



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

**Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para
la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil.**

AUTOR (ES):

**Quiñonez Bonilla, Diana Caroline
Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo**

TUTOR:

Eco. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
25 de febrero de 2026**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Quiñonez Bonilla, Diana Caroline** y **Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía** como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

TUTOR



Eco. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Quiñonez Bonilla, Diana Caroline

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

LA AUTORA:

Quiñonez Bonilla, Diana Caroline



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

LA AUTORA:

Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

AUTORIZACIÓN

Yo, Quiñonez Bonilla, Diana Caroline

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

LA AUTORA:

Quiñonez Bonilla, Diana Caroline



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

AUTORIZACIÓN

Yo, Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

A AUTORA:

Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil**, presentado por las estudiantes **Quiñonez Bonilla Diana Caroline, Jaramillo Guevara Ariana Rosalía** fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

**CERTIFICADO DE ANÁLISIS**
magister

TT_diana.quiñonezz_ariana.jaramilloo

0%
Textos
sospechosos

1% Similitudes (ignorado)
0 % similitudes entre comillas
< 1 % entre las fuentes
mencionadas
3% Idiomas no reconocidos
(ignorado)

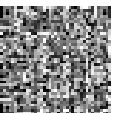
Nombre del documento: TT_diana.quiñonezz_ariana.jaramilloo.docx
ID del documento: e40d7183ac687bb91f82363ee8572d263cae504f
Tamaño del documento original: 8,17 MB

Depositante: Luis Fernando Albán Alaña
Fecha de depósito: 11/2/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 11/2/2026

Número de palabras: 25.453
Número de caracteres: 179.470

Ubicación de las similitudes en el documento:





Luis Fernando Albán
Alaña
Tutor

Eco. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la oportunidad de volver a empezar, por acompañarme en cada etapa de este proceso y por permitirme convertirme en una profesional. Sin Él, nada de esto habría sido posible. Considero un verdadero milagro haber recibido esta beca y haber contado con Su compañía constante a lo largo de este extenso y desafiante camino. Agradezco también a la vida, por permitirme llegar hasta este punto, no solo alcanzando una meta académica, sino conectando de manera genuina y real con las personas que formaron parte de este proceso.

A la Universidad, por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de construir este sueño y alcanzar mi título de tercer nivel. A mis docentes, a cada uno de quienes me acompañaron durante el transcurso de mi carrera, gracias por su entrega, por escucharme cuando lo necesité y por orientarme con sus conocimientos y consejos.

Un agradecimiento especial a mi tutor, **Luis Albán**, por su acompañamiento constante, por estar siempre atento a cada detalle y por guiarnos con paciencia durante el proceso de elaboración de la tesis, el cual representó un aprendizaje nuevo y desafiante para nosotras.

A mi familia, por ser ese soporte incondicional, por comprender mis tiempos, respetar mis espacios y brindarme la paciencia y motivación necesarias para no rendirme y creer que era posible lograrlo.

Finalmente, agradezco a mi compañera de tesis, **Ariana Jaramillo**, por convertirse en mi equipo a lo largo de este proceso, por el trabajo colaborativo, el compromiso compartido y el apoyo mutuo que hicieron posible la culminación de esta etapa académica.

Este trabajo es el resultado del esfuerzo, la constancia y el acompañamiento de cada una de las personas mencionadas, a quienes expreso mi más sincero agradecimiento.

Diana Caroline Quiñonez Bonilla

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto y por la oportunidad de realizar mis estudios mediante una beca. Asimismo, me agradezco a mí mismo por el esfuerzo, la constancia y la dedicación demostrados a lo largo de este proceso. De igual manera, agradezco a mi familia por su apoyo constante, a mis amigos por el acompañamiento y los consejos brindados, y a los docentes por los conocimientos y la orientación aportados durante mi formación académica.

De manera especial, agradezco a mi compañera de tesis, Diana, por el compromiso y el trabajo colaborativo durante el desarrollo de esta investigación, los cuales fueron fundamentales para la culminación del presente trabajo.

Ariana Rosalía Jaramillo Guevara

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a mi abuelita Maruja, quien desde el cielo fue un impulso constante para no rendirme y llegar hasta este momento. Sé que estaría orgullosa de este logro.

A mi mamá, mi papá y mis hermanos, por creer siempre en mí y alentarme a no rendirme. A mi esposo Xavi, por su amor, paciencia y apoyo incondicional, por acompañarme en cada etapa de este camino y darme la fortaleza necesaria para seguir adelante.

Finalmente, a mis perras Coffy y Aika, fieles compañeras de largas jornadas y trasnoches, que nunca me dejaron sola.

Ariana Rosalía Jaramillo Guevara

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, quien es el centro de mi vida, mi guía y mi fortaleza. A Él, que me sostuvo incluso en los momentos en los que parecía imposible continuar, y que hizo realidad una oportunidad que durante mucho tiempo parecía inalcanzable.

A mi abuela **María Quiñónez**, que hoy ya no se encuentra físicamente conmigo, pero cuya presencia vive en mi corazón. Me hubiese encantado que pudiera verme culminar esta etapa. Este logro representa un orgullo profundo para nuestra familia, ya que soy la primera de sus hijos y nietos en alcanzar un título de tercer nivel. Todo esto es para ella, con amor y gratitud eterna.

A mi familia, especialmente a mi mamá y a mis hermanos, por su amor, apoyo y compañía incondicional. A mi familia adoptiva de la vida, la **familia Franco**, que ha estado presente desde mi infancia hasta hoy, acompañándome, creyendo en mí y celebrando cada paso de este proceso con orgullo y cariño.

A mis amigos cercanos, quienes se convirtieron en mi familia elegida, por estar ahí en cada etapa de este largo camino y por compartir conmigo un final verdaderamente victorioso.

Y finalmente, a mis bebés de cuatro patitas, **Coco y Chanel**, mis compañeras fieles en noches de desvelo, cansancio y estudio, quienes con su amor incondicional hicieron más llevadero cada esfuerzo.

Me siento profundamente agradecida y bendecida por esta oportunidad que por momentos parecía irreal, pero que hoy puedo palpar como una realidad cumplida.

Diana Caroline Quiñónez Bonilla



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.

TUTOR

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Pinos Guerra; Mgs.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
QUIÑONEZ BONILLA DIANA CAROLINE	
JARAMILLO GUEVARA ARIANA ROSALIA	

Eco. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.
TUTOR

Índice General

<i>RESUMEN</i>	XX
<i>ABSTRACT</i>	XXI
<i>INTRODUCCIÓN</i>	2
<i>ANTECEDENTES</i>	6
<i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	9
<i>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:</i>	10
<i>JUSTIFICACIÓN</i>	10
<i>OBJETIVOS</i>	11
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	11
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	11
<i>CAPÍTULO 1</i>	13
<i>MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL</i>	13
SISTEMA TURÍSTICO	14
CONTENIDO DIGITAL	18
GAMIFICACIÓN	18
SOSTENIBILIDAD	23
MARCO REFERENCIAL	26
MARCO LEGAL	30
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	30
ARTÍCULO 16 - DERECHOS A LA COMUNICACIÓN	30
ARTÍCULO 21 - PATRIMONIO CULTURAL	30
ARTÍCULO 3 NUMERALES 5 Y 7 - DEBERES DEL ESTADO	31
ARTÍCULO 83 NUMERAL 6 - RESPONSABILIDAD CIUDADANA	31
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (LOC).....	31
ARTÍCULO 4 - DERECHO A LA COMUNICACIÓN:	31
ARTÍCULO 5 - MEDIOS Y PLATAFORMAS DIGITALES:.....	31
ARTÍCULO 17 - TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN PÚBLICA:.....	31
ARTÍCULO 18 - INNOVACIÓN TECNOLÓGICA:	31
LEY DE TURISMO DEL ECUADOR.....	31
ARTÍCULO 3 - PRINCIPIOS DEL TURISMO:	31
ARTÍCULO 16 - COMPETENCIAS DEL MINTUR:	32
ARTÍCULO 19 - NORMAS TÉCNICAS Y CALIDAD:	32
NORMATIVA DEL MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR).....	32
NORMATIVA MUNICIPAL Y DEL GAD DE GUAYAQUIL	32
COOTAD - ARTÍCULO 55:	32
ORDENANZAS MUNICIPALES:.....	32
LEY ORGÁNICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (LOTAIP)	32
NORMATIVA INTERNACIONAL APLICABLE	32
<i>CAPÍTULO 2</i>	33
<i>MARCO METODOLÓGICO</i>	33
TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
<i>MÉTODO MUESTRAL</i>	35
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	36
A. OBSERVACIÓN DIRECTA NO PARTICIPANTE	36
B. ENTREVISTA	37
C. ENCUESTA	37
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42

<i>CAPÍTULO 3.....</i>	<i>43</i>
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	43
ANÁLISIS DE DATOS	43
ANÁLISIS DE LA HERRAMIENTA OBSERVACIÓN	43
MALECÓN 2000	43
BARRIO LAS PEÑAS	45
AEROPUERTO JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO	47
ANÁLISIS DE LA HERRAMIENTA ENTREVISTA	49
ENTREVISTA COORDINADORA DE CALIDAD HOTEL ORO VERDE GUAYAQUIL	49
ENTREVISTA JEFA DE RECEPCIÓN HOTEL HOLIDAY INN GUAYAQUIL AIRPORT	51
ENTREVISTA COORDINADORA DE CALIDAD HOTEL HOLIDAY INN GUAYAQUIL AIRPORT	52
ANÁLISIS DE LA HERRAMIENTA ENCUESTA	54
<i>DISCUSIÓN</i>	<i>76</i>
<i>RESULTADOS DEMOGRÁFICOS Y USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES.....</i>	<i>79</i>
<i>FORMA DE VISITA Y PREFERENCIA POR RECORRIDOS TURÍSTICOS</i>	<i>80</i>
<i>NIVEL DE FAMILIARIZACIÓN Y USO DE APLICACIONES MÓVILES.....</i>	<i>80</i>
<i>UTILIDAD, CONFIANZA Y LIMITACIONES EN EL USO DE APLICATIVOS TURÍSTICOS</i>	<i>81</i>
<i>INTEGRACIÓN DE RESULTADOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....</i>	<i>82</i>
<i>PROPUESTA.....</i>	<i>83</i>
<i>DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA</i>	<i>84</i>
<i>PROPUESTA DE ARTICULACIÓN DE RUTAS CULTURALES</i>	<i>84</i>
<i>DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO TURÍSTICO POR SECTORES.....</i>	<i>85</i>
BARRIO LAS PEÑAS	85
PUERTO SANTA ANA	86
MALECÓN 2000	87
CALLE PANAMÁ.....	88
CONTENIDO INFORMATIVO Y EXPERIENCIAL PROPUESTO	88
PROPUESTA DE REPRESENTACIÓN VISUAL DEL CONTENIDO	89
<i>IMPACTO ESPERADO DE LA PROPUESTA</i>	<i>94</i>
<i>CONCLUSIONES.....</i>	<i>96</i>
<i>RECOMENDACIONES</i>	<i>99</i>
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</i>	<i>100</i>
<i>GLOSARIO.....</i>	<i>103</i>
APÉNDICE 1 FORMATO DE ENCUESTA	104
APÉNDICE 2 FORMATO DE ENCUESTA	104
APÉNDICE 3 FORMATO DE FICHA DE OBSERVACIÓN	104
<i>APÉNDICE 4. 1 ENCUESTA AEROPUERTO JOSE JOAQUIN DE OLMEDO</i>	<i>104</i>
APÉNDICE 4 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA	104
<i>APÉNDICE 4. 2 ENCUESTA MALECÓN 2000</i>	<i>104</i>
<i>APÉNDICE 4. 3 ENCUESTA MALECÓN 2000</i>	<i>104</i>
<i>APÉNDICE 4. 4 ENCUESTA HOTEL ORO VERDE GUAYAQUIL</i>	<i>104</i>
<i>APÉNDICE 4. 5 ENCUESTA HOTEL HOLIDAY INN GUAYAQUIL AIRPORT</i>	<i>104</i>
<i>APÉNDICE 4. 6 ENCUESTA HOTEL HOLIDAY INN GUAYAQUIL AIRPORT</i>	<i>104</i>

Índice de Tablas

TABLA 1. APORTES DEL DESARROLLO MÓVIL AL TURISMO MUNDIAL	3
TABLA 2. APLICATIVOS MÓVILES MÁS UTILIZADOS EN TURISMO EN SUDAMÉRICA Y ECUADOR	5
TABLA 3. PRINCIPALES APLICACIONES TURÍSTICAS EN GUAYAQUIL Y OTRAS REGIONES	8
TABLA 4. COMPONENTE DEL MODELO SISTEMÁTICO DE ELECCIÓN DEL DESTINO DE MOSCARDO	17
TABLA 5. CARACTERÍSTICAS DEL CONTENIDO DIGITAL EN TURISMO	19
TABLA 6. ELEMENOS DEL MODELO DMC	21
TABLA 7. OBJETIVOS ESTÉTICOS DEL FRAMEWORK MDA APLICADOS A EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	21
TABLA 8. ELEMENTOS DEL MODELO SOR	22
TABLA 9. CARACTERÍSTICAS SOBRE ECONOMÍA SOSTENIBLE	24
TABLA 10. BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA SOSTENIBLE	26
TABLA 11. COMPONENTES DEL TURISMO CULTURAL Y SOSTENIBLES APLICADOS A GUAYAQUIL SEGÚN LA LITERATURA	29
TABLA 12. INGRESO DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES A LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	34
TABLA 13. DIMENSIONES Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
TABLA 14. PLANIFICACIÓN DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	42
TABLA 15. FICHA DE OBSERVACIÓN - MALECÓN 2000	44
TABLA 16. FICHA DE OBSERVACIÓN - BARRIOS LAS PEÑAS.....	46
TABLA 17. FICHA DE OBSERVACIÓN - AEROPUERTO JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO.....	48
TABLA 18. INFORMACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN 1 CORRESPONDIENTE A DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS ENCUESTADOS	78
TABLA 19. ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y ESTABLECIMIENTOS POR SECTOR DEL RECORRIDO CULTURAL	92
TABLA 20. TIEMPOS ESTIMADOS DE RECORRIDO POR SECTOR TURÍSTICO	93

Índice de Figuras

<i>FIGURA 1 MODELO DE SISTEMA LEIPER.....</i>	<i>15</i>
<i>FIGURA 2 MODELO HISTÓRICO INSKEEP.....</i>	<i>16</i>
<i>FIGURA 3 MODELO DEL SISTEMA DE MOSCARDO.....</i>	<i>17</i>
<i>FIGURA 4 COMPONENTES QUE ARTICULAN A GUAYAQUIL COMO DESTINO CULTURAL Y SOSTENIBLE</i>	<i>28</i>

Índice de Gráfico

GRÁFICO 1 GÉNERO DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	55
GRÁFICO 2 RANGO DE EDAD DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	56
GRÁFICO 3 NIVEL EDUCATIVO DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	57
GRÁFICO 4 PAÍS DE RESIDENCIA DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	57
GRÁFICO 5 CIUDAD Y PROVINCIA DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	58
GRÁFICO 6 FRECUENCIA DE VISITA.....	59
GRÁFICO 7 MOTIVO DE VISITA DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	60
GRÁFICO 8 FRECUENCIA DE VISITA.....	61
GRÁFICO 9 MANERA EN QUE REALIZÓ VISITA AL ATRACTIVO.....	62
GRÁFICO 10 FAMILIARIDAD CON USO DE APLICATIVOS RELACIONADOS CON ACTIVIDADES TURÍSTICAS	63
GRÁFICO 11 APLICATIVO DE SERVICIO TURÍSTICA UTILIZAN LOS VISITANTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	64
GRÁFICO 12 CONOCIMIENTO DE APLICACIONES DE TURISMO	65
GRÁFICO 13 UTILIDAD DE LAS APLICACIONES MÓVILES PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	66
GRÁFICO 14 PREFERENCIA EN LA NAVEGACIÓN DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	67
GRÁFICO 15 NIVEL DE CONFIANZA EN APLICACIONES MÓVILES PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS	68
GRÁFICO 16 DIFICULTADES EXPERIMENTADAS POR TURISTAS AL UTILIZAR APLICACIONES MÓVILES PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS POR TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	70
GRÁFICO 17 DISPOSICIÓN A DESCARGAR APLICACIONES MÓVILES RELACIONADAS AL TURISMO	71
GRÁFICO 18 PREFERENCIA EN ACTIVIDADES CULTURALES POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	72
GRÁFICO 19 NIVEL DE SATISFACCIÓN CON EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	74
GRÁFICO 20 TIPO DE INFORMACIÓN QUE LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN GUAYAQUIL.....	75
GRÁFICO 21 FRECUENCIA DE VISITA	104

Índice de Apéndices

<i>ILUSTRACIÓN 1 BARRIO LAS PEÑAS</i>	86
<i>ILUSTRACIÓN 2 PUERTO SANTA ANA</i>	87
<i>ILUSTRACIÓN 3 MALECÓN 2000</i>	87
<i>ILUSTRACIÓN 4 CALLE PANAMÁ</i>	88
<i>ILUSTRACIÓN 5 MAPA CONCEPTUAL DEL RECORRIDO CULTURAL URBANO PROPUESTO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.</i>	91

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil orientada a la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil. La investigación parte de la identificación de problemáticas relacionadas con la dispersión de la información turística, la ausencia de rutas culturales estructuradas y la limitada centralización de contenidos digitales confiables para los visitantes.

