En la pestaña Alimentación & Bebidas (Ver Figura 11) encontraremos todo lo relacionado con restaurante, cafetería, fuente de soda y bar de la ciudad de Guayaquil.

**Figura 11 Alimentación & Bebidas**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Aquí encontramos nuevamente una subdivisión por categorías: Restaurantes, Cafeterías, Fuente de Soda y Bar. (Grafico 25)

**Figura 12 Alimentación y Bebidas por Categorías**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Dentro de cada categoría muestra un listado de opciones, como por ejemplo dentro de la opción “Restaurantes” el usuario podrá coger a su gusto. De igual forma

si el usuario no encuentra lo que está buscando puede contactarse directamente por medio de la página a la administración de la misma. (Ver figura 13)

**Figura 13 Alimentación y Bebidas por Categorías**

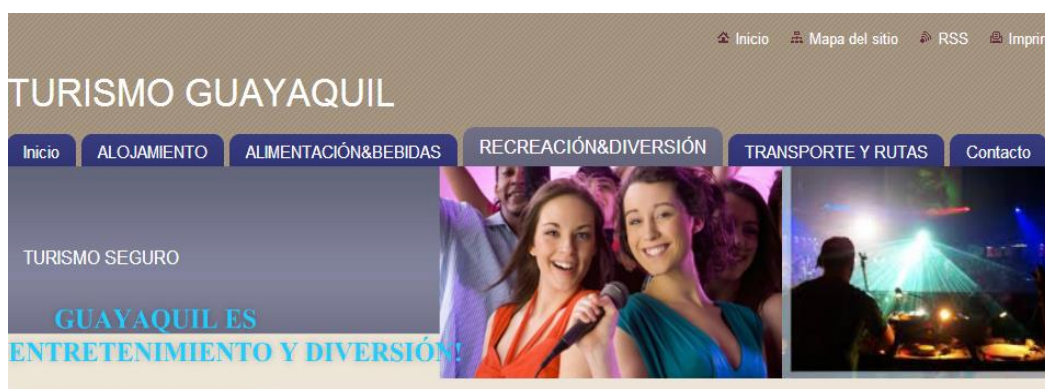


Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

#### **4.4.4 ENTRETENIMIENTO, DIVERSIÓN & ESPACIO**

En la pestaña de Entretenimiento, Diversión & Espacio (Ver Figura 14) encontraremos todo lo relacionado con discotecas, bares nocturnos, salas de baile, salas de entretenimiento, recepción y banquetes de la ciudad de Guayaquil.

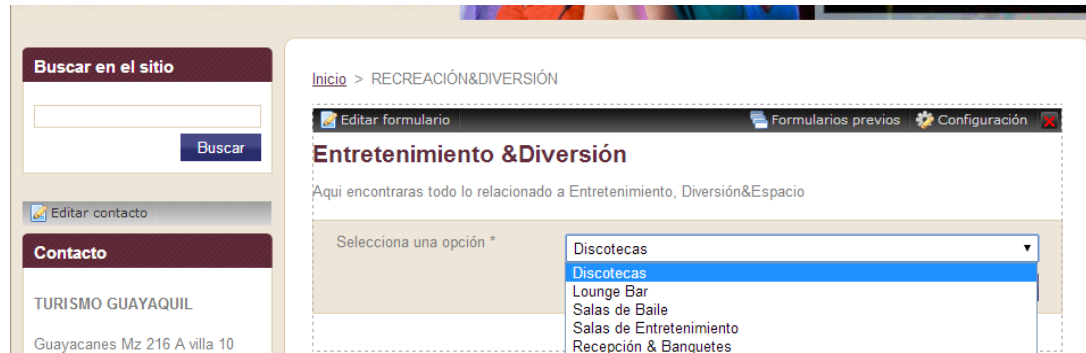
**Figura 14 Entretenimiento, Diversión & Espacio**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Aquí encontramos nuevamente una subdivisión por categorías: discotecas, Lounge bares, salas de baile, salas de entretenimiento, recepción y banquetes. (Ver Figura 15)

**Figura 15 Entretenimiento, Diversión & Espacio por Categorías**



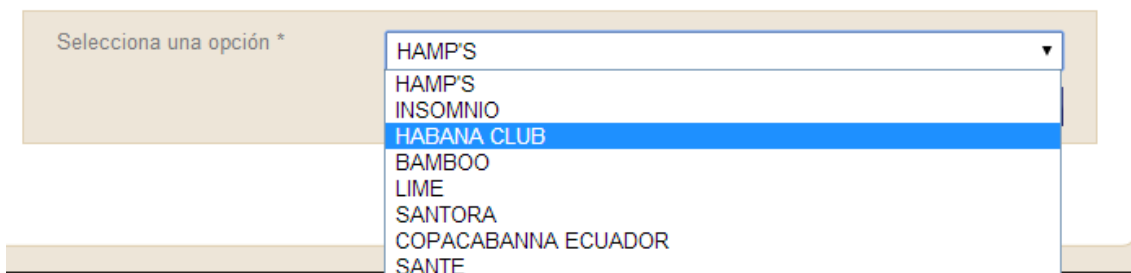
Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Dentro de cada categoría muestra un listado de opciones, como por ejemplo dentro de la opción “Discotecas” el usuario podrá coger a su gusto que tipo de Disco desea acudir. De igual forma si el usuario no encuentra lo que está buscando puede contactarse directamente por medio de la página a la administración de la misma. (Grafico 29)