La metodología aplicada combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, incluyendo observación directa, encuestas a turistas y entrevistas a actores vinculados al sector turístico, lo que permitió analizar la oferta y la demanda turística desde una perspectiva integral. Los resultados evidencian que los visitantes presentan un alto nivel de aceptación tecnológica y reconocen el valor de las aplicaciones móviles como herramientas de apoyo durante su experiencia en el destino.

A partir de estos hallazgos, se propone un sistema de contenido turístico digital enfocado en sectores emblemáticos como el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá, integrando rutas culturales, atractivos, establecimientos gastronómicos y recursos visuales. La propuesta no aborda el desarrollo técnico del aplicativo, sino la estructuración del contenido como elemento clave para la promoción turística.

Palabras Clave: Turismo, aplicaciones móviles, contenido turístico digital, destinos turísticos inteligentes, promoción turística digital

Abstract

This degree project aims to develop a content proposal for the design of a mobile application focused on promoting cultural and sustainable tourism of Guayaquil. The research addresses key challenges related to fragmented tourist information, the absence of structured cultural routes, and the limited availability of centralized and reliable digital content for visitors.

A mixed methodological approach was applied, including direct observation, tourist surveys, and interviews with stakeholders linked to the tourism sector. This allowed a comprehensive analysis of tourism supply and demand within the urban context. The results indicate a high level of technological acceptance among visitors, who recognize mobile applications as essential tools for planning, orientation, and enhancing their tourism experience.

Based on these findings, a digital tourism content system is proposed, focusing on emblematic areas such as Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, Malecon 2000, and Calle Panamá. The proposal integrates cultural routes, tourist attractions, gastronomic establishments, and visual resources to support visitor navigation and interpretation. This study does not address the technical development of the application, but emphasizes the strategic role of content structuring in tourism promotion.

Keywords: Tourism, mobile applications, digital tourism content, smart tourism destinations, digital tourism promotion

Introducción

El turismo se ha consolidado como un sector de gran relevancia económica y social a nivel global, debido a su capacidad para generar empleo, atraer inversión y fomentar el intercambio cultural. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), este sector representa alrededor del 10 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y constituye un motor clave para la recuperación económica y el desarrollo sostenible, especialmente mediante la innovación tecnológica y la digitalización.

Las herramientas digitales han transformado de manera significativa cada etapa de la experiencia turística, desde la inspiración y la planificación hasta la reserva y el disfrute del viaje. En particular, las aplicaciones móviles se han convertido en recursos fundamentales, ya que permiten a los turistas acceder rápidamente a información, interactuar con su entorno y tomar decisiones de manera inmediata durante su recorrido (Buhalis & Amaranggana, 2015; Xiang & Gretzel, 2010).

A nivel internacional, diversos estudios destacan que la incorporación de tecnologías móviles, análisis de datos, geolocalización y experiencias inmersivas contribuye a diversificar la oferta turística y a promover prácticas sostenibles en el sector (Law, Chan & Wang, 2018; OMT, 2023). En el contexto latinoamericano, la digitalización ha cobrado un papel decisivo tras la pandemia de COVID-19, impulsando la reactivación del turismo y la valorización del patrimonio cultural y natural mediante rutas temáticas, emprendimientos locales y estrategias educativas dirigidas a los visitantes (Gutiérrez & Salinas, 2021; Gómez & Rodríguez, 2024).

En este marco, la tabla siguiente sintetiza los principales aportes de las tecnologías móviles al turismo mundial durante el período 2024-2025, mostrando

cómo estas herramientas han influido en la planificación, reserva y vivencia de los desplazamientos turísticos.

Tabla 1. *Aportes del desarrollo móvil al turismo mundial*

Indicador	Descripción	Cifra
Reservas turísticas hechas desde móviles	Incluye hoteles, vuelos y tours	71%
Uso de aplicaciones de geolocalización	Turistas locales e internacionales	84%
Descarga de aplicaciones de viajes y turismo	Crecimiento anual	+23 %
Preferencia por pagos digitales móviles	Viajeros menores de 35 años	68%

Nota: Elaboración propia, adaptado de Statista (2025), UNWTO (2024)

Mastercard Travel Trends (2024) y Data.ai (2025)

En la actualidad, en el mundo existen más de 100,000 aplicaciones móviles vinculadas al turismo las cuales se encuentran disponibles en las principales tiendas digitales como Google Play y App Store, estas abarcan diferentes categorías que incluyen reservas de alojamiento, planificación de itinerarios, transporte, guías interactivas y experiencias culturales (Statista, 2025). Plataformas globales como TripAdvisor, Airbnb, Booking, Expedia, Google Travel o Culture Trip son pioneras en este mercado, mientras que otras más locales e institucionales la complementan.

Entre sus objetivos principales están funciones de geolocalización, realidad aumentada o recorridos temáticos, que dan al turista la facilidad de descubrir un nuevo entorno. Según la OMT, estas herramientas reflejan una transformación profunda de exploración de entornos turísticos, generando una mejora de la demanda turística, y a su vez fomentar un turismo sostenible. La función principal de estas aplicaciones, son

permitir una conexión directa entre destinos, empresas y viajeros, optimizando la accesibilidad, la personalización y la participación activa del turista nómada hacia lo digital. Se puede ver su eficiencia e inmediatez al momento de resolver una duda del explorador, a través de la interacción tecnológica, consolidando al dispositivo móvil como el eje central de la experiencia turística moderna.

En la región sudamericana, la adopción de aplicativos móviles turísticos ha experimentado un avance notable, especialmente en países como Ecuador, Colombia, Perú y Chile, donde la digitalización se ha acelerado tras la pandemia. En Ecuador las políticas sectoriales han incorporado la sostenibilidad y la transformación digital como ejes de la promoción y la gestión del destino, fomentando la articulación con comunidades y actores locales (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). Por su parte, particularmente en Guayaquil destacan herramientas como BuenTrip Travel App, que centraliza reservas de alojamiento, tours y experiencias locales, y Ecuador Travel, aplicación oficial del Ministerio de Turismo que promueve atractivos naturales y culturales del país mediante geolocalización, rutas patrimoniales y fichas de emprendimientos comunitarios.

Asimismo, el uso extendido de Google Maps, TripAdvisor, Booking y Culture Trip se ha consolidado como parte esencial del viaje, desde la planificación hasta la retroalimentación posviaje (Rebecca Adventure Travel, 2023; Not Your Average American, 2023). Estas plataformas son fundamentales tanto para nacionales como extranjeros, ya que integran funciones de localización, reseñas, rutas culturales y experiencias sostenibles dentro de una misma interfaz.

En conjunto, este ecosistema digital fortalece la competitividad de destinos como Guayaquil, al conectar a los viajeros con emprendimientos locales, operadores

y atractivos turísticos mediante soluciones tecnológicas accesibles y sostenibles. A través de aplicaciones móviles especializadas, los turistas pueden acceder a información actualizada, realizar reservas, ubicar servicios cercanos y planificar sus recorridos de manera más eficiente, lo que mejora significativamente su experiencia de viaje.

A continuación, se presenta la tabla 2 en la que se detallan las principales aplicaciones empleadas en el ámbito turístico junto con su principal función, cobertura y el tipo de información que se puede encontrar en cada una de ellas, permite identificar las características diferenciadoras de cada plataforma, así como el alcance de los servicios que ofrecen a los usuarios.

Tabla 2. <i>Aplicativos móviles más utilizados en turismo en Sudamérica y Ecuador</i>			
Aplicación	Función principal	Cobertura	Tipo de uso turístico
TripAdvisor	Reseñas, recomendaciones y reservas	Global / Guayaquil	Información y opinión de viajeros
Booking.com	Reservas de hoteles y alojamiento	Global / Ecuador	Alojamiento y planificación
Google Maps	Geolocalización, rutas y reseñas	Global / Ecuador	Navegación y exploración urbana
BuenTrip Travel App	Reservas, tours y transporte local	Ecuador / Guayaquil	Plataforma integral de viajes
Ecuador Travel App	Promoción de atractivos y rutas culturales	Ecuador / Guayaquil	Turismo cultural y patrimonial
Culture trip	Contenido cultural y recomendación	Global / Regional	Turismo cultural y gastronómico
Moovit	Rutas de transporte público	Ecuador	Logística
<i>Nota: Elaboración propia con base en datos de Statista (2024), OMT (2023), Rebecca Adventure Travel (2023) y Not Your Average American (2023).</i>			

Antecedentes

La centralización de la información turística se soporta en aplicaciones móviles, estas se documentan en Europa desde los inicios de la década de 2010, mediante iniciativas de ciudades y oficinas de turismo que integraron rutas temáticas, mapas y fichas multilingües en aplicaciones para iOS y Android (European Cities Marketing, 2010; Buhalis & Law, 2008). En este período se afianzaron prácticas que en la actualidad son habituales, entre ellas la selección y organización editorial de contenidos, el uso de información geoespacial en capas, la implementación de herramientas de accesibilidad y el análisis del comportamiento de los usuarios para destacar las rutas de mayor interés (OMT, 2022). Asimismo, ciudades como Barcelona y Ámsterdam, en los Países Bajos, avanzaron hacia ecosistemas digitales integrados que concentran en una sola plataforma servicios de transporte, recursos patrimoniales y programación de eventos, posicionándose como modelos de referencia en turismo inteligente. Por otro lado, Estados Unidos incorporó tecnología para el desarrollo de puntos turísticos a través de geolocalización y contenido generado por usuarios (UGC). Además, se consolidó con guías móviles donde las reseñas y fotografías se convirtieron en criterios de decisión (Sigala, 2015). Plataformas como: Foursquare City Guide, TripAdvisor e AI Assistant incorporaron algoritmos de recomendación y chatbots, sentando las bases del turismo colaborativo. Estos avances hicieron posible recopilar y examinar información en tiempo real acerca de la satisfacción y las preferencias de los usuarios, lo cual favoreció el mejoramiento de la experiencia turística (Ramírez & Gómez, 2020).

En Sudamérica, gobiernos locales como Medellín, en Colombia, lanzaron aplicativos oficiales como canales de información y promoción. Un ejemplo de ello es

Medellín Travel, que integra sitios turísticos, rutas y la posibilidad de agendar y reservar destinos de una forma inteligente conjunto con la comunidad local (Medellín.Travel, 2022). A su vez, en Buenos Aires (Argentina) y Santiago de Chile (Chile), se pusieron en marcha módulos de educación ambiental junto con estrategias de gamificación dirigidas al público juvenil (Gómez & Rodríguez, 2024).

En el contexto ecuatoriano, el país cuenta con portales y aplicaciones institucionales con un alcance limitado versus a otros países del continente americano. Por ejemplo, aplicaciones como Ecuador Travel y Quito Turismo App ofrecen información básica sobre los destinos; no obstante, no incorporan funciones interactivas avanzadas ni módulos enfocados en la sostenibilidad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2022). Por otro lado, Guayaquil, principal nodo urbano y turístico del país, reúne un valioso patrimonio histórico y natural, con atractivos como el Malecón 2000, Las Peñas y la Isla Santay.

La siguiente tabla presenta un análisis comparativo de aplicaciones turísticas en Guayaquil y otras ciudades. En el caso de Guayaquil, se incluyen las únicas iniciativas digitales vinculadas al turismo cultural y sostenible. Aunque actualmente algunas de estas no se encuentren activas, se consideran debido a su relevancia para el consumidor en su momento y a su aporte como antecedente en el desarrollo turístico local.

Tabla 3. *Principales aplicaciones turísticas en Guayaquil y otras regiones*

Aplicación	Desarrollador	Propósito principal
Guayaquil es mi Destino	Municipio de Guayaquil	Difusión de atractivos
Mi Muni GYE	Municipio de Guayaquil	Servicios municipales; incluye secciones de cultura y eventos.
Medellín Travel	Alcaldía de Medellín	Guía oficial con rutas, agenda y experiencias.
Quito Turismo App	Empresa Pública Quito	Información y agenda cultural

Nota. Elaboración propia con base en tiendas de aplicaciones y portales oficiales

Las aplicaciones turísticas de 2025 combinan inteligencia artificial (IA), realidad aumentada (RA) y criterios de accesibilidad universal para ofrecer experiencias personalizadas. Según Statista (2025), más del 70 % de los viajeros usa una aplicación de turismo antes o durante el viaje, y un 45 % busca funciones sostenibles, como cálculo de emisiones de carbono o recorridos con bajo impacto ambiental. Estas tendencias constituyen un marco referencial para propuestas locales que buscan conectar cultura, sostenibilidad y educación del visitante.

No obstante, la promoción digital se dispersa entre portales y redes sociales institucionales, sin un canal unificado que articule la oferta. Los proyectos municipales recientes incluyen señalética inteligente y recorridos virtuales, pero sin una integración funcional entre estas iniciativas. Estudios locales evidencian un alto interés por parte de residentes y visitantes en contar con una aplicación móvil que unifique la información turística y facilite la interacción con el destino (Jaramillo & Quiñonez, 2025). En línea con ello, la OMT (2023) recomienda integrar la interactividad y datos para fortalecer la gobernanza turística.

Planteamiento del problema

La ciudad de Guayaquil, en Ecuador, cuenta con una amplia oferta de productos y servicios turísticos que promueven su patrimonio histórico, gastronómico, arquitectónico y cultural, sin embargo, aunque la ciudad ha realizado esfuerzos para fortalecer su promoción digital, estos se mantienen fragmentados y dispersos entre diversas plataformas, sin integrarse en un soporte móvil unificado que centralice la información y facilite la interacción del destino. Actualmente, la información disponible sobre el destino se divide entre portales institucionales y redes, con actualización irregular, escasa interacción y limitada accesibilidad. Esta situación dificulta la planificación del visitante, reduce la visibilidad de experiencias sostenibles y limita la participación de actores locales en la promoción del turismo.

La ausencia de una herramienta móvil en la ciudad de Guayaquil evidencia una brecha tecnológica que restringe la difusión de prácticas sostenibles, el fortalecimiento de la cadena de valor del turismo y el análisis de los flujos de visitantes (OMT, 2022; Gutiérrez & Salinas, 2021). Asimismo, la falta de centralización de la información dificulta la toma de decisiones basadas en datos y reduce la confianza de los usuarios en la información disponible, afectando la competitividad digital del destino.

Los casos analizados, como se muestra en los párrafos anteriores, muestran diferentes grados de desarrollo e integración tecnológica entre las ciudades, lo que permite identificar oportunidades de mejora para el contexto ecuatoriano. Aunque el país ha impulsado proyectos de digitalización turística apoyados por la Corporación

Andina de Fomento (CAF) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la adopción móvil continúa concentrándose en redes sociales.

Pregunta de Investigación:

¿Cómo una propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil puede contribuir a la promoción del turismo cultural y sostenible en Guayaquil?

Justificación

La propuesta se alinea con las directrices de la Organización Mundial del Turismo OMT (2023) para destinos inteligentes al integrar información, accesibilidad y analítica en una plataforma móvil que mejore la experiencia del usuario, al incluir rutas culturales y módulos educativos de sostenibilidad mientras promueven la participación comunitaria y fortalece la economía local.

El diseño explica la aceptación tecnológica a partir de la utilidad percibida, la facilidad de uso, la influencia social y las condiciones facilitadoras (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003), lo que permitirá generar evidencia local y validar métricas de adopción en el contexto del turismo cultural urbano en Guayaquil.

Además, este proyecto no solo busca desarrollar el contenido de una aplicación, sino también ofrecer una herramienta útil tanto para turista nacionales como extranjeros, con el objetivo de promover el turismo cultural y sostenible de la ciudad de Guayaquil. De esta manera se contribuye al cumplimiento de los Objetivos de

Desarrollo Sostenible (ODS) 11 y 12, que se enfocan en ciudades sostenibles y en el consumo responsable (Scheyvens, 1999). La propuesta no pretende introducir una tecnología inédita, sino estructurar una propuesta de contenido mediante una arquitectura informacional, fichas de atractivos, rutas, módulos de sostenibilidad, accesibilidad, retroalimentación, priorizando la coherencia, la factibilidad y la pertinencia sobre la originalidad.

Finalmente, la propuesta busca aprovechar los recursos existentes, tales como inventarios, agendas, señalética, catálogos municipales y datos abiertos accesibles, con el fin de fortalecer la promoción del turismo de la ciudad de Guayaquil de manera eficiente y sostenible.

Objetivos

Objetivo general

Propuesta de contenido para el diseño de un aplicativo móvil turístico, basada en el estudio de la oferta y la demanda de contenido digital, con el fin de promover el turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Revisar modelos y teorías relacionadas con el turismo móvil para utilizarlos como base metodológica en el diseño de las herramientas de investigación.

2. Analizar el estado actual de los aplicativos móviles de turismo de Guayaquil, así como las necesidades de la demanda, para determinar brechas existentes y los requerimientos de contenido que debe integrar la aplicación móvil.
3. Diseñar una propuesta de contenido turístico para un aplicación móvil, orientada a promover el turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo 1

Marco Teórico y Referencial

El turismo cultural y sostenible se ha consolidado como un pilar estratégico en el desarrollo de ciudades con un alto valor patrimonial. Según Pérez, Mejía y Domínguez (2024), dicho tipo de turismo puede dinamizar la economía local mediante la explotación responsable del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, generando un crecimiento económico que a su vez refuerza la identidad colectiva. Por otra parte, Núñez-Torres, Fuentes-Pérez y Balseca-Clavijo (2025) destacan que el turismo sostenible busca preservar el capital natural y cultural de las comunidades anfitrionas, mientras también genera ingresos locales y promueve un consumo responsable.

Dado este escenario, diversos autores como Stefanov, Varbanova, Stefanova & Tsenkova (2023), han señalado que el fortalecimiento del turismo cultural y sostenible requiere integrar herramientas tecnológicas que faciliten la difusión del patrimonio, mejoren la experiencia del visitante y promuevan prácticas responsables, como un recurso clave para potenciar la interpretación cultural y apoyar estrategias de sostenibilidad en destinos urbanos.

A partir de estas perspectivas, se establece la importancia de la integración tecnológica como medio para mejorar la interpretación del patrimonio, fomentar la participación activa del usuario y fortalecer prácticas responsables dentro de la actividad turística. Diversos investigadores coinciden en que las tecnologías de la información y la comunicación enriquecen la vivencia del visitante mediante materiales interactivos y herramientas inmersivas que facilitan la interpretación y el entendimiento del patrimonio cultural (Buhalis & Amaranggana, 2015; Yovcheva,

Buhalis & Gatzidis, 2012). Asimismo, la tecnología promueve una participación activa a través de sistemas colaborativos, retroalimentación digital y co-creación de experiencias (Sánchez, Torres & Ruiz, 2022). De esta manera, el marco teórico aquí presentado constituye la base conceptual para justificar los elementos informativos, visuales y lúdicos que estructurarán la propuesta final, orientada a promover la identidad cultural y el turismo responsable en la ciudad de Guayaquil, en coherencia con los principios del turismo sostenible y la interpretación responsable del destino (UNWTO, 2013; Scheyvens, 1999).

Sistema turístico

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (1994), un sistema turístico se entiende como el conjunto de componentes que se interrelacionan entre sí y evolucionan de manera dinámica, configurando así la naturaleza y funcionamiento de las actividades turísticas. Este sistema está conformado por los siguientes elementos:

- a) Demanda turística: grupo de bienes y servicios que necesitan los consumidores o clientes.
- b) Oferta turística: servicios, productos y organizaciones involucradas.
- c) Geoespaciales: donde se encuentran (origen y destino).
- d) Operadores del mercado: empresas, organismos y demás personas que intervienen en el sistema para facilitar la interconexión entre orígenes y destinos.

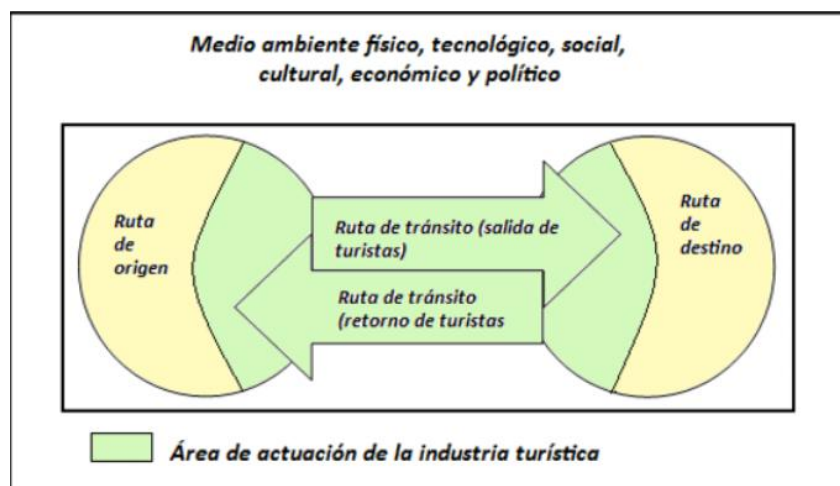
Diversos autores han propuesto modelos conceptuales que permiten comprender con mayor precisión las interacciones entre los componentes que lo integran. Estos modelos buscan explicar cómo se articulan los flujos turísticos, los espacios

involucrados y las relaciones funcionales que permiten el desarrollo de la actividad, entre ellos:

El modelo del sistema turístico de Neil Leiper (1990) el cual constituye uno de los principales referentes teóricos para comprender la estructura del turismo y la interacción entre los agentes que lo componen. Este autor concibe el turismo como un sistema integrado por cinco elementos interdependientes: el turista, la región generadora de turistas, la región de tránsito, la región de destino turístico y el entorno físico, natural, social, cultural y político que influye en todo el proceso.

Figura 1

Modelo de Sistema Leiper



Tomado de (Leiper, 1990)

Desde una perspectiva sistemática, el modelo describe el flujo de los viajeros desde su lugar de origen hacia el destino y su retorno posterior, destacando que cada etapa está construida por factores internos como motivaciones, percepciones, expectativas, y por factores externos como infraestructura, comunicación.

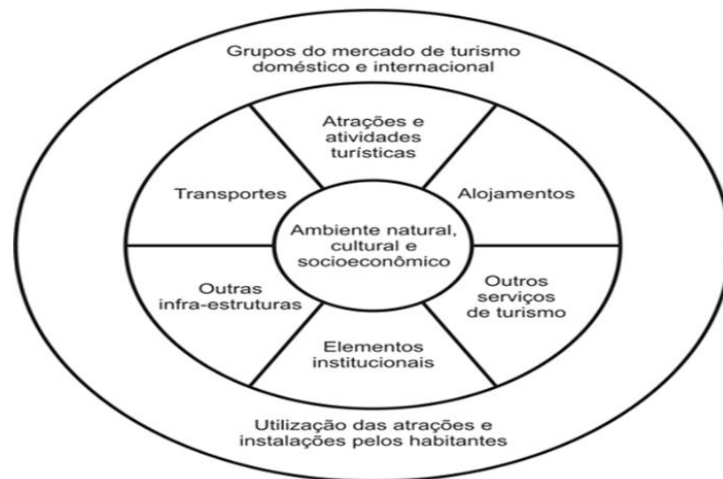
El autor plantea que el turismo no debe entenderse únicamente como una actividad económica, sino como un proceso dinámico y bidireccional cómo se observa

en la Figura 1, el sistema turístico propuesto permite comprender la interacción entre el turista, el entorno y el contenido digital diseñado para su experiencia en el destino.

El modelo Inskeep, E. (2001). analiza el sistema turístico desde tres niveles: el ambiente natural, cultural y socioeconómico, la industria turística con sus organizaciones y la posibilidad de consumo por parte de turistas o residentes.

Además, Inskeep sugiere que la planificación turística debe ser continuada, flexible y acumulativa, con monitoreo permanente y ajustes basados en los cambios del entorno, lo cual permite una gestión más eficiente y adaptada al desarrollo sostenible.

Figura 2
Modelo Histórico Inskeep



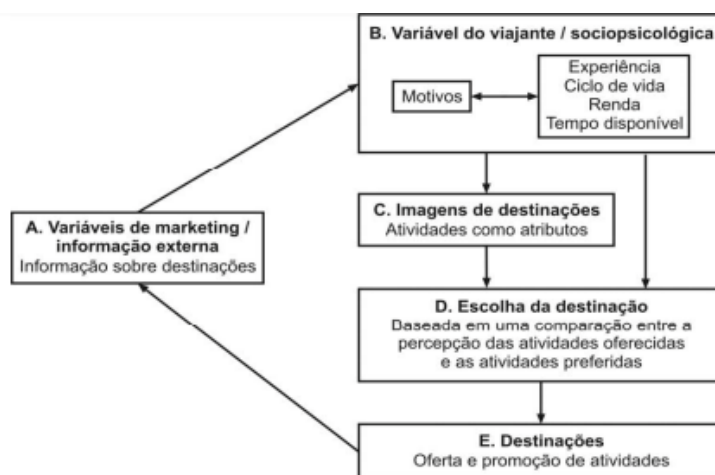
Tomado de (Inskeep, 2001, p.18).

El modelo sistémico de Moscardo, tal como se presenta en Cooper et al. (2001), propone una visión más detallada del sistema turístico, en la que cada componente ocupa una posición específica dentro de una secuencia lógica y se relaciona directamente solo con aquellos elementos que le son pertinentes. Según este modelo,

el turismo se concibe como un proceso circular en el que las interacciones no son simplemente lineales, sino que forman un ciclo dinámico de retroalimentación.

Figura 3

Modelo del Sistema de Moscardo



Nota. Tomado de (Cooper, 2001)

A continuación se presenta una tabla adaptada de elaboración propia, basada en el Modelo Sistemático de Elementos del Destino propuesto por Moscardo, el cual explica el proceso mediante el cual los viajeros selecciona un destino turístico.

Tabla 4. *Componente del Modelo Sistemático de Elección del Destino de Moscardo*

Elemento	Título	Descripción
A	Información externa	Estímulos externos que el viajero recibe: publicidad, ofertas, reseñas en línea, noticias.
B	Variable del Viajante	Contexto personal del viajero como: Experiencia, ciclo de vida (etapa familiar y responsabilidades), renda (capacidad económica), tiempo disponible.
C	Imágenes de Destinaciones	El viajero procesa la información externa (A) a través de sus características personales (B) para crear una "imagen" o percepción mental de un destino.
D	Elección del Destino	Es la fase de decisión. Se produce una comparación racional y emocional entre la percepción de las

		actividades que ofrecen varios destinos (C) y las actividades que el viajero prefiere y puede realizar, basándose en sus motivos y recursos (B).
E	Destinaciones	Una vez elegido, el destino tiene el rol de materializar la Oferta y Promoción de Actividades.
<i>Nota. Elaboración propia adaptación del Modelo Sistemático de Elección del Destino propuesto por Moscardo y presentado en Cooper (2001).</i>		

Contenido digital

El contenido digital se entiende como cualquier información que es creada, procesada, distribuida y consumida en formatos electrónicos mediante dispositivos digitales. De acuerdo con Rowley (2008), el contenido digital comprende “recursos informativos diseñados para ser utilizados en un entorno digital”, los cuales pueden presentar diversas formas como texto, imágenes, audio o video. Por su parte, Chaffey y Ellis-Chadwick (2019) señalan que el contenido digital constituye un elemento clave dentro de las estrategias de comunicación al permitir a las organizaciones interactuar con sus audiencias mediante materiales diseñados específicamente para plataformas en línea.

En el contexto turístico, el contenido digital cumple un papel estratégico en la promoción y difusión de destinos: las plataformas digitales permiten a los prestadores de servicios turísticos dar visibilidad a sus ofertas a través de medios interactivos.

Gamificación

Se define, según Deterding, Dixon, Khaled y Nacke (2011), como “el uso de elementos del diseño de juegos en contextos no lúdicos”. Esta práctica busca aprovechar los principios motivacionales del juego para potenciar el compromiso, la adhesión y la interacción de los usuarios en dichos contextos.

En el contexto turístico, la gamificación emerge como una estrategia clave para aumentar la motivación y el compromiso de los visitantes utilizando elementos de

diseño de juegos con el fin de incentivar comportamientos y aprendizajes. Por ejemplo, un estudio sistemático sobre patrimonio cultural señala que la gamificación en contenidos digitales fortaleció la interpretación ambiental del destino, contribuyendo a una experiencia más “lúdica” y educativa, lo que a su vez mejoró la percepción de valor del lugar por parte del turista (Polo-Peña, Fernández-Ruano & Frías-Jamilena, 2024).

Según Gretzel (2020) el valor del contenido no radica únicamente en la información que transmite, sino en su capacidad para generar experiencias significativas que influyan en la visita del usuario en el destino. La autora sostiene que el contenido se transforma mediante procesos tecnológicos, sociales y algorítmicos que determinan su forma, circulación y función dentro del ecosistema digital turístico. Además, identifica una serie de características esenciales que permiten comprender la complejidad del contenido contemporáneo y su rol en la experiencia del viajero.

La Tabla 5, descrita a continuación, presenta las principales características del contenido digital aplicado al ámbito del turismo, con el propósito de sintetizar los elementos clave que definen su estructura y funcionalidad en los entornos digitales actuales. Esta tabla es de elaboración propia, construida a partir de los planteamientos de Gretzel (2020), quien destaca la importancia de la multimodalidad, la interactividad, la personalización y la ubicuidad como componentes esenciales del contenido turístico digital.

Tabla 5. <i>Características del contenido digital en turismo</i>	
Componentes	Descripción
1. Multimodalidad	Diversos formatos: Textos, descripciones, imágenes, videos, datos geoespaciales

2. Interactividad	Contenido en movimiento, permite retroalimentación (comentarios de los usuarios).
3. Personalización	Idioma, modo de uso, accesibilidad, notificaciones.
4. Ubicuidad	Disponible en cualquier lugar y momento, integrándose en la cotidianidad del usuario.
<i>Nota: Elaboración propia a partir de Gretzel (2020)</i>	

El Framework MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics) es uno de los modelos fundamentales para el análisis y diseño de experiencias interactivas. Fue propuesto por Hunicke, LeBlanc y Zubek (2004) con el propósito de estructurar la relación entre los elementos formales del diseño y las respuestas que generan en los usuarios.

El modelo establece una distinción entre las mecánicas, entendidas como las reglas y sistemas básicos; las dinámicas, que corresponden a los comportamientos que emergen cuando el usuario interactúa con dichas mecánicas; y las estéticas, que representan las respuestas emocionales y motivacionales generadas por la experiencia.

Estos conceptos fueron adaptados por Werbach & Hunter (2012), en su libro *For the Win*, donde establecen su propia interpretación para aplicarla a la gamificación, enfocándose en el uso intencional de mecánicas, dinámicas y estéticas para influir en el comportamiento, la motivación y el compromiso de los usuarios en contextos no lúdicos. En su propuesta, el modelo se transforma en una herramienta tanto analítica como operativa, permitiendo identificar los elementos gamificados presentes en una experiencia.

Tabla 6. *Elementos del modelo DMC*

Categoría	Descripción
D - Dinámica	Restricciones, emociones, narrativa, progresión, relaciones sociales.
M – Mecánicas	Desafíos, retroalimentación, recompensas.
C - Componentes	Logros, avatares, insignias, desbloqueo de contenido, niveles, puntos, misiones.
<i>Nota. Elaboración propia a partir de Werbach & Hunter (2012)</i>	

Además, Hunicke, LeBlanc & Zubek (2004) proponen un proceso de diseño gamificado de seis pasos que permite estructurar de manera ordenada la creación de experiencias significativas para usuarios. Esta información parte de los objetivos que se desean alcanzar y del perfil del público, no se trata solamente de incorporar recompensas o elementos lúdicos, sino de diseñar una experiencia coherente en la que cada elemento tenga una intención clara.

Tabla 7. *Objetivos estéticos del Framework MDA aplicados a experiencias turísticas*

Objetivo estético	Descripción
Sensación	Generación estímulos sensoriales, contenido con impacto visual y auditivo.
Fantasía	Recreación narrativa del patrimonio, elementos que permitan imaginar otras épocas o contextos.
Narrativa	Inclusión de historias estructuradas Contenidos con coherencia
Desafío	Minijuegos, misiones, rutas, incentivos

Descubrimiento	Contenidos claves que revelen información poco conocida del destino, interacciones
Expresión	Participación del usuario, herramientas para colocar comentarios, interacciones como fotos, videos.
<i>Nota. Elaboración propia a partir de Hunicke, LeBlanc & Zubek (2004)</i>	

El modelo Estímulo-Organismo-Respuesta (SOR) explica cómo los estímulos del entorno generan respuestas emocionales y conductuales en los individuos. Propuesto por Mehrabian y Russell (1974), este modelo amplía el paradigma conductual clásico al incorporar al *organismo* como un mediador entre los estímulos externos y la conducta final. En su formulación original, los autores sostienen que los estímulos ambientales influyen en los estados internos del individuo, particularmente en los niveles de placer, activación y dominancia, y que estos estados psicológicos determinan conductas de acercamiento o evitación. El modelo permite identificar con claridad los elementos que conforman cada una de sus tres dimensiones y su función dentro del proceso estímulo–reacción.