**Figura 16 Ejemplo Entretenimiento, Diversión por categorías**

### Discotecas

Aquí podrás encontrar todo lo referente a Discotecas y Disco de la Ciudad



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

#### 4.4.5 TRANSPORTE Y RUTAS

En la pestaña de Transporte y Rutas (Ver Figura 17) encontraremos todo lo relacionado con transporte terrestre de la ciudad de Guayaquil.

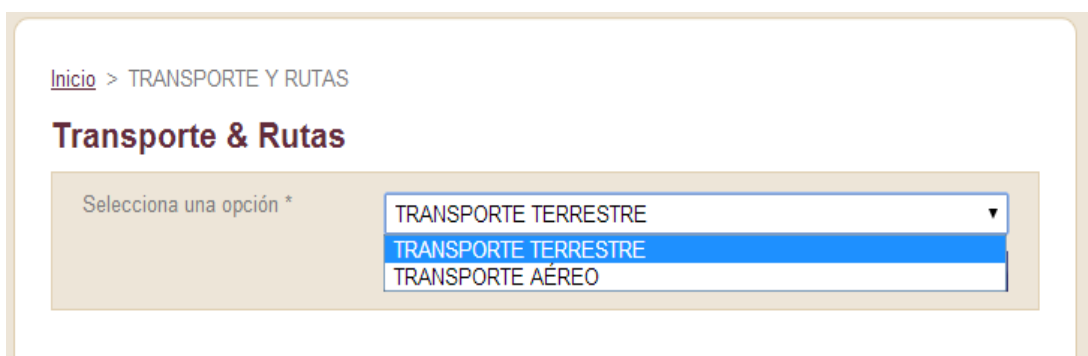
**Figura 17 Ejemplo de Transporte y Rutas**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Aquí encontramos nuevamente una subdivisión por categorías: Transporte aéreo y terrestre. (Ver Figura 18)

**Figura 18 Ejemplo de Transporte y Rutas por Categorías**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

Dentro de cada categoría muestra un listado de opciones, como por ejemplo dentro de la opción “Transporte Terrestre” el usuario podrá coger a su gusto que tipo de vehículo desea utilizar. De igual forma si el usuario no encuentra lo que está

buscando puede contactarse directamente por medio de la página a la administración de la misma. (Ver Figura 19)

**Figura 19 Ejemplo de Transportes y Rutas**



Fuente y elaboración: Autora – <http://turismo-guayaquil.webnode.es/>

#### **4.4.6 Implementación de la plataforma turística virtual**

Para realizar la propuesta se debe de dirigir primero a las instituciones como; la M.I Municipalidad de Guayaquil, la Dirección de Turismo Municipal, con el fin de que esta propuesta se una a la campaña cívica de Guayaquil. Luego se propone trabajar en conjunto con los agentes o Catastro de Guayaquil.

#### **4.4.7 Rubros Pre-operacionales**

Los siguientes rubros son de gastos operacionales:

Diseño animado de página WEB

Fuerte campaña para la promoción del portal

Analistas de campo turístico

Agentes de compra y venta de espacios publicitarios

Personal administrativo y operativo

Permisos Municipales, turísticos y Hoteleros

#### ***4.4.8 Impacto Socio Cultural***

Dentro del espacio socio cultural las actividades turísticas involucran directa e indirectamente a las organizaciones y entidades de carácter empresarial, pymes, sectores culturales y centros históricos, así como también cambia de alguna u otra manera el desarrollo cultural de la población.

El desarrollo turístico como lo dice Medina J. (2011) proviene en el país a partir de las muy nombradas “Regeneraciones Urbanas” que según los analistas las consecuencias y efectos son más profundas de lo que aparentan, los lugares destinados para la actividad turística han generado un elevado sentir de pertenencia y autoestima de la población que rodea estas regeneraciones, por consiguiente el turista que llega la ciudad de Guayaquil no lleva consigo un atractivo turístico sino una experiencia de ser parte pasajera de la sociedad donde se encuentra. Por estas razones se expone que una plataforma que impulse el turismo llevaría al despertar de los guayaquileños a que inviertan en un cambio de cultura, esta es la cultura del turismo.