En el ámbito del comportamiento del consumidor, el modelo SOR ha sido ampliamente utilizado para analizar cómo las características del entorno, ya sean físicas, digitales o simbólicas, influyen en la experiencia del usuario. Esta capacidad de explicar la influencia del ambiente sobre las respuestas psicológicas y conductuales ha convertido al modelo SOR en un marco teórico fundamental para estudiar experiencias mediadas por tecnología, incluida la navegación en plataformas digitales y aplicaciones turísticas.

Tabla 8. *Elementos del Modelo SOR*

Elemento	Descripción	Ejemplo
----------	-------------	---------

S – Estímulo	Son los factores externos que afectan al individuo.	Diseño visual Recompensas Misiones
O – Organismo	Procesos internos y cognitivos y emocionales que median entre estímulo y conducta.	Motivación Emociones Percepción del desafío Sentido de competencia
R – Respuesta	Conducta observable del individuo como resulta del estímulo y los estados internos.	Participación Uso continuo Recomendación

Nota. Elaboración propia a partir Mehrabian & Russell (1974)

Sostenibilidad

La sostenibilidad alude a la posibilidad de cubrir las necesidades actuales sin poner en riesgo los recursos ni las oportunidades de las futuras generaciones. Este concepto fue formalizado en el informe “Our Common Future” de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (WCED, 1987), donde se establece que el desarrollo sostenible requiere integrar equilibradamente los aspectos ambientales, sociales y económicos. De acuerdo con Sachs (1999), la sostenibilidad implica preservar los sistemas naturales, asegurar la equidad social y promover un crecimiento económico compatible con los límites ecológicos.

Aplicada al ámbito turístico, la sostenibilidad busca garantizar que las actividades turísticas se desarrollen de manera responsable, minimizando impactos negativos y generando beneficios para las comunidades anfitrionas. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2015) define el turismo sostenible como aquel que considera plenamente sus efectos ambientales, socioculturales y económicos, promoviendo la conservación de los recursos naturales, el respeto por la cultura local

y la distribución equitativa de los beneficios. Bramwell y Lane (2011) destacan que este enfoque orienta la planificación y gestión de destinos hacia prácticas que preserven su calidad a largo plazo, asegurando su viabilidad y competitividad futura. Además, la sostenibilidad se convierte así en un principio fundamental para garantizar experiencias de valor que no deterioren los ecosistemas ni las dinámicas sociales del destino.

En este marco surge la economía sostenible, según Pearce, Barbier y Markandya (2000), se enfatiza la preservación del capital natural, de modo que los recursos no se agoten y las generaciones futuras puedan mantener niveles similares de bienestar. Los autores mencionan que la economía sostenible incorpora características que permiten comprender cómo se articula un modelo económico capaz de equilibrar el crecimiento, la equidad social y la protección ambiental.

Tabla 9. *Características sobre economía sostenible*

Característica	Descripción
Capital natural no decreciente	Mantener stock de recursos
Sustitución limitada	No todos los recursos naturales pueden ser reemplazados
Internalización de costos ambientales	Costos ecológicos deben incorporarse en las decisiones ecológicas
Preservación del bienestar futuro	Asegurar la equidad Mantener el capital natural
Toma de decisiones	Políticas y proyectos consideran costes ecológicos y sociales, no solamente económicos
<i>Nota. Adaptación basada en los conceptos desarrollados por Pearce, Barbier y Markandya en su obra Sustainable Development: Economics and Environment in the Third World (2000)</i>	

La economía sostenible se concibe como un modelo que integra simultáneamente el bienestar económico, la equidad social y la conservación ambiental. Según Pearce y Turner (1990), uno de los principales beneficios de este enfoque es que promueve la preservación del capital natural, garantizando que los recursos sean utilizados sin comprometer su disponibilidad futura. Asimismo, Daly (1996) sostiene que una economía sostenible impulsa la estabilidad social al fortalecer la participación comunitaria y reducir las desigualdades generadas por modelos tradicionales de producción.

Por su parte, Jacobs (2013) destaca que este modelo económico incrementa la resiliencia local, al fomentar actividades económicas responsables que generan empleo, distribuyen ingresos de manera equitativa y apoyan la regeneración de ecosistemas.

De acuerdo con Harris (2020), la economía sostenible también mejora la calidad de vida al promover sistemas productivos que integran innovación, eficiencia en el uso de recursos y responsabilidad ambiental. En conjunto, estos beneficios permiten que sectores como el turismo generen impactos positivos duraderos mediante prácticas que equilibran crecimiento económico, bienestar social y conservación del entorno.

La Tabla 10 se elaboró con el propósito de sintetizar la información más relevante sobre los beneficios de la economía sostenible, organizando de manera estructura los principales aportes teóricos y conceptuales. Esta sistematización permite integrar enfoques económicos, sociales y ambientales, destacando los principales aportes conceptuales que sustentan la importancia de un modelo de desarrollo sostenible, donde el uso responsable de los recursos y la participación comunitaria resultan determinantes para garantizar beneficios a largo plazo. Además la

información sintetizada busca evidenciar que la economía sostenible resulta clave para orientar la toma de decisiones y fomentar las políticas que consoliden un desarrollo más inclusivo, competitivo y sostenible en el tiempo.

Tabla 10. *Beneficios de la economía sostenible*

Beneficios	Descripción
Conservación del capital natural	Pearce y Turner (1990): Promueve el uso responsable de los recursos naturales, manteniendo su disponibilidad para las futuras generaciones.
Reducción de desigualdad y fortalecimiento social	Daly (1996): Fomentan la equidad social, mediante una distribución más justa de los beneficios económicos.
Resiliencia económica y generación de empleo responsable	Jacobs (2013): Incrementa la resiliencia de los territorios, impulsando actividades económicas diversificadas que generan empleo digno y estable.
Mejora de la calidad de vida.	Harris (2020): Contribuye a mejorar la calidad de vida al propiciar sistemas eficientes, innovadores y ambientalmente responsables.
Protección ambiental y regeneración de ecosistemas	Costanza et al. (2014): Apoyan la regeneración de ecosistemas mediante estrategias de conservación y restauración.
<i>Nota. Elaboración propia a partir de Pearce & Turner (1990), Daly (1996), Jacobs (2013), Harris (2020) y Costanza et al. (2014).</i>	

Marco referencial

Experiencia turística mediante herramientas de multimedia, rutas georreferenciadas Guayaquil posee un amplio potencial para el desarrollo del turismo cultural y sostenible debido a su diversidad patrimonial, histórica y ambiental,

características que, según Carrión (2019), posicionan a las ciudades latinoamericanas con similar estructura como escenarios claves para la consolidación de estrategias turísticas orientadas al desarrollo cultural. En esta línea, la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (2021) sostiene que los centros urbanos con corredores patrimoniales consolidados como el Malecón 2000, Las Peñas, el Museo Municipal o el Parque Histórico reúnen condiciones favorables para articular propuestas de interpretación cultural y valoración del entorno natural. Asimismo, investigaciones de Pérez y Molina (2022) destacan que espacios como el Jardín Botánico, el Bosque Protector Cerro Blanco y el Malecón del Salado representan recursos ambientales estratégicos para el fortalecimiento del turismo sostenible en ciudades tropicales, al permitir la integración de conservación ecológica y uso turístico responsable.

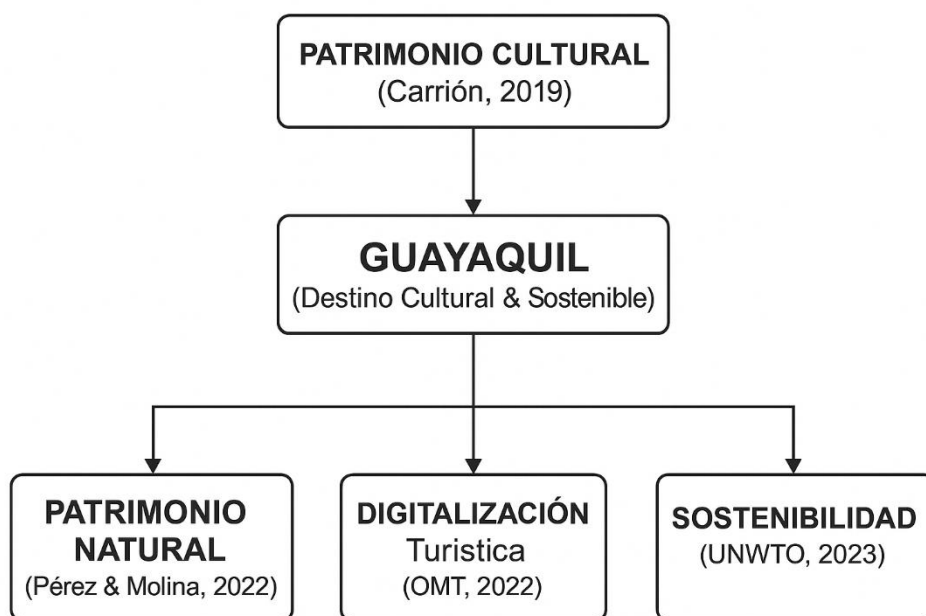
De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador (2023), Guayaquil se consolida como un nodo estratégico de conectividad y desarrollo gracias a su infraestructura urbana, su oferta cultural en expansión y su dinamismo económico. No obstante, diversos estudios señalan que la difusión y articulación de sus atractivos culturales continúa siendo limitada por la falta de plataformas digitales integrales que centralicen información y orienten la experiencia del visitante (Sánchez & Ramírez, 2021; OMT, 2022). En estos casos, la incorporación de herramientas tecnológicas cumple un rol fundamental, ya que permite mejorar los procesos de comunicación turística, facilitar la interpretación del patrimonio y promover prácticas de visita sostenibles, como lo plantea la literatura sobre destinos inteligentes (Buhalis & Amarangana, 2015). En este contexto, los Puntos de Interés (POI) se conciben como unidades de experiencia capaces de integrar información histórica, recursos multimedia, rutas georreferenciadas y elementos de gamificación, facilitando la

interacción entre visitante y destino. Estudios de Yovcheva, Buhalis y Gatzidis (2012) y Tom Dieck y Jung (2017) señalan que las aplicaciones móviles basadas en interpretación digital del patrimonio generan mayor participación del usuario y potencian la apropiación cultural de los espacios visitados.

Además, según Yovcheva, Buhalis y Gatzidis (2012), el uso de tecnologías móviles y la interpretación digital permiten integrar distintos componentes de la y mecanismos interactivos. En este sentido, el diseño de una aplicación móvil orientada a la promoción del turismo cultural y sostenible en un destino turístico permite articular cinco elementos fundamentales patrimonio cultural, patrimonio natural, digitalización turística, puntos de interés (POI) y gestión sostenible del destino tal como se evidencia en la figura 4 y la tabla 8 correspondientes. Estos elementos fortalecen la experiencia del visitante, promueven la interacción con los residentes y facilitan una gestión más inclusiva del patrimonio urbano.

Figura 4

Componentes que articulan a Guayaquil como destino cultural y sostenible



Nota. Diagrama elaborado con base en los aportes de Carrión (2019), Pérez y Molina (2022), OMT (2022) y UNWTO (2023) sobre turismo cultural, natural, digitalización y sostenibilidad en destinos urbanos.

Como menciona (UNWTO, 2023; Fernández & López, 2023), la literatura evidencia que la digitalización turística contribuye a la puesta en valor de los atractivos locales, fomenta la corresponsabilidad en la conservación del entorno y promueve un modelo de turismo innovador, participativo y alineado con los principios del desarrollo sostenible. Según UNWTO (2023), estos fundamentos respaldan la pertinencia de implementar una herramienta móvil que integre los recursos culturales y naturales de un destino, optimizando su interpretación y fortaleciendo la gestión responsable del turismo.

Tabla 11. *Componentes del turismo cultural y sostenibles aplicados a Guayaquil según la literatura*

Componente	Descripción	Aplicado a Guayaquil
Patrimonio cultural según Carrión, 2019	El patrimonio urbano-arquitectónico impulsa el turismo cultural	Las Peñas, Malecón 2000, Museo Municipal, Barrio Urdaneta.
Patrimonio natural según Pérez & Molina, 2022	Los ecosistemas urbanos integran conservación y visita responsable	Cerro Blanco, Jardín Botánico, Malecón del Salado.
Digitalización turística según Buhalis & Amaranggana, 2022	Facilita información y accesibilidad	Apps, códigos QR, rutas georreferenciadas, recorridos interactivos.
POI como unidades de experiencia según Yovcheva et al., 2012	Integra información, gamificación y participación.	Cerro Santa Ana, parques y museos.
Gestión sostenible del destino según UNWTO, 2023	Integra beneficios sociales, económicos y ambientales para	Conservación, embellecimiento urbano, integración comunitaria.

garantizar el desarrollo
responsable

***Nota.** Elaboración propia a partir de Carrión (2019), Pérez & Molina (2022), Buhalis & Amaranggana (2015), Yovcheva et al. (2012) y UNWTO (2023)*

Marco Legal

El presente marco legal establece las normas, leyes y lineamientos nacionales e internacionales que enmarcan la creación, gestión y difusión de una aplicación móvil destinada a promover el turismo cultural y sostenible en un destino. Estas disposiciones jurídicas permiten garantizar que la propuesta cumpla con los principios de comunicación responsable, acceso a la información, preservación del patrimonio, sostenibilidad y planificación turística, en concordancia con la legislación vigente del Ecuador.

Constitución de la República del Ecuador

La Constitución del Ecuador (2008) establece principios fundamentales que regulan la comunicación, el acceso a la información, la gestión del patrimonio y la actividad turística. Entre los artículos relevantes se encuentran:

Artículo 16 - Derechos a la comunicación

Reconoce el derecho de todas las personas a:

- Una comunicación libre, intercultural, incluyente y participativa.
- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación (TIC).
- La creación y acceso equitativo a medios y plataformas de comunicación.

Artículo 21 - Patrimonio cultural

Establece que las personas tienen derecho a conservar, acceder y difundir su patrimonio cultural, tanto material como inmaterial.

Artículo 3 numerales 5 y 7 - Deberes del Estado

El Estado deberá proteger el patrimonio natural y cultural, y garantizar el acceso a información pública y tecnológica.

Artículo 83 numeral 6 - Responsabilidad ciudadana

Obliga a todas las personas a respetar y proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Ley Orgánica de Comunicación (LOC)

La Ley Orgánica de Comunicación (2019) regula la producción y difusión de contenidos, incluyendo plataformas digitales.

Artículo 4 - Derecho a la comunicación:

Todas las personas tienen derecho a producir, recibir y difundir información veraz, contextualizada y oportuna.

Artículo 5 - Medios y plataformas digitales:

Incorpora servicios en línea, plataformas digitales, redes y servicios interactivos.

Artículo 17 - Transparencia de información pública:

Las instituciones deben garantizar el acceso a información verificada.

Artículo 18 - Innovación tecnológica:

El Estado debe promover herramientas digitales que fortalezcan procesos comunicacionales.

Ley de Turismo del Ecuador

Artículo 3 - Principios del turismo:

La actividad turística debe desarrollarse bajo criterios de sostenibilidad y conservación del patrimonio.

Artículo 16 - Competencias del MINTUR:

Define planificación, promoción y gestión de información turística.

Artículo 19 - Normas técnicas y calidad:

El MINTUR establece categorías y estándares oficiales para productos turísticos.

Normativa del Ministerio de Turismo (MINTUR)

Incluye:

- Política de Turismo Sostenible (2018)
- Manual de Señalética Turística (2019)
- Modelo de Gestión Turística Territorial

Normativa Municipal y del GAD de Guayaquil

COOTAD - Artículo 55:

Los GAD municipales son responsables del desarrollo turístico, del espacio público y la promoción cultural.

Ordenanzas Municipales:

Regulan la Empresa Pública de Turismo de Guayaquil, rutas patrimoniales y señalética.

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP)

La LOTAIP (2004) establece que las instituciones públicas deben garantizar la disponibilidad de información veraz y actualizada.

Normativa internacional aplicable

Código Ético Mundial para el Turismo (OMT, 1999)

Carta del Turismo Sostenible (1995/2017)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 8, 11 y 12)

Capítulo 2

Marco metodológico

Describe el tipo y enfoque de estudio, las decisiones sobre población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y la forma en que estos se articulan para responder al problema planteado. Diversos autores coinciden en que la metodología no solo detalla procedimientos, sino que debe explicitar la lógica que vincula las decisiones técnicas con los objetivos y las preguntas de investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014; Sampieri, 2018).

Tipo de investigación

La presente investigación se clasifica como descriptiva-exploratoria, ya que permite caracterizar las percepciones, comportamientos y prácticas de turistas y residentes en relación con el turismo cultural en la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con Hernández-Sampieri et al. (2014), los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y perfiles de personas, grupos o fenómenos en un contexto determinado. En este sentido, el carácter descriptivo permite identificar en los visitantes el perfil demográfico, sus hábitos de búsqueda, uso de información turística y cultural, así como su relación con el uso de aplicativos móviles, mientras que el carácter exploratorio resulta pertinente cuando el fenómeno de estudio ha sido poco abordado o presenta información limitada facilitando la identificación de oportunidades, necesidades informativas y criterios relevantes.

2.4.2 Población

Es el conjunto completo de individuos, objetos o eventos que un investigador pretende estudiar y al cual los resultados del estudio se esperan aplicar, compartiendo

características específicas relevantes para la pregunta de investigación (ScienceInsights, 2025).

La población de estudio está conformada por turistas nacionales e internacionales que visitan Guayaquil con fines turísticos, culturales, de negocios o tránsito, así como por residentes de la ciudad que consumen productos y actividades culturales y que podrían beneficiarse del uso de una aplicación móvil de información turístico-cultural y rutas sostenibles.

Según el Instituto de Estadística y Censos, en el año 2024 la ciudad de Guayaquil registró las siguientes llegadas de turistas:

Tabla 12. *Ingreso de turistas nacionales e internacionales a la ciudad de Guayaquil*

Jefaturas de migración	Nacionales	Extranjeros
Guayaquil	703.692 (64.3%)	406.890 (36%)
Total	1.110.582	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) Registro estadístico de Entradas y salidas periodo 2024.

En consecuencia, la población total del estudio está conformada por 1.110.582 turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad de Guayaquil durante el año 2024, sumados a 2.665.392 residentes del cantón Guayaquil, según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022; 2024) por tanto, la población total considerada para la presente investigación asciende a 3.775.974 personas, integrada por residentes, turistas nacionales y turistas extranjeros.

Método muestral

La muestra corresponde a un subconjunto de la población de estudio, seleccionado con el objetivo de representar al universo investigado y permitir la obtención de información de manera viable en función del tiempo y los recursos disponibles con base en lo expuesto por (Hernández-Sampieri et al., 2022).

Según Taherdoost, 2020 el muestreo es el procedimiento mediante el cual se determinan las unidades que integran la muestra, a partir de criterios metodológicos previamente establecidos. Así mismo, señala que el muestreo no probabilístico por conveniencia consiste en seleccionar a los participantes según su accesibilidad, por tanto, dado que no existe un registro exhaustivo de todos los turistas y residentes que utilizan aplicativos móviles en actividades turísticas y culturales en la ciudad, se emplea un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Para el componente cuantitativo se estimó de manera referencial el tamaño de muestra utilizando la fórmula para poblaciones grandes, considerando un nivel de confianza del 95 %, una proporción esperada de 0,5, un error máximo permitido del 5 % y una población total de 3.775.974.

$$N = (Z^2 * p * q) / e^2$$

Donde:

- Z es el valor crítico de la distribución normal estándar para un nivel de confianza del 95% (1,96),
- p es la proporción esperada de la característica de interés (se asume 0,5 para maximizar la muestra),
- q = 1 - p,
- e es el error máximo aceptable (0,05 = 5%).

Al reemplazar los valores obtenemos:

$$n = \frac{3.776.974 \cdot (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}{(3.776.974 - 1) \cdot (0,05)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{3.626.819,4}{9.443,39} = 384,1$$

$$n \approx 384$$

Se determinó que el tamaño de la muestra asciende a 384 personas, valor considerado estadísticamente adecuado para la obtención de información representativa de turistas nacionales, turistas extranjeros y residentes de la ciudad de Guayaquil.

Técnicas de recolección de datos

Siguiendo el enfoque mixto, que integra componentes cualitativos y cuantitativos, se seleccionan 3 herramientas que aportan información relevante para la investigación y el cumplimiento de los objetivos planteados.

A. Observación directa no participante

Es una técnica cualitativa que permite registrar de forma sistemática los comportamientos y dinámicas del entorno sin que el investigador intervenga en las actividades de los sujetos observados (Hernández-Sampieri et al., 2022).

La observación directa no participante posibilita registrar de manera sistemática los comportamientos reales de turistas y residentes en espacios culturales, especialmente en relación con el uso de información turística y recursos digitales. A

través de esta técnica, y durante el proceso se analizaron aspectos como el uso de mapas físicos o digitales, tipo de información buscada (ubicación, horario, reseñas, rutas) y uso de aplicativos móviles de apoyo turístico. La observación se registró en una ficha estructurada elaborada a partir de las dimensiones del cuadro de variables.

B. Entrevista

Según Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio (2022), la entrevista es una técnica cualitativa de recolección de datos que emplea preguntas abiertas para la obtención de información relacionada con percepciones, experiencias y expectativas de los participantes.

En la presente investigación, la entrevista es considerada como una técnica de recolección de datos dentro del enfoque metodológico cualitativo.

Las entrevistas serán aplicadas a turistas y residentes de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo con los criterios establecidos para la selección de la muestra.

C. Encuesta

La encuesta es una técnica cuantitativa que permite recopilar información a través de un cuestionario con preguntas estandarizadas, facilitando la medición de variables.

Su aplicación permite identificar tendencias, patrones de comportamiento y niveles de valoración mediante el uso de escalas y preguntas estandarizadas, facilitando el análisis descriptivo de los resultados.

Para la recolección de datos cuantitativos se utiliza un cuestionario estructurado dirigido a turistas y residentes. El cuestionario fue elaborado considerando los siguientes apartados:

1. Datos demográficos: Edad, género, residencia, nivel educativo, ocupación, tipo de viaje.
2. Uso de herramientas digitales y aplicaciones móviles: Frecuencia de uso, tipos de apps, familiaridad tecnológica, conectividad.
3. Necesidades informativas y de contenido: Acceso a información turística, contenidos deseados, idioma, calidad y actualización de la información.
4. Interés y participación en el turismo cultural: Preferencias culturales, participación en actividades, motivaciones.
5. Percepción del destino cultural: Relevancia de la cultura, valoración de los atractivos, potencial de Guayaquil como destino cultural.
6. Aceptación, utilidad percibida, usabilidad y recomendación de un aplicativo con contenido turístico cultural.

El instrumento de recolección de datos se estructura a partir de diferentes tipos de preguntas, seleccionadas en función de las variables de estudio y los objetivos de la investigación con el propósito de obtener información clara y precisa donde en cada dimensión se utilizará:

- Escala tipo Likert de 1 a 5, donde el extremo inferior representa “nada”, “muy en desacuerdo” o “muy baja importancia”, y el extremo superior expresa “mucho”, “muy de acuerdo” o “muy alta importancia”.

- Respuestas dicotómicas (sí/no) cuando se requiere identificar la presencia o ausencia de un comportamiento (por ejemplo, “¿Usó apps durante la visita?”).
- Selección múltiple, en variables que requieren identificar diferentes tipos de herramientas o contenidos preferido.

Cuadro de dimensiones y variables

Con base en la revisión teórica y en las preguntas propuestas, se construyó un cuadro general de dimensiones y variables

Tabla 13. Dimensiones y variables de la investigación

Dimensión 1.	Variable
Datos demográficos	Edad → rango etario
	Género → masculino / femenino / otro
	País de residencia → nacional / extranjero
	Nivel educativo → primaria / secundaria / superior
	Tipo de turista → turista por ocio / negocios / visita familiar
Dimensión 2. Comportamiento turístico	Frecuencia de visita → número de visitas a Guayaquil
	Tipo de visita → individual / guiada
	Forma de realización de la actividad → auto guiada / con guía / en grupo
	Tenencia de smartphone → disponibilidad de un teléfono inteligente por parte del turista o residente para el uso de aplicaciones móviles.

Dimensión 3. Uso de aplicativos turísticos	Frecuencia de uso de aplicativos turísticos → número de veces que el usuario utiliza aplicaciones móviles relacionadas con actividades turísticas.
	Tipos de aplicaciones → clases de aplicaciones móviles utilizadas por los usuarios (mapas, guías turísticas, transporte, reservas, entre otras).
	Familiaridad tecnológica → nivel de conocimiento y experiencia previa del usuario en el uso de aplicaciones móviles.
	Confianza en aplicaciones → grado de seguridad percibida por el usuario al utilizar aplicaciones móviles para informarse o realizar actividades turísticas.
	Dificultades percibidas → problemas o limitaciones identificadas por el usuario durante el uso de aplicaciones móviles
	Uso actual de aplicativos turísticos → utilización presente de aplicaciones móviles relacionadas con actividades turísticas en la ciudad.
Dimensión 4. Experiencia cultural del destino	Interés cultural → grado de atracción del turista o residente hacia actividades y manifestaciones culturales del destino.
	Actividades culturales preferidas → tipos de actividades culturales que el

Dimensión 5. Valoración del contenido en aplicativos móviles	visitante o residente prefiere realizar en el destino.
	Motivaciones de visita al destino turístico → razones principales que influyen en la visita al destino.
	Satisfacción del destino turístico → nivel de conformidad del usuario respecto a su experiencia general en el destino.
	Utilidad percibida → grado en que el usuario considera que el contenido del aplicativo le resulta útil durante su visita.
	Facilidad de uso → nivel de sencillez en la navegación y uso del aplicativo móvil.
	Intención de descarga → disposición del usuario para descargar un aplicativo turístico móvil.
	Intención de recomendación → disposición del usuario para recomendar el aplicativo de contenido a otras personas.
	Contenidos deseados → tipo de información que los usuarios esperan encontrar en un aplicativo turístico.
	Funcionalidades preferidas → características técnicas que los usuarios consideran más relevantes en un aplicativo móvil.

Preferencias de idioma → idioma en el que el usuario prefiere visualizar el contenido del aplicativo.
Nivel de detalle → grado de profundidad de la información que el usuario espera encontrar en el aplicativo.
Integración con otras plataformas → posibilidad de conexión del aplicativo con redes sociales u otros servicios digitales.

Diseño de la investigación

El levantamiento de información se realizará en la ciudad de Guayaquil, en espacios turísticos y culturales de alta afluencia. La muestra, conformada por 384 encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros, se distribuirá conforme a los lugares, días y horarios de recolección definidos, según lo detallado en la Tabla 2. Esta planificación permitirá alcanzar la representatividad mínima requerida para el análisis descriptivo, así como garantizar la diversidad de percepciones y experiencias de los participantes.

Tabla 14. *Planificación del levantamiento de información*

Lugar	Día	Horario	Tiempo
Malecón 2000	Sábado	16h00 – 18h00	2 horas
Malecón 2000	Domingo	16h00 – 18h00	2 horas
Barrio Las Peñas	Sábado	10h00 – 12h00	2 horas
Aeropuerto José Joaquín de Olmedo	Viernes	09h00 – 11h00	2 hora
Total			8 horas

Capítulo 3

Análisis y discusión

El presente capítulo tiene como objetivo analizar y discutir los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las técnicas de recolección de datos establecidas en la metodología de la investigación: observación directa, entrevistas y encuestas.

Análisis de datos

Análisis de la herramienta observación

Malecón 2000

La primera observación se realizó en el Malecón 2000, los días Domingo 18 y sábado 24 de enero en los horarios de 16h00pm a 18h00pm en el cual se identificó una afluencia diversa de visitantes. Predominaron jóvenes y adultos entre 25 y 55 años, así como grupos familiares que incluían niños y adultos mayores. En cuanto al género, se observó una presencia equilibrada entre hombres y mujeres. Asimismo, se evidenció la presencia tanto de turistas nacionales como extranjeros, estos últimos reconocibles por el uso de idiomas distintos al español. Respecto al nivel educativo no fue posible determinarlo al no ser una variable directamente observable. Se observó que los visitantes acudían con fines de ocio y recreación.

En cuanto al comportamiento turístico, se observó que la mayoría de los visitantes realizaban su recorrido de manera individual, en pareja y hasta grupos familiares. No obstante, también se identificó la presencia de una pareja de turistas extranjeros acompañados por un guía turístico, lo que demuestra que las visitas guiadas están presentes, aunque en menor proporción.

Respecto al uso de aplicativos turísticos, se observó que los visitantes presentan un nivel adecuado de familiaridad tecnológica, evidenciado por el uso frecuente de teléfonos inteligentes para orientación y consulta de información de los atractivos del destino mostrando confianza en su uso, sin embargo, también se identificaron dificultades asociadas a la falta de información cultural clara y centralizada.

En relación con la experiencia cultural del destino, se observó que los visitantes muestran interés principalmente en actividades recreativas y culturales al aire libre como caminatas, toma de fotografías del entorno, apreciación del paisaje urbano y patrimonial. La principal motivación estuvo asociada al ocio y la recreación, evidenciándose un ambiente de disfrute y esparcimiento.

En cuanto a la valoración del contenido en aplicativos móviles relacionados con turismo, se observó que los visitantes consideran útiles las aplicaciones digitales como apoyo para la orientación y planificación. El comportamiento observado sugiere una disposición favorable hacia la descarga y recomendación de aplicaciones que integren información turística confiable, disponibilidad en varios idiomas y funcionalidades que permitan la integración con otras plataformas digitales.

Tabla 15. *Ficha de observación - Malecón 2000*

Sitio observado	Descripción
Lugar	Malecón 2000
Fecha de observación	Domingo 18 y sábado 24 de enero de 2026
Horario observado	16h00 – 18h00
Nivel de afluencia	Alto
Tipo de visitantes	Jóvenes y adultos entre 25 y 55 años, presencia de adultos mayores y grupos familiares
Procedencia	Turistas nacionales y extranjeros
Tipo de visita	Individual, en pareja y grupos familiares; presencia puntual de visita guiada

Actividades observadas	Caminatas, toma de fotografías, observación del paisaje urbano y patrimonial
Dispositivos móviles	Para orientación, fotografías y consulta de información
Uso de aplicaciones	Consulta de mapas digitales y búsqueda de información general
Dificultades observadas	Falta de información cultural clara y centralizada
Observación relevante	Actitud positiva hacia uso de aplicaciones turísticas
<i>Nota. Elaboración propia</i>	

Barrio Las Peñas

La segunda observación se realizó en el Barrios Las Peñas, los días domingo 18 y sábado 24 de enero, en el horario de 10h00am a 12h00pm. En este destino se identificó una afluencia predominante de jóvenes y adultos entre aproximadamente 20 y 55 años, quienes se encontraban principalmente en grupos de amigos, familias y parejas. En cuanto al género se observó una asistencia equilibrada entre hombres y mujeres, asimismo se identificó la presencia de turistas nacionales y extranjeros. Sobre el nivel educativo no fue posible identificarlo, sin embargo, el interés por la arquitectura patrimonial sugiere un nivel educativo medio.

Sobre comportamiento turístico, se observó que la mayoría de los visitantes realizaban su recorrido de manera individual, evidenciando una preferencia por visitas auto guiadas. De manera puntual se identificaron visitantes que seguían explicaciones informales o consultas digitales, lo que refleja la coexistencia de recorridos autónomos y experiencias guiadas no estructuradas.

Respecto al uso de aplicativos móviles, se observó que los visitantes recurrían principalmente a la búsqueda de información en internet para conocer aspectos básicos del destino, sin embargo, no se evidenció el uso de una aplicación específica. Ante la

falta de una herramienta digital integral, los visitantes optaban por consultar a personas cercanas, como otros turistas, residentes o comerciantes del sector.

En cuanto a la experiencia cultural del destino, se observó un marcado interés por actividades culturales vinculadas a la apreciación del patrimonio histórico, arquitectónico y visitas a galerías, mientras que la motivación principal estuvo relacionada con el interés cultural y el ocio. Así mismo se evidenció que los recorridos se concentraban en principales puntos como las escalinatas y miradores, siendo estos espacios que facilitan la toma de fotografías y la contemplación del paisaje urbano.

Tabla 16. *Ficha de observación - Barrios Las Peñas*

Sitio observado	Descripción
Lugar	Barrio las peñas
Fecha de observación	Domingo 18 y sábado 24 de enero de 2026
Horario observado	10h00 – 12h00
Nivel de afluencia	Media
Tipo de visitantes	Jóvenes y adultos entre 20 y 55 años
Procedencia	Turistas nacionales y extranjeros
Tipo de visita	Visitas individuales y auto guiadas
Actividades observadas	Recorridos patrimoniales, apreciación arquitectónica, visitas a galerías
Dispositivos móviles	Búsqueda de información básica y orientación
Uso de aplicaciones	Búsqueda en internet y mapas digitales; no se identifica una app específica del destino

Dificultades observadas	Información histórica no centralizada y escasa señalización interpretativa
Observación relevante	Recurren a terceros (residentes o comerciantes)

Nota. Elaboración propia

Aeropuerto José Joaquín de Olmedo

La tercera observación se realizó en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo el día viernes 23 de enero de 09h00am a 11h00am. Este lugar, si bien no constituye un destino ni atractivo, cumple un rol fundamental como punto de tránsito, llegada y salida de turistas nacionales y extranjeros. Se evidenció la presencia de viajeros de todas las edades entre mujeres y hombres.

En relación con el comportamiento turístico se observaron algunos usuarios que se desplazaban de manera individual, así como grupos acompañados por guías turísticos, especialmente en arribos internacionales.