## CONCLUSIONES

La actividad turística en si es una relación de contacto directo y comunicación con otros seres humanos de diferentes culturas o costumbres, es así como lo expone Medina. J. at (2011), en su artículo de efectos socio culturales, esta actividad está presente desde tiempo ancestrales y es ahora en donde se ha venido la era del desplazamiento voluntario de las personas hacia otros orígenes no conocidos, donde el hombre busca nuevas formas de ver el mundo, la naturaleza, el arte, la ciencia o sencillamente un momento de esparcimiento saliendo de la rutina del que vivimos ahora.

El presente proyecto de investigación se basa en el turismo cultural que posee la ciudad de Guayaquil, es por eso que la propuesta se la cataloga dentro de la rama del turismo gastronómico, étnico, artístico y folklórico, esto se debe a la relación que tienen los atractivos turísticos con este tipo de culturas.

El objetivo principal de la investigación es crear una plataforma turística virtual que informe los atractivos, los establecimientos y espacios recreativos de la ciudad de Guayaquil, de esta forma los catastros que promuevan el turismo tengan la opción de darse a conocer con los turistas y ofrecer sus locales y/o servicios y así ellos tenga una gama de opciones de manera fácil y segura.

Para poder alcanzar el objetivo principal se dividió en 5 objetivos específicos, el primero Mostrar el potencial turístico que posee Guayaquil, esto se lo logro obtener gracias a las investigaciones y reportajes obtenidos del ministerio de turismo y la M.I Municipalidad del Guayaquil, revistas y diarios de la ciudad y del país.

El segundo objetivo específico fue analizar las plataformas turísticas que promueven el turismo de Guayaquil, esto se lo logro gracias a investigaciones en la página web y recopilación de información documentada en reportajes pasados.

El tercer objetivo determinar el interés de las empresas relacionas al turismo con respecto a la plataforma turística, esta información se la obtuvo gracias a las encuestas realizadas a los 4 tipos de catastro identificados en Guayaquil, Alojamiento, Alimentación & Bebidas, Entretenimiento, Diversión & Espacio y Transporte.

El cuarto objetivo es la elaboración teórica de la plataforma virtual para el turismo de Guayaquil, en la cual se logró obtener la aceptación de los participantes, es decir de los agentes de turismo, con la encuesta realizada en el capítulo III, así mismo se planeó en el quinto objetivos cuales serían el posible impacto sociocultural y se despeja los rubros pre-operacionales que deberán asumir las autoridades a quien se dirige este proyecto en el caso de que lo quieran emprender en desarrollo.

En conclusión, la investigación dio como resultado que la ciudad de Guayaquil si posee atractivos turísticos y que la problemática es las pocas herramientas del en el comercio electrónico que manejan información confiable, para dar a conocer todos los servicios y productos de los catastros de Guayaquil a los turistas.

En base a los resultados obtenidos se demostró que si hay un alto grado de interés por parte de los miembros que conforman el catastro de Guayaquil, ellos confirman la propuesta en aceptar adherirse a una plataforma turística virtual que proporcione información necesaria y muy útil para el turista nacional y extranjero.

## RECOMENDACIONES

En la presente investigación se respondió a la hipótesis planteada en el capítulo I, sin embargo se recomienda realizar una investigación más profunda acerca de las siguientes interrogantes encontradas en esta propuesta.

Se recomienda realizar un censo de los comerciantes ambulantes. Es decir, por ejemplo, los carameleros, los que venden agua, helados artesanales, artesanías de la calle etc, para determinar si existe un mayor número de catastros en Guayaquil y así incluirlos dentro del programa con la finalidad de impulsar sus ventas.

A pesar que en nuestra de investigación se trató de conocer cuál es el motivo por el que el turista llega a la ciudad de Guayaquil, se recomienda realizar una investigación o censo más a fondo para conocer qué tipo de turismo se realiza más en la ciudad, esta iniciativa surge debido a la falta de información por parte de las autoridades del locales, provinciales y nacionales con respecto a la interrogante inicial.

## BILIOGRAFÍA

1. Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2014). Las visitas de turistas extranjeros a Ecuador aumentó en 7,42% durante 2013. Sección Noticias, Enero, 20. Recuperado de:  
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-es-uno-52-lugares-visitar-2014-segun-new-york-times.html>
2. Álvarez, R. (1996). El método científico en las ciencias de la salud. Las bases de la investigación. Ediciones Díaz de Santos.
3. Ballesteros, C; López, E; Torres, L. (2004). *Las plataformas virtuales, escenarios alternativos para la formación*. Edu Tec. Pag 2 - 9. Barcelona, España.
4. Bogota.Vive.In, (2014). Guía de Bogotá: Restaurantes, Bares, Cine, Arte, planes y Conciertos en la ciudad de Bogotá. Recuperado de:  
<http://bogota.vive.in/bogota/index.html>
5. Cardoso, J, C. (2012). *Turismo Sostenible, una revisión conceptual aplicada*. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de:  
<http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev11/1a.htm>
6. Carreño V, (2014). *Desplazados en turismo*. Diario Expreso, Portada.  
Recuperado de:

<http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=5331096&idcat=19308&tipo=2>

7. Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *Rev. Epidem. Med. Prev.*, 1(1), 3-7. Recuperado de:  
[http://blog.unach.mx/vicente\\_castro/files/2012/08/Tipos\\_Muestreo.pdf](http://blog.unach.mx/vicente_castro/files/2012/08/Tipos_Muestreo.pdf)
8. Cevallos. R (2013, 28 de julio) *Guayaquil seduce cada vez más a turistas extranjeros*. Diario El Universo, sesión El Gran Guayaquil. Recuperado de:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/22/nota/1054256/perla-seducer-cada-vez-mas-turistas-extranjeros>.
9. Colombo. C. (2013, 28 de Julio). *Guayaquil es tu destino turístico*. Diario Expreso, revista Semana. Recuperado de:  
<http://www.semana.ec/ediciones/2013/07/28/actualidad/actualidad/guayaquil-es-tu-destino-turistico/>
10. Crosby, A. y Moreda, A. (1996). *Elementos Básicos Para Un Turismo Sostenible en Las Áreas Naturales*. Primera edición, editorial, CEFAT. ISBN, 84920070-3-6, Abril, Madrid, España.
11. Diario PP el Verdadero, (2012). *Edificios de estilo italiano en Guayaquil*. La Historia de Hoy, lunes 12 de mayo, 2012. Recuperado de :  
<http://diariopp.com.ec/la-historia-de-hoy/item/edificios-de-estilo-italiano-en-guayaquil.html>

12. Diario El Universo, (2008). *Guayaquil en fotos Barrios Populares*, Gran Guayaquil, Octubre, 2008. Recuperado de:  
<http://www.el-universo.net/especiales/barrios/>
13. Diario Hoy (2014). *All you Need is Ecuador va dirigida a los Empresarios*. Sección Noticias, 13 de junio de 2014, Ecuador
14. Dreher. (2007), *La Regeneración Urbana en la ciudad de Guayaquil*. Junio 2007, recuperado de:  
<http://www.douglasdreher.com/noticias/noticia.asp?id=271&sc=9>
15. El Comercio, (2011). *Barrios de Guayaquil y Ancón fueron declarados Patrimonio Cultural*. Sección Noticias, Cultura & Entretenimiento, 28 de Octubre. Recuperado de:  
[http://www.elcomercio.com.ec/cultura/Barrios-orellana-salado-Guayaquil-Ancon-Patrimonio-Cultural\\_0\\_580742022.html](http://www.elcomercio.com.ec/cultura/Barrios-orellana-salado-Guayaquil-Ancon-Patrimonio-Cultural_0_580742022.html).
16. Falconí L. (2014). *El negocio turístico se va a Guayaquil*. Sección – Noticias – Ecuador. Diario Hoy, Octubre, 2012. Recuperado de:  
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-negocio-turistico-se-va-a-guayaquil-564675.html>
17. Fuster, F. (1995). *Marketing Ecológico y Turismo sostenible en la provincia del Tungurahua – Ecuador*. Tesis Doctoral. Universidad Rey San Carlos. Tungurahua. Ecuador. Recuperado de:

<http://ciencia.urjc.es/bitstream/10115/11526/3/Tesis%20Doctoral%20VHCA.pdf.txt>

18. Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata. Mejía Lequerica, 12. 28004. Segunda edición. Pág. 22. Madrid. Recuperado de: <http://books.google.es/books>
19. García, F & Ruíz C (2009). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Volumen 7, N°3, Págs 359-369, 2009. Universidad de la Laguna, España. Recuperado de: [http://issuu.com/pasosonline/docs/pasos18\\_1](http://issuu.com/pasosonline/docs/pasos18_1)
20. García. W (2013, 28 de julio). *Guayaquil seduce cada vez más a turistas extranjeros*. Diario El Universo, sesión El Gran Guayaquil. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/22/nota/1054256/perla-seduce-cada-vez-mas-turistas-extranjeros>.
21. Gobierno Municipal (2013). *Guayaquil es mi destino Campana Municipal Cívico- Turística que presento el alcalde Nebot*, La Municipalidad, 01 agosto, Guayaquil. Recuperado de: <http://www.guayaquil.gov.ec/content/>
22. Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Aljibe. Granada (España). ISBN: 84-87767-56-7.



23. Gobierno Provincial del Guayas, (2013). Guayaquil Epicentro turístico del Guayas. Guayas Turístico, Prefectura del Guayas. Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/attractivos/guayaquil-epicentro-turistico-de-guayas>
24. Hernández R. (2006), *Metodología de la Investigación*, Definición del tipo de investigación a usar, Capítulo 4, p 58- 62. Cuarta Edición. Mexico D.F
25. Hernández. R, 2001, Impacto Económico del turismo el Papel de las Importaciones como Fugas del Modelo.pag 23. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_817\\_2334\\_\\_B81C35A65AD11B8D459C2D981F9A6641.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_817_2334__B81C35A65AD11B8D459C2D981F9A6641.pdf)
26. Hessen, J. (2005). Teoría del conocimiento. Espasa-Calpe
27. Hunter, Jones Philippa (1997). *Sustainable Tourism en Jafar, Jafari*). Revista Annals of Tourism Research, Vol.24. Universidad de Wisconsin. Estados Unidos de Norte América. Recuperado de: <http://www.climateaudit.info/data/mask/TREN/tourism%20cd/annals24.htm>
28. Huygen, Mattio, Zucco, Kammer, & Delaquis, (1989). *Papers du Turisme*. Instituto Turstica de Valencia. Editorial Lersi, S.L. Valencia España. Recuperado de: <http://www.centresdeturisme.org/opencms/opencms/turisme/va/files/pdf/observatorio/publicaciones/012.pdf#page=23>

29. IBM Ecuador. (2014). El software estadístico líder mundial para empresas, gobierno, organizaciones de investigación y académicas. Recuperado de:  
<http://www-01.ibm.com/software/ec/analytics/spss/products/statistics/>
30. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). Fascículo Provincial Guayas. [documento PDF] Recuperado de:  
[http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos\\_provinciales/guayas.pdf](http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/guayas.pdf)
31. Klibanski, M. (2014). *Viajar por la Argentina con la ayuda de internet*. Ministerio de Educación Presidencia de la Nación. Enero, 15 del 2014.  
Recuperado de:  
<http://www.educ.ar/sitios/educar/noticias/ver?id=121529&referente=docentes>
32. Limón, D. Ballesteros, C. López Meneses, E. (2001) *El trabajo por proyecto en educación ambiental*. Sevilla: Edición Digital@tres.
33. Lohr, S. L., & Velasco, O. A. P. (2000). Muestreo: diseño y análisis. International Thomson. Recuperado de:  
<http://www.elgeometra.com.ar/estadistica/Lohr%20CENS.pdf>
34. Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México. 4ta edición. Pearson Educación. México.

35. Medina. J. (2011). Los Efectos Socio-Culturales del turismo. Vol 4, Nº 9.  
Recuperado de:  
<http://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>
36. Ministerio de Turismo (2012). Ministerio de Turismo trabaja en el programa de certificación de destino, Noticias, Noviembre 26. Recuperado de:  
<http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-trabaja-en-el-programa-de-certificacion-de-destino/>
37. Ministerio de Turismo (2014). *La campaña turística All You Need Is Ecuador es presentada a grupo de empresarios en Nueva York*. 11 de Abril de 2014.  
Recuperado de:  
<http://www.turismo.gob.ec/la-campana-turistica-all-you-need-is-ecuador-es-presentada-a-grupo-de-empresarios-en-nueva-york/>
38. Ministerio de Turismo (2013). *“Vivir Ecuador”, una plataforma social para promover los destinos turísticos de Ecuador*. 17 de Mayo de 2014. Recuperado de:  
<http://www.turismo.gob.ec/vivir-ecuador-una-plataforma-social-para-promover-los-destinos-turisticos-de-ecuador/>
39. Museo Municipal de la Ciudad de Guayaquil, (2011). Misión, M.I. Municipalidad de Guayaquil. Recuperado de:  
[http://www.museodeguayaquil.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=136&Itemid=166](http://www.museodeguayaquil.com/index.php?option=com_content&view=article&id=136&Itemid=166)

40. Novillo. G. (2014). El turismo en Peligro. Diario Centinela, Sección Suplementos, Enero, 11. Recuperado de:  
<http://www.diariocentinela.com.ec/el-turismo-en-peligro/>
41. Olabuénaga, J. I. R. (2012). Metodología de la investigación cualitativa, Serie de Ciencias Sociales (Vol. 15). 5ta edición, pág. 18. Universidad de Deusto, España.
42. Perez M (2004). *Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*, Manual del Turismo Sostenible. Editorial Mundi – Prensa Libros, S.A. ISBN 9788484761792, 2004, Madrid, España.
43. Peón, F. V. (2001). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social, Colegio de México, Miguel Ángel Porrúa, México.
44. Plan Nacional para el buen vivir (2009 -2013). *Objetivo 8.- Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Recuperado de:  
<http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-8>
45. Puig, Adela. (2006). *Los Nuevos Negocios Turísticos*. Primera edición, isbn 950-743-279-5-Buenos Aires, Argentina. Valletta Ediciones.