Respecto al uso de aplicativos turísticos, se evidenció un alto nivel de familiaridad tecnológica reflejado en el uso de teléfonos para consultar itinerarios, realizar reservas de hoteles, solicitar transporte y comunicarse.

En cuanto a la experiencia cultural, se observó que el aeropuerto ofrece información limitada en términos culturales, al tratarse de un espacio funcional orientado al tránsito y la logística de viaje. La motivación principal estuvo relacionada con la llegada, salida o conexión hacia otros destinos, más que con actividades culturales.

Con respecto a la valoración del contenido en aplicativos móviles relacionados con turismo, se observó que los usuarios consideran útiles las aplicaciones para la

gestión del viaje, priorizando aquellas de fácil uso y acceso rápido a información clave. Así mismo se observó que muchos usuarios combinan el uso de aplicaciones oficiales de aerolíneas con plataformas de transporte y alojamiento, demostrando una integración digital en la planificación del desplazamiento.

Un punto importante a resaltar es en el caso de turistas extranjeros, quienes utilizaban aplicativos móviles para la traducción de información, cambio de divisas y comunicación con personal del aeropuerto. Esto evidencia la importancia de soluciones digitales eficientes y claras en espacios de tránsito, así como la oportunidad de incorporar elementos informativos que promuevan el destino incluso desde el punto de llegada o salida de la ciudad.

Tabla 17. *Ficha de observación - Aeropuerto José Joaquín de Olmedo*

Elemento observado	Descripción
Espacio observado	Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo
Fecha de observación	Viernes 23 de enero de 2026
Horario observado	09h00 – 11h00
Nivel de afluencia	Alto
Tipo de visitantes	Viajeros de todas las edades
Procedencia	Turistas nacionales e internacionales
Tipo de visita	Viajes individuales, familiares y grupos con guías
Actividades observadas	Tránsito, espera, coordinación de transporte y gestión de itinerarios
Dispositivos móviles	Uso intensivo para reservas, transporte, comunicación y orientación
Uso de aplicaciones	Aplicaciones de transporte, reservas de alojamiento y mapas
Dificultades observadas	Información cultural limitada, enfocada únicamente en aspectos logísticos
Observación relevante	El aeropuerto funciona como punto clave para la gestión digital del viaje

Nota. Elaboración propia

Los resultados obtenidos a partir de la observación directa no participante evidencian un uso constante de dispositivos móviles por parte de turistas y residentes en los principales espacios turísticos analizados, como el Malecón 2000, el Barrio Las Peñas y el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo. Los visitantes utilizan principalmente sus teléfonos inteligentes para orientación, consulta de información, transporte, reservas y registro de experiencias mediante fotografías.

No obstante, se identificaron limitaciones relacionadas con la escasa información cultural detallada en los espacios físicos, la falta de señalización interpretativa y la ausencia de recursos digitales. Estas carencias obligan a los visitantes a depender de mapas digitales genéricos, redes sociales o consultas directas al personal del destino, lo que dificulta una comprensión más profunda de los atractivos y reduce el aprovechamiento integral de la oferta cultural de la ciudad.

Análisis de la herramienta entrevista

Para realización de las entrevistas nos enfocamos en conocer la perspectiva de los profesionales del turismo con relación al turismo móvil. En este proceso se contactó a personas que laboran en distintos atractivos y establecimientos turísticos de la ciudad de Guayaquil, sin embargo, debido a limitantes de seguridad y protocolos empresariales, únicamente se obtuvo la participación de tres profesionales del sector hotelero.

Entrevista coordinadora de calidad Hotel Oro verde Guayaquil

De acuerdo con la entrevista realizada a la Ingeniera Karla Valencia, coordinadora de calidad del Hotel Oro Verde Guayaquil, realizada el 22 de enero en el Deli Gourmet del hotel nos comentó que el establecimiento recibe principalmente

turistas extranjeros, aunque también se registra la presencia de visitantes nacionales provenientes de otras provincias, quienes llegan por motivos de turismo, negocios o participación de eventos. La presencia de residentes locales es menor y se asocia principalmente con actividades corporativas o sociales. En cuanto al género, se identifica una afluencia equilibrada entre hombres y mujeres entre 25 a 60 años.

En relación con el comportamiento turístico, una parte significativa de los turistas extranjeros visitan Guayaquil por primera vez, mientras que los turistas nacionales tienden a ser recurrentes. En cuanto a la forma de recorrer la ciudad, la mayoría lo hace de manera independiente, apoyándose en las recomendaciones del hotel y el uso de herramientas digitales. No obstante, señaló que los turistas extranjeros muestran mayor preferencia por las visitas guiadas.

Respecto al uso de aplicativos turísticos, destacó que los huéspedes usan con frecuencia aplicaciones para la gestión de reservas, orientación, transporte, búsqueda de restaurantes e información turística. Mencionó que el hotel cuenta con una aplicación propia, “Hoteles Oro Verde”, que facilita información y beneficios para los huéspedes. Sin embargo, señaló que algunos huéspedes manifiestan desconfianza en la información que encuentran en internet debido a que no es clara ni actualizada.

En cuanto a la experiencia cultural del destino, indicó que los turistas extranjeros suelen mostrar mayor interés por conocer la historia, el patrimonio y los espacios culturales de la ciudad, lo que influye en su preferencia por recorridos guiados, además indicó que las motivaciones de visita varían entre turismo, negocios y eventos, aunque el componente cultural adquiere relevancia en los visitantes internacionales.

Finalmente, la Ing. Valencia considera que la inexistencia de una aplicación turística oficial para la ciudad representa una de las principales limitaciones en la

experiencia del visitante, ya que genera consultas frecuentes al personal del hotel. Desde su perspectiva, el desarrollo de un aplicativo turístico sería de gran utilidad, al permitir a centralizar información confiable, facilitar la orientación de los turistas, mejorar la experiencia y fomentar nuestra ciudad como destino turístico.

Entrevista jefa de recepción Hotel Holiday Inn Guayaquil Airport

En la entrevista con la Ingeniera Nicole Cisneros, jefa del departamento de recepción del hotel Holiday Inn Guayaquil realizada el día 23 de enero, nos comentó que el establecimiento recibe turistas nacionales como extranjeros, siendo estos últimos un grupo representativo dentro de la demanda. Los visitantes corresponden principalmente a jóvenes y adultos, con una distribución equilibrada entre hombre y mujeres. La mayoría de los huéspedes llegan a la ciudad por motivos de turismo y negocios, aunque también se registran visitantes que viajan por temas familiares o eventos específicos.

En relación con el comportamiento turístico, señaló que muchos de los turistas extranjeros visitan Guayaquil por primera vez, mientras que los turistas nacionales suelen ser más recurrentes. La mayoría de los visitantes organiza sus recorridos de manera independiente, sin embargo, en turistas extranjeros surge un gran interés en guías turísticos para poder conocer aspectos históricos y culturales de la ciudad.

Sobre el uso de aplicativos turísticos, Nicole indicó que los turistas utilizan con frecuencia aplicativos para la búsqueda de información, reservas y transportación, además considera que estas herramientas se han convertido en un apoyo durante la estadía de los huéspedes, especialmente para quienes no conocen la ciudad, sin embargo, mencionó que muchos turistas no identifican una aplicación oficial que concentre información turística confiable sobre Guayaquil.

En cuanto a la experiencia cultural manifestó que los turistas muestran interés por conocer lugares como Malecón 2000, Barrio Las Peñas, Parque de las iguanas, entre otros, e indican que su mayor motivación es el ocio y la cultura de la ciudad. Nicole cree que la satisfacción del visitante depende de la facilidad para acceder a información clara sobre cada atractivo.

Finalmente considera que el desarrollo de un aplicativo móvil turístico oficial aportaría significativamente a la experiencia del visitante. Desde su perspectiva los turistas valorarían aplicaciones de fácil uso, con contenidos claros, actualizados, disponibles en varios idiomas y con integración a otras plataformas.

Entrevista coordinadora de calidad Hotel Holiday Inn Guayaquil Airport

Desde la perspectiva de la Ingeniera Lissette Caicedo, Coordinadora de calidad del Hotel Holiday Inn Guayaquil Airport, entrevistada el 23 de enero, nos comentó que el establecimiento recibe principalmente turistas extranjeros debido a su ubicación estratégica cercana al aeropuerto, así como turistas nacionales que visitan la ciudad por motivos de negocios o tránsito.

Respecto al comportamiento turístico, señaló que una parte significativa de los huéspedes se encuentran en la ciudad por primera vez ya que hacen tránsito hasta continuar con su viaje, que, según lo conversado con los huéspedes, el destino final casi siempre son las Islas Galápagos. La mayoría de los turistas hacen sus reservas a través de intermediarios o agencias y estas últimas son quienes asisten a los huéspedes con recorridos guiados en Guayaquil con la intención de que puedan conocer también este destino.

En relación con el uso de aplicativos turísticos, manifestó que los huéspedes utilizan aplicativos para consultar mapas, hacer reservaciones en restaurantes, mientras

que en internet buscan información sobre qué lugares pueden visitar y que actividades pueden hacer en nuestra ciudad.

En cuanto a la experiencia cultural, mencionó el interés de los huéspedes en actividades culturales y que esto varía según el motivo del viaje y el tiempo de estadía. Los visitantes con mayor disponibilidad de tiempo suelen averiguar con el departamento de recepción que lugares pueden visitar y como llegar.

La Ing. Caicedo considera que un aplicativo móvil sería de gran ayuda para mejorar la visitante del huésped y también la promoción turística general de la ciudad. Este aplicativo tendría una gran acogida por los turistas ya que podrán estar seguros de acudir a un solo aplicativo para encontrar toda la información necesaria para conocer la ciudad.

A partir de las entrevistas realizadas a profesionales del sector hotelero, se identificó una coincidencia en la percepción sobre el comportamiento del turista actual, caracterizado por un uso constante de herramientas digitales y aplicaciones móviles para la planificación de su estadía, orientación, transporte, reservas y búsqueda de información turística. Los entrevistados señalaron que, tanto turistas nacionales como extranjeros, recurren de manera frecuente a plataformas digitales; no obstante, también manifestaron la inexistencia de una aplicación turística oficial para la ciudad de Guayaquil como una de las principales limitaciones.

De igual manera, se evidenció que la falta de información centralizada, clara y actualizada sobre atractivos culturales, eventos y rutas turísticas genera consultas recurrentes al personal de los establecimientos turísticos, lo que afecta la eficiencia del servicio y la experiencia del visitante. Los profesionales entrevistados coinciden en que una aplicación móvil oficial permitiría mejorar la orientación del turista, reducir

la dependencia de la atención presencial y fortalecer la percepción de Guayaquil como un destino organizado y tecnológicamente actualizado.

En este sentido, los resultados de las entrevistas respaldan la necesidad de desarrollar una aplicación móvil turística con contenido cultural y sostenible, concebida como una herramienta estratégica de apoyo al sector turístico, que contribuya a optimizar la experiencia del visitante y a fortalecer la competitividad del destino

Análisis de la herramienta encuesta

Se realiza la encuesta para conocer las preferencias y comportamiento del turista de la ciudad de Guayaquil referente al turismo móvil. Las encuestas se las realizaron desde el lunes 19 hasta el jueves 23 de enero del 2026 alcanzando una muestra de 384 personas entre turistas nacionales y extranjeros. El instrumento estuvo conformado por 20 preguntas, las cuales fueron clasificadas de acuerdo con las cinco variables establecidas, con el fin de organizar y analizar de manera sistemática la información obtenida.

Dimensión 1: Datos demográficos

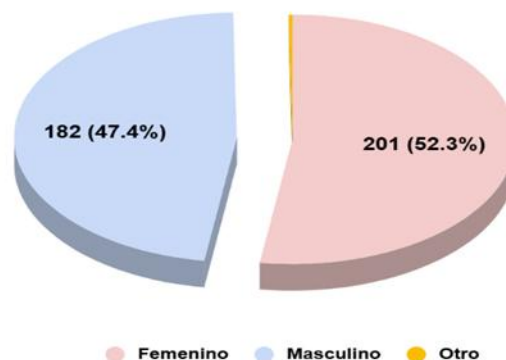
Abarca los datos demográficos del entrevistado lo cual permitió caracterizar el perfil general de los turistas encuestados, considerando aspectos como edad, género, lugar de residencia, nivel educativo y tipo de visitante.

1. Indique su género

Gráfico 1

Género de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil

Indique su género



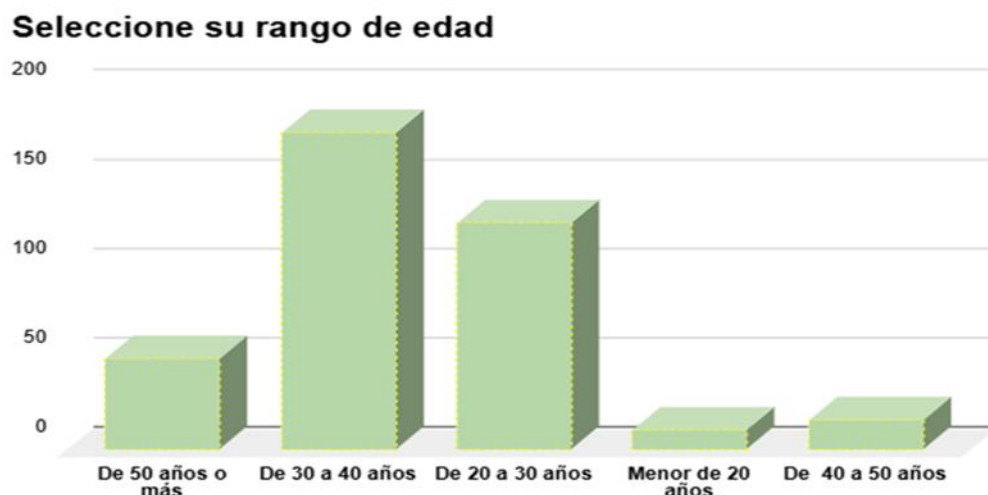
Nota. Elaboración propia.

Los resultados obtenidos en la variable género evidencian una distribución equilibrada entre los encuestados, con una ligera predominancia del género femenino, que representa el 52,3%, frente al 47,4% corresponde al género masculino. Esta distribución refleja una participación diversa de turistas, lo que permite contar con una muestra representativa para el análisis de las demás variables. Asimismo, esta diversidad contribuye a que los resultados obtenidos reflejen distintas perspectivas y necesidades dentro del mercado turístico. Considerar estas diferencias resulta relevante para el diseño de estrategias digitales y promocionales más inclusivas, adaptadas a los distintos perfiles de visitantes que llegan a la ciudad de Guayaquil.

2. Seleccione su rango de edad

Gráfico 2

Rango de edad de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia.

En cuanto al rango de edad, los resultados muestran una mayor participación de personas entre 30 a 40 años, quienes representan el 46,4% de los encuestados, seguidos por el grupo de 20 a 30 años con un 33,1%. En menor proporción se encuentran los participantes de 50 años o más, con un 13,3%, lo que evidencia que la muestra está compuesta principalmente por adultos jóvenes y mediana edad.

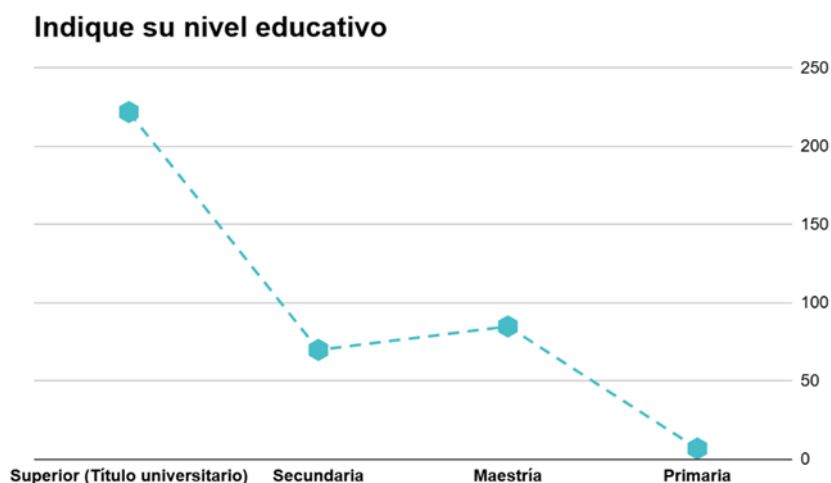
La concentración en estos rangos de edad puede influir directamente en la preferencia por aplicaciones móviles para la organización del itinerario, reservas y búsqueda de información en tiempo real. Asimismo, la menor representación de los grupos extremos de edad sugiere dinámicas de consumo turístico distintas.

En conjunto, estos resultados aportan un marco relevante para interpretar los comportamientos tecnológicos y turísticos analizados en las siguientes dimensiones.