46. Santana, A (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Tesis de Maestría. Universidad de La Laguna – España. Recuperado de:  
[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010471832003000200003&script=sci\\_art](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010471832003000200003&script=sci_art)
47. TAGSA. (2011). El Aeropuerto: Estadísticas. [Lectura en línea] Recuperado de:  
<http://www.tagsa.aero/>
48. Taylor, S. J & Bogdan, R (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación, recuperado de:  
<http://club.telepolis.com/jcalventus/bogdan1988.pdf>
49. Urry, J. (2001) “ O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades 69ontemporâneas “. Studio Nobel, São Paulo. Recuperado de:  
<http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5wLJ2bbsOcgC&oi=fnd&pg=PA9&dq=olhar+do+turista,+O&ots=zyX0YGciI-&sig=ncT29oJ7Hupa356IJAIL-kLinfU#v=onepage&q=olhar%20do%20turista%2C%20O&f=false>
50. Vivanco, M. (2005). Muestreo Estadístico: Diseños y Aplicaciones. Santiago de Chile: Editorial Universitaria. Recuperado de:  
[www.universitaria.cl](http://www.universitaria.cl)
51. Webnode (2014). Diseño de páginas, concepto. Recuperado de:  
[www.webnode.es/resenas-de-webnode](http://www.webnode.es/resenas-de-webnode)

## ANEXOS

### ANEXO A

Ilustración del objetivo No. 8 Del Plan Nacional del Buen vivir.

Fundamento Diagnóstico Políticas y Lineamientos Línea Base Metas

# OBJETIVO 8

*Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad*

*Unidos en la diversidad, somos un país plurinacional e intercultural que garantiza los derechos de las personas y colectividades sin discriminación alguna. Valoramos nuestra diversidad como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora.*



SENPLADES

La Patria ya es de todos!

## ANEXO B

Ilustración de la página Web colombiatravelguide.com

**Tus fechas Espectaculares  
Celebrala con nosotros**

**BogotaTravelGuide.com**  
Guía Turística y Romántica de Bogotá  
(571) 315 3054  
(571) 753 9777

Info Bogotá | Sitios Turísticos Bogotá | Alojamiento en Bogotá | Donde comer en Bogotá | Cuando ir a Bogotá | Rumba Bogotá | Comprar en Bogotá

**Tour de fantasmas Cementerio Central**  
Llámanos al 315-3054 celular 310 341 9849

**Guía Turística de Bogotá - Donde Alojarse en Bogotá**  
Mapa Bogotá | Calendario Bogotá 2013  
Calendario Bogotá 2014  
Calendario Bogotá 2015

**Donde Alojarse en Bogota**

Hoy en Bogotá puede encontrar una gran variedad de sitios para alojarse y con las mejores opciones en hoteles. Si usted es un ejecutivo de negocios, un turista o simplemente un asiduo viajero, lo invitamos para que vea en continuación las diferentes ofertas en materia de alojamiento en la ciudad. Aquí encontrará la información que usted necesita para alojarse en Bogotá; los hoteles, hostales y residencias que le serán de mucha utilidad a la hora de seleccionar la zona que más le guste o convenga en nuestra linda ciudad.

[Hoteles en Bogotá](#) | [Apartamentos amoblados en Bogotá](#)

Contáctenos | Planes Románticos en Bogotá | Plan Cava Monserrate | Síguenos en Facebook | Renta Apartamentos Amoblados

**Feliz Día Padres!**

## ANEXO C

### Ilustración de la plataforma Minube.com

The screenshot shows the Minube.com website interface for Mexico City. At the top, there is a search bar with "México City" entered and a "Próximo fin de" button. To the right are "Explora" and "Únete a minube" buttons. The main heading is "México City" in large white font, followed by the text "México City o México D.F. es la capital de los Estados... leer". Below this are five navigation buttons: "DESCUBRE", "HOTELES", "QUÉ VER", "COMER", and "VUELOS".

The main content area displays five hotel cards, each with a rating, a price, and the number of offers:

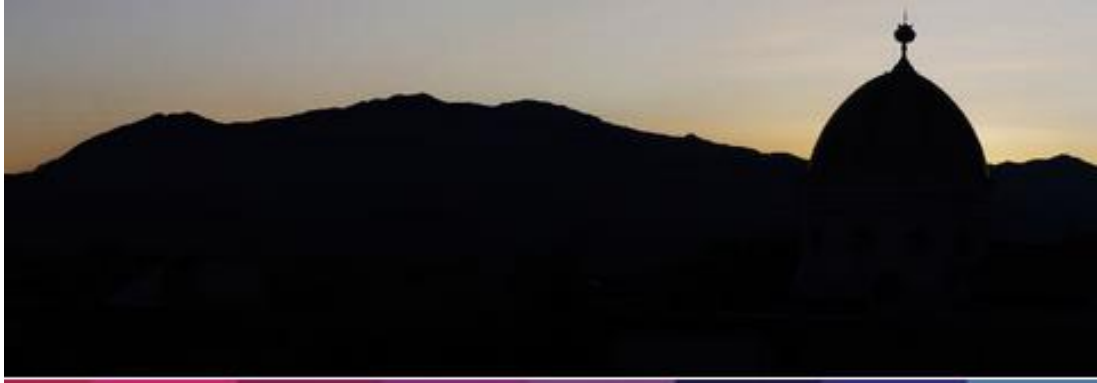
- Hotel El Ejecutivo**: Rating 7.7, Price 35€ (Atrapalo), 3 ofertas.
- Holiday Inn Buenavista**: Rating 8.9, Price 61€ (HotelsClick), 1 oferta.
- Casa Comtesse**: Rating 8.5, Price 53€ (Booking), 1 oferta.
- Hotel Príncipe**: Rating 8.4, Price 31€ (HotelsClick), 1 oferta.
- Hotel El Ejecutivo**: Rating 8.5, Price 11€ (Atrapalo), 3 ofertas.

At the bottom, there is a cookie consent notice: "Este sitio web utiliza cookies para funcionar, obtener estadísticas y mostrar publicidad más relevante. Si Vd. continua navegando acepta la utilización de cookies [Más info](#)".



## ANEXO D

### Ilustración de la Plataforma Vivir Ecuador



¡Saludos Becario!

Al momento nuestra página [www.vivirecuador.com](http://www.vivirecuador.com) se encuentra en renovación debido a que estamos realizando ciertos cambios para dar inicio a la Segunda Etapa.

Estamos mejorando para ti.

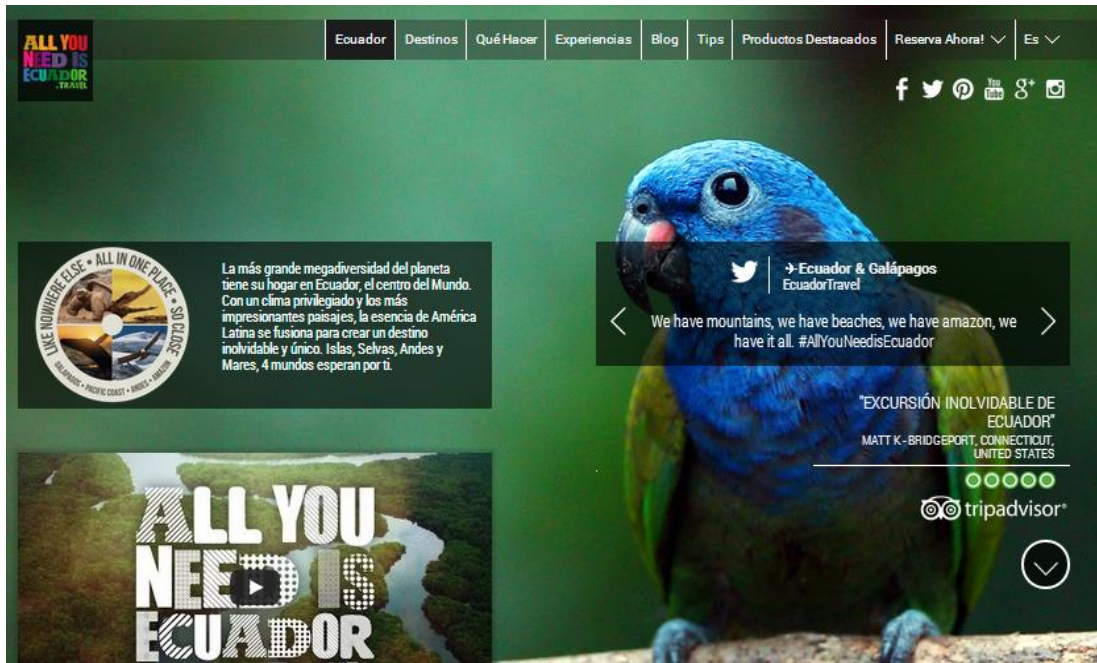
Te enviaremos un e-mail notificándote cuando nuestra plataforma esté lista.