3. Indique su nivel educativo

Gráfico 3

Nivel educativo de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



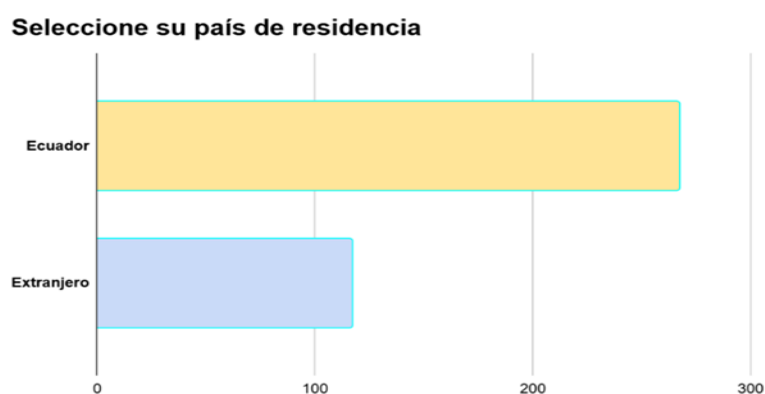
Nota. Elaboración propia.

Respecto al nivel educativo de los encuestados, se observa un predominio de personas con formación superior, ya que el 57,6% cuenta con un título universitario y el 22,4%, posee estudios de maestría. En menor proporción se encuentran quienes tienen educación secundaria, con un 18,2%, lo que refleja un perfil de turistas con un nivel educativo medio y alto.

4. Seleccione su país de residencia

Gráfico 4

País de residencia de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



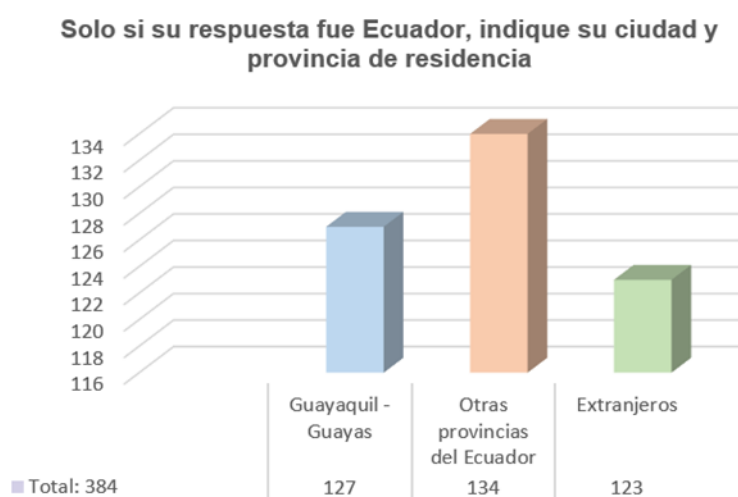
Nota. Elaboración propia

En relación con el país de residencia, los resultados indican que la mayoría de los encuestados corresponden a residentes de Ecuador, representando el 69,5%, mientras que el 30,5% son turistas extranjeros.

5. Solo si su respuesta fue Ecuador, indique su ciudad y provincia de residencia

Gráfico 5

Ciudad y provincia de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que, considerando el total de la muestra de 384 encuestados, la mayor parte corresponde a residentes de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, con un total de 127 participantes, lo que demuestra una alta participación de habitantes locales dentro del estudio. Esta predominancia resulta coherente con el enfoque territorial de la investigación, centrada en la ciudad de Guayaquil y su oferta turística.

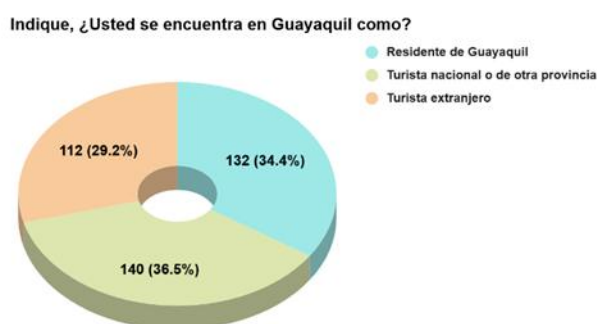
Por otra parte, se registran 134 encuestados provenientes de otras provincias del Ecuador, lo que evidencia la participación de visitantes nacionales procedentes de diversas ciudades y regiones del país, tales como Quito (Pichincha), Cuenca (Azuay), Manta y Portoviejo (Manabí), Loja (Loja), Ambato (Tungurahua), Machala (El Oro),

Babahoyo y Quevedo (Los Ríos), entre otras localidades. La inclusión de esta variable permitió identificar con mayor precisión la procedencia del turismo interno hacia la ciudad de Guayaquil.

Asimismo, se identificó un grupo de 123 encuestados extranjeros, determinado a partir de respuestas en blanco o no especificadas en esta pregunta, lo cual sugiere la participación de visitantes internacionales dentro de la muestra. En este caso, la encuesta se enfocó en reconocer la condición del turista internacional sin profundizar en el país específico de procedencia, ya que el objetivo principal es analizar el comportamiento y las percepciones generales sobre el uso de aplicaciones móviles en el turismo, más que establecer diferencias según el origen internacional del visitante.

6. ¿Usted se encuentra en Guayaquil cómo?

Gráfico 6
Frecuencia de visita



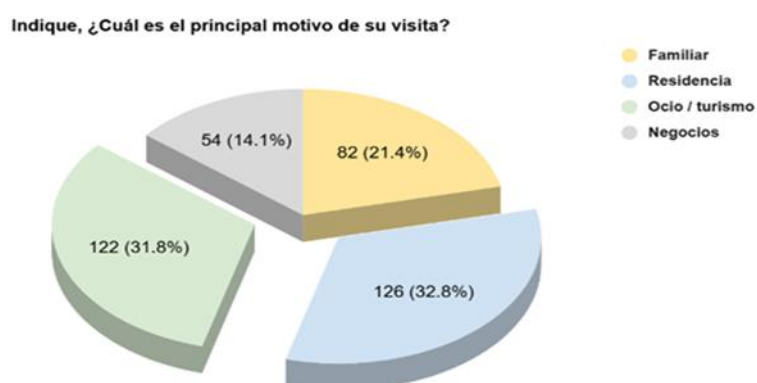
Nota. Elaboración propia

En relación con la condición del encuestado, los resultados evidencian una distribución equilibrada entre los distintos perfiles de visitantes. El 36.2% corresponde a turistas nacionales o provenientes de otra provincia, seguido por el 34,6% de residentes de la ciudad, mientras que el 29,2% corresponde a turistas extranjeros.

7. Indique, ¿Cuál es su principal motivo de visita?

Gráfico 7

Motivo de visita de turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

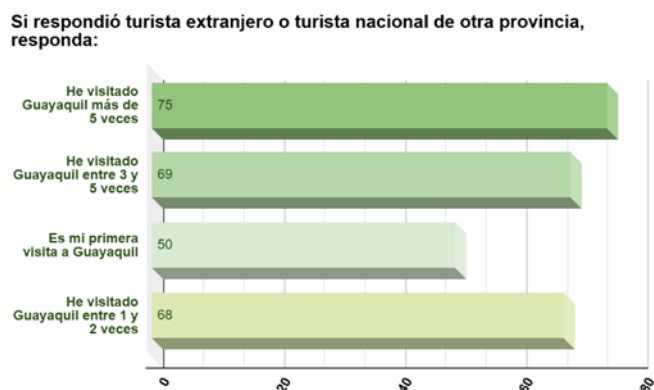
Los resultados evidencian que la ciudad de Guayaquil es un destino visitado por diferentes motivos. El 14.1% de los encuestados indicó que su visita estuvo relacionada con actividades de negocios, el 21.4% por motivos familiares, el 31.5% señaló que llegó a la ciudad con fines turísticos. Por otra parte, el 31.1% corresponde a residentes de Guayaquil, lo que demuestra que, aun siendo habitantes de la ciudad, estos también participan en actividades turísticas locales y visitan los atractivos de su propio entorno.

Dimensión 2: Comportamiento turístico

La segunda dimensión permite analizar características relacionadas con la forma en que los visitantes interactúan con el destino, considerando aspectos como la frecuencia de visita, el tipo de recorrido realizado y el formato de la experiencia turística. Las variables seleccionadas facilitan la comprensión de los patrones de visita y las dinámicas de consumo turístico en la ciudad de Guayaquil.

8. Si respondió turista extranjero o turista nacional de otra provincia, responda.

Gráfico 8
Frecuencia de visita



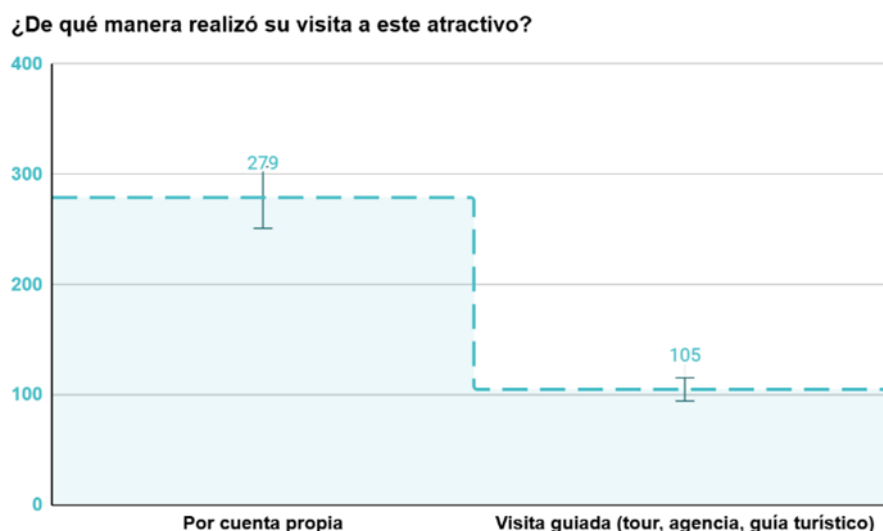
Nota. Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de visita a la ciudad de Guayaquil, los resultados indican que una parte significativa de los encuestados ya ha visitado el destino en varias ocasiones, destacándose el 28,7% que manifestó haber visitado la ciudad más de cinco veces. Asimismo, el 26,4% señaló haber visitado Guayaquil entre tres y cinco veces, mientras que el 26,1% indicó haberlo hecho entre una y dos ocasiones. En menor proporción, el 18,8% de los participantes señaló que esta fue su primera visita, lo que evidencia tanto la presencia de turistas recurrentes como de nuevos visitantes.

9. ¿De qué manera realizó su visita a este atractivo?

Gráfico 9

Manera en que realizó visita al atractivo



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados realizó su visita por cuenta propia, representando el 72,7 % del total de respuestas. Este resultado refleja una tendencia marcada hacia la autogestión de las visitas turísticas, lo que sugiere que los visitantes prefieren organizar su recorrido de manera independiente, apoyándose en información previa, recomendaciones digitales o en su conocimiento del destino.

Por otro lado, el 27,3 % de los encuestados indicó haber realizado su visita mediante una visita guiada, ya sea a través de tours organizados, agencias de viaje o guías turísticos. Aunque este porcentaje es menor, evidencia la existencia de un segmento de visitantes que valora el acompañamiento profesional, la interpretación especializada y la organización estructurada de los recorridos turísticos.

Estos resultados resaltan la importancia de desarrollar herramientas digitales que brinden información clara, accesible y actualizada sobre los atractivos turísticos de la ciudad, permitiendo mejorar la experiencia tanto de los visitantes que realizan

recorridos de manera autónoma como de aquellos que optan por servicios guiados, alineándose con los objetivos de la propuesta de la aplicación móvil.

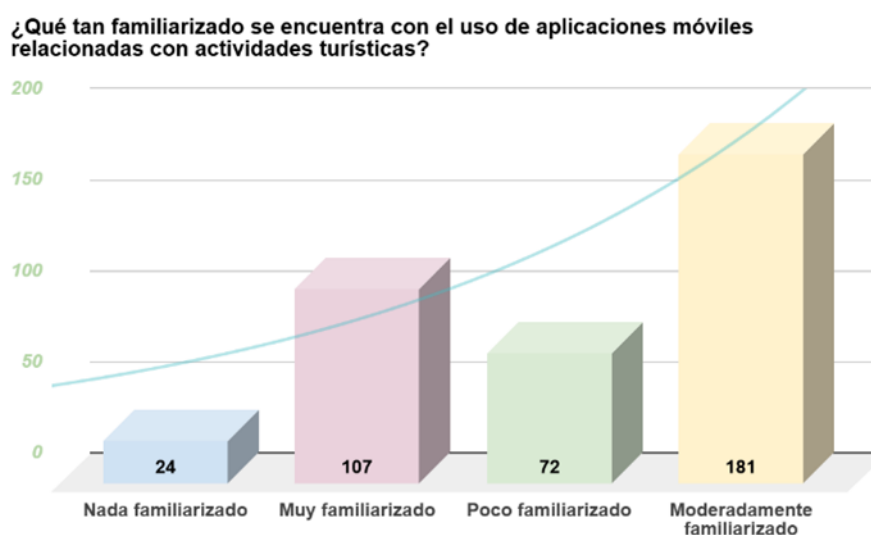
Dimensión 3: Uso de aplicativos turísticos

La dimensión de uso de aplicativos turísticos permite analizar el grado de familiaridad de los visitantes con las herramientas digitales, así como su nivel de conocimiento, confianza y experiencia en el uso de aplicaciones móviles relacionadas con el turismo.

10. ¿Qué tan familiarizado se encuentra con el uso de aplicaciones móviles relacionadas con actividades turísticas?

Gráfico 10

Familiaridad con uso de aplicativos relacionados con actividades turísticas



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados presenta un nivel significativo de familiarización con el uso de aplicaciones móviles vinculadas a actividades turísticas. El 46,9 % manifestó estar moderadamente familiarizado, mientras que el 27,9 % indicó encontrarse muy familiarizado, lo que refleja una amplia aceptación y uso de este tipo de herramientas tecnológicas dentro del contexto turístico.

Por otra parte, el 19 % de los encuestados señaló estar poco familiarizado con el uso de aplicaciones móviles turísticas, y solo el 6,3 % indicó no estar nada familiarizado. Estos porcentajes, aunque menores, evidencian la existencia de un

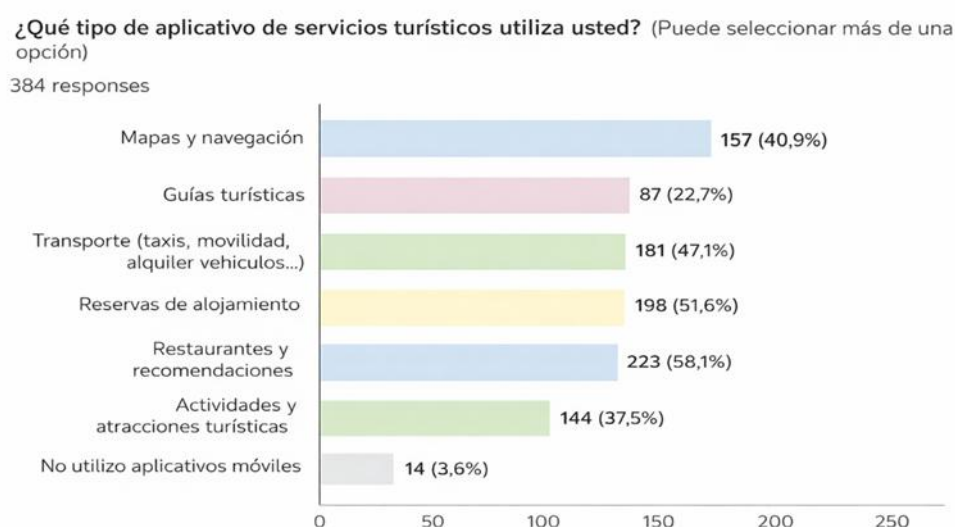
segmento de usuarios que aún presenta barreras en el uso de tecnologías digitales aplicadas al turismo.

En conjunto, los resultados demuestran un escenario favorable para la implementación de una aplicación móvil orientada a la promoción del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil, ya que la mayoría de los encuestados cuenta con un nivel de familiarización que facilitaría su adopción, sin dejar de considerar la importancia de diseñar una interfaz intuitiva y accesible que permita incluir a usuarios con menor experiencia tecnológica

11. ¿Qué tipo de aplicativo de servicios turísticos utiliza usted?

Gráfico 11

Aplicativo de servicio turística utilizan los visitantes de la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que los encuestados utilizan diversos tipos de aplicativos de servicios turísticos, destacándose principalmente aquellos orientados a la búsqueda de restaurantes y recomendaciones, con un 58,1 %, lo que refleja la importancia de este tipo de información al momento de realizar actividades turísticas.

Asimismo, el 51,6 % de los participantes indicó utilizar aplicaciones para reservas de alojamiento, seguido del 47,1 % que emplea aplicativos relacionados con transporte, como taxis, movilidad y alquiler de vehículos. Estos resultados muestran que los usuarios priorizan herramientas que faciliten la planificación logística y la movilidad durante sus desplazamientos turísticos.