Un abrazo,  
Equipo Vivir Ecuador

**ALL YOU NEED IS ECUADOR**  
TRAVEL

# ANEXO E

Ilustración Plataforma de la Campaña All You Need Is Ecuador



## ANEXO F

Ilustración de las Rutas Turísticas de la Provincia del Guayas

### RUTAS TURÍSTICAS



Lomas de Sargentillo / Isidro Ayora /  
Pedro Carbo / Daule / Santa Lucía /  
Palestina / Colimes / Balzar  
Salitre / Samborondón



Naranjal / Balao



Jujan / Simón Bolívar / Milagro  
Naranjito / Marcelino Maridueña /  
Bucay



Playas / Guayaquil



Bucay / El Triunfo / El Empalme



Durán / Yaguachi / Nobol  
Daule / Guayaquil

## ANEXO G

### Ilustración de la Plataforma de la dirección de Turismo Relaciones Internacionales y competitividad



The screenshot shows the website for Guayaquil, Ecuador. The header includes the logo, the URL 'Guayaquil.gob.ec', and navigation links for 'La Municipalidad', 'Guayaquil', 'Noticias', 'Agenda', and 'Contacto'. Social media icons for Twitter, Facebook, YouTube, and a search icon are also present. A breadcrumb trail shows 'Inicio / Guayaquil'. A dropdown menu is open over the 'Guayaquil' link, listing 'Demografía', 'División', 'Geografía', and 'Historia'. The main content area features a large orange header with the word 'Guayaquil' in white. Below this, there is a paragraph of text describing the city's location and characteristics, followed by a photograph of a waterfront promenade at night. A second paragraph at the bottom describes the city as 'la Perla del Pacífico' and lists various landmarks and traditions.

Inicio / Guayaquil

Demografía  
División  
Geografía  
Historia »

## Guayaquil

Ubicada en las hermosas costas del Océano Pacífico, Santiago de Guayaquil es una atractiva ciudad que se caracteriza por su dinamismo, organización, grandes logros urbanos y calidez de su gente.

Esta urbe que se extiende al este del río Guayas, es la cabecera cantonal y capital de la provincia del Guayas. Donde su constante desarrollo y actividades empresariales la han llevado a situarse en uno de los centros económicos más importantes, a nivel nacional e internacional.



Conocida por su gran mayoría como la Perla del Pacífico en una ciudad que encanta a propios y extraños; pues sus parques, plazas, monumentos, centros comerciales, edificios, avenidas, y demás tradiciones hacen de esta región una

## ANEXO H



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como objetivo medir el interés de que se implemente una plataforma turística informativa que promocióne el catastro turístico de Guayaquil hacia el turista nacional y extranjero.

**Instrucción:** Marque con una **X** su respuesta. Gracias por su tiempo y participación.

1.- ¿A qué Catastro turístico pertenece usted?

Agencia de Viajes	_____
Alojamiento	_____
Alimentación&Bebidas	_____
Recreación, Diversión y Espacio	_____
Transporte	_____

2.- ¿Qué tipo de turistas usted recibe más?

Nacionales_____	Extranjeros_____
-----------------	------------------

3.- ¿Por qué motivo vienen a Guayaquil?

Negocios _____	Turismo _____
Estudios _____	Otros _____

4.- ¿Cuándo visitan Guayaquil, ¿Cuánto tiempo permanecen en la ciudad?

De 1 a 3 días _____	De 4 a 7 días _____
De 8 a 15 días _____	De 16 días a 1 mes _____
Más de 1 mes _____	



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

5.- Cuando visitan Guayaquil, lo hacen...?

Solo \_\_\_\_\_                      Con su familia \_\_\_\_\_  
Con amigos \_\_\_\_\_              Con su pareja \_\_\_\_\_

6.- Cree usted que el turismo en la ciudad de Guayaquil se ha detenido en los últimos 5 años?

Si \_\_\_\_\_                      No \_\_\_\_\_

Si, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7.- Ha escuchado de alguna actividad realizada por autoridades de la urbe que promueva el turismo de Guayaquil?

Si \_\_\_\_\_                      No \_\_\_\_\_                      a veces \_\_\_\_\_

8.- ¿Cuál cree usted que sería el factor que impida la difusión masiva del turismo en Guayaquil?

La desinformación de los atractivos turísticos                      \_\_\_\_\_  
Poca actividad turística                      \_\_\_\_\_  
Delincuencia y estafas                      \_\_\_\_\_

9.- Cree usted que existe una correcta difusión y promoción de los lugares, espacios y locales

Que prestan sus servicios para el turismo en Guayaquil?

Si \_\_\_\_\_                      No \_\_\_\_\_

Nota; si su respuesta es (SI) se termina la encuesta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

10.- Si su respuesta anterior fue No, ¿Estaría dispuesto a promocionar su local/servicio en una

Plataforma virtual exclusiva y reconocida dirigida para turistas nacionales y extranjeros?

Interesado \_\_\_\_ Medianamente Interesado \_\_\_\_ Poco Interesado \_\_\_\_

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la inscripción anual?

Menos de \$25	_____	Entre \$26 a \$35	_____
Entre \$36 a \$45	_____	Entre \$46 a \$55	_____
Entre \$56 a \$65	_____	Mayor a \$66	_____