Por otra parte, el 40,9 % señaló utilizar aplicaciones de mapas y navegación, mientras que el 37,5 % manifestó emplear aplicativos enfocados en actividades y atracciones turísticas. En menor proporción, el 22,7 % indicó hacer uso de guías turísticas, y únicamente el 3,6 % afirmó no utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas.

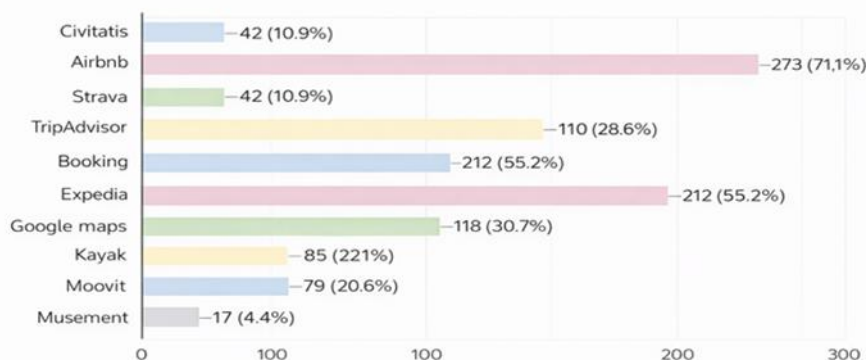
En conjunto, estos resultados evidencian una alta diversidad en el uso de aplicativos turísticos y refuerzan la necesidad de desarrollar una aplicación móvil integral que centralice información sobre gastronomía, alojamiento, transporte, atractivos y actividades turísticas, contribuyendo a mejorar la experiencia del usuario y optimizando la promoción del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil.

12. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones de turismo conoce usted?

Gráfico 12

Conocimiento de aplicaciones de turismo

¿Cuál de las siguientes aplicaciones de turismo conoce usted?
384 respuestas



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que las aplicaciones de turismo con mayor nivel de reconocimiento entre los encuestados son Airbnb, conocida por el 71,1 %, y Google Maps, identificada por el 30,7 %, lo que refleja una alta familiaridad con plataformas ampliamente utilizadas para alojamiento, movilidad y orientación durante los viajes.

Asimismo, el 55,2 % de los participantes manifestó conocer la aplicación Booking, seguida de Expedia, con un 30,7 %, y TripAdvisor, con un 28,6 %, lo que

evidencia el uso frecuente de plataformas orientadas a la planificación, reservas y consulta de opiniones sobre destinos y servicios turísticos.

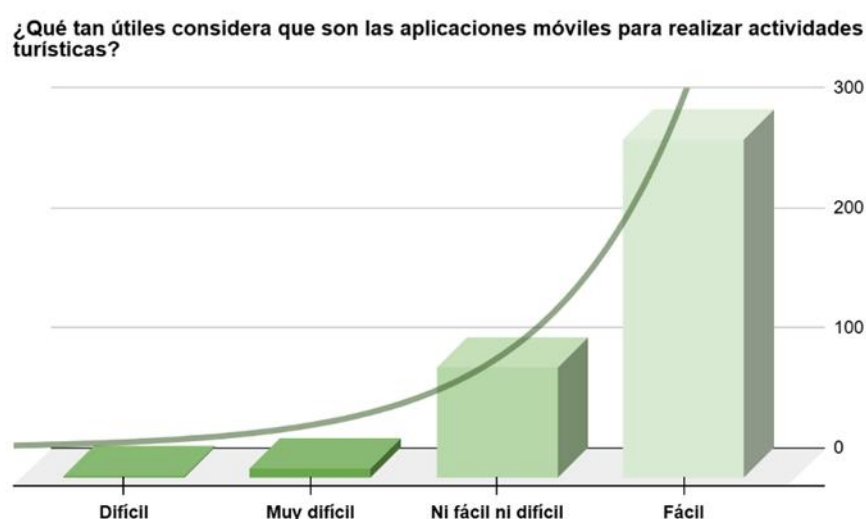
Por otro lado, aplicaciones como Kayak (22,1 %), Moovit (20,6 %), Civitatis (10,9 %) y Strava (10,9 %) presentan un nivel de conocimiento moderado, mientras que Musement registra el menor porcentaje de reconocimiento, con un 4,4 %.

En conjunto, estos resultados demuestran que los usuarios están mayormente familiarizados con aplicaciones globales y multifuncionales, lo que resalta la oportunidad de desarrollar una aplicación móvil especializada en turismo cultural y sostenible para la ciudad de Guayaquil, que integre información local confiable y complemente las funcionalidades de las plataformas ya conocidas por los usuarios.

13. ¿Qué tan útiles considera que son las aplicaciones móviles para realizar actividades turísticas?

Gráfico 13

Utilidad de las aplicaciones móviles para los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que existe una percepción altamente positiva respecto a la utilidad de las aplicaciones móviles para la realización de actividades

turísticas. El 49,7 % de los encuestados considera que estas herramientas son muy útiles, mientras que el 45,8 % las califica como moderadamente útiles, lo que refleja una amplia valoración favorable hacia el uso de tecnología móvil en el ámbito turístico.

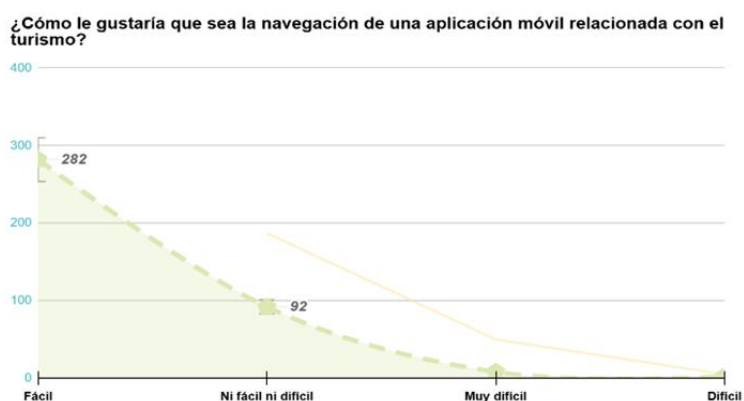
Por otro lado, un porcentaje reducido de los encuestados, correspondiente al 4,5 %, manifestó que las aplicaciones móviles son poco útiles, mientras que no se registran respuestas que indiquen que estas herramientas sean consideradas nada útiles. Esto evidencia que la gran mayoría de los participantes reconoce el aporte de las aplicaciones móviles como apoyo para la planificación, información y desarrollo de actividades turísticas.

En conjunto, estos resultados refuerzan la pertinencia de implementar una aplicación móvil orientada a la promoción del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil, ya que existe una alta aceptación y reconocimiento del valor que estas herramientas digitales aportan a la experiencia turística, facilitando el acceso a información y mejorando la interacción del visitante con el destino.

14. ¿Cómo le gustaría que sea la navegación de una aplicación móvil relacionada con el turismo?

Gráfico 14

Preferencia en la navegación de una aplicación móvil para los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que existe una clara preferencia por una navegación fácil dentro de las aplicaciones móviles relacionadas con el turismo. El 73,4 % de los encuestados manifestó que le gustaría que la navegación sea fácil, lo que demuestra la importancia de contar con interfaces intuitivas, simples y de rápida comprensión para los usuarios.

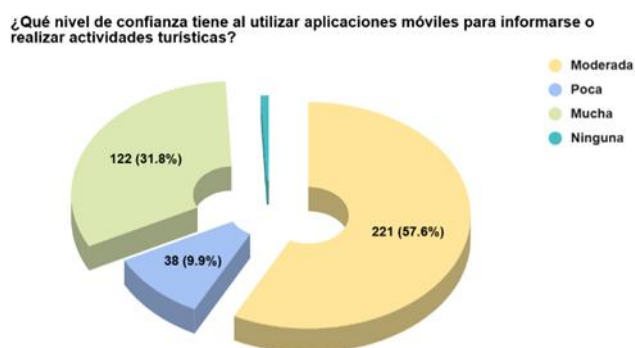
Por otro lado, el 24 % de los participantes indicó que le resultaría indiferente una navegación ni fácil ni difícil, mientras que un porcentaje mínimo manifestó preferencia por opciones difíciles o muy difíciles, lo que refleja que estas características no son deseadas por la mayoría de los usuarios.

Estos resultados resaltan la necesidad de que la aplicación móvil propuesta cuente con un diseño centrado en la experiencia del usuario, priorizando la simplicidad, accesibilidad y facilidad de uso, de manera que permita a los visitantes interactuar de forma eficiente con la información turística y mejorar su experiencia general en la ciudad de Guayaquil.

15. ¿Qué nivel de confianza tiene al utilizar aplicaciones móviles para informarse o realizar actividades turísticas?

Gráfico 15

Nivel de confianza en aplicaciones móviles para actividades turísticas



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados presenta un nivel de confianza favorable al utilizar aplicaciones móviles para informarse o realizar actividades turísticas. El 57,6 % de los participantes indicó tener una confianza moderada, mientras que el 31,8 % manifestó tener mucha confianza, lo que refleja una percepción positiva hacia el uso de este tipo de herramientas digitales en el contexto turístico.

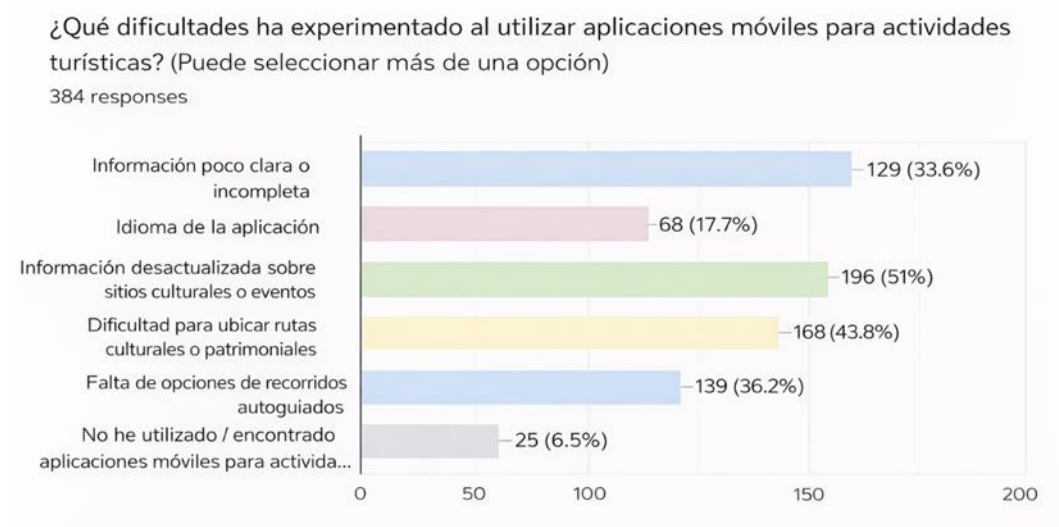
Por otro lado, el 9,9 % de los encuestados señaló tener poca confianza al utilizar aplicaciones móviles para fines turísticos, y solo un porcentaje mínimo indicó no tener ninguna confianza. Estos resultados evidencian que, aunque existe un alto nivel de aceptación, aún persisten ciertos niveles de desconfianza en un grupo reducido de usuarios.

En conjunto, los resultados sugieren la importancia de desarrollar una aplicación móvil que garantice información confiable, actualizada y segura, fortaleciendo la confianza de los usuarios y promoviendo una experiencia turística más eficiente y satisfactoria en la ciudad de Guayaquil.

16. ¿Qué dificultades ha experimentado al utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas?

Gráfico 16

Dificultades experimentadas por turistas al utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas por turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que una de las principales dificultades experimentadas por los encuestados al utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas es la información desactualizada sobre sitios culturales o eventos, opción seleccionada por el 51 % de los participantes. Este resultado refleja una problemática relevante relacionada con la falta de actualización constante de los contenidos ofrecidos en este tipo de aplicaciones.

Asimismo, el 43,8 % de los encuestados manifestó haber tenido dificultades para ubicar rutas culturales o patrimoniales, lo que evidencia la necesidad de contar con herramientas que faciliten la localización y planificación de recorridos turísticos. De igual manera, el 36,2 % señaló la falta de opciones de recorridos auto guiados, mientras que el 33,6 % indicó haber encontrado información poco clara o incompleta.

Por otro lado, el 17,7 % de los encuestados mencionó como dificultad el idioma de la aplicación, lo que pone de manifiesto la importancia de incorporar opciones

multilingües. Finalmente, un 6,5 % indicó no haber utilizado o no haber encontrado aplicaciones móviles para actividades turísticas.

En conjunto, estos resultados resaltan la necesidad de desarrollar una aplicación móvil que ofrezca información actualizada, clara y estructurada, con rutas culturales bien definidas, opciones de recorridos auto guiados y accesibilidad en diferentes idiomas, contribuyendo a mejorar la experiencia turística y respondiendo a las principales dificultades identificadas por los usuarios en la ciudad de Guayaquil.

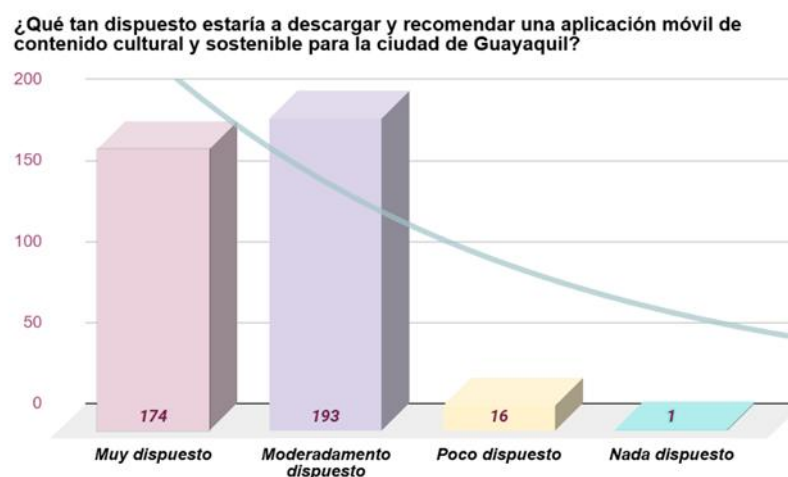
Dimensión 4: Experiencia cultural del destino

Esta dimensión permite analizar las percepciones, intereses y nivel de satisfacción de los visitantes en relación con las actividades culturales que ofrece la ciudad.

17. ¿Qué tan dispuesto estaría a descargar y recomendar una aplicación móvil de contenido cultural y sostenible para la ciudad de Guayaquil?

Gráfico 17

Disposición a descargar aplicaciones móviles relacionadas al turismo



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian una alta disposición por parte de los encuestados para descargar y recomendar una aplicación móvil de contenido cultural y sostenible orientada a la ciudad de Guayaquil. El 50,5 % de los participantes manifestó estar

moderadamente dispuesto, mientras que el 45,1 % indicó estar muy dispuesto, lo que refleja una aceptación ampliamente favorable hacia este tipo de iniciativas digitales.

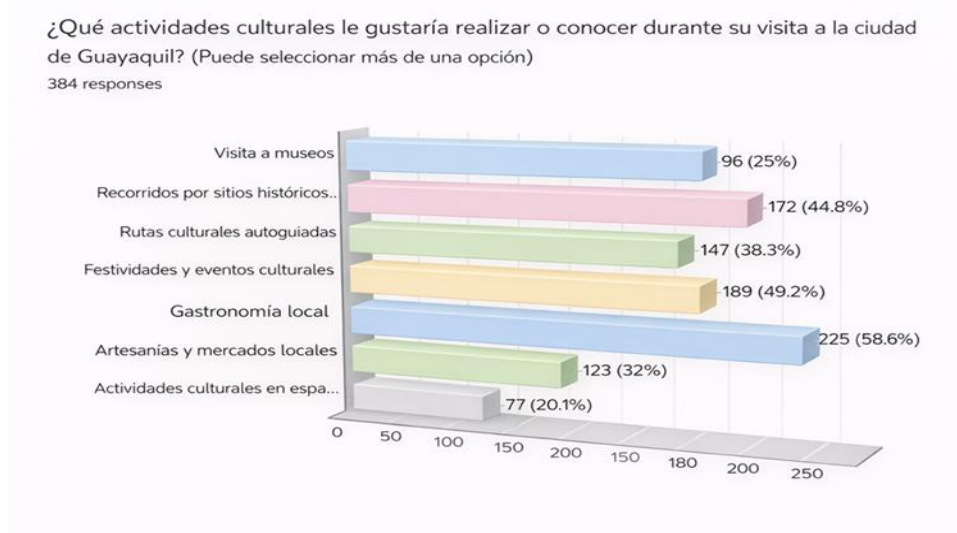
Por otro lado, un porcentaje reducido de los encuestados señaló estar poco dispuesto, y no se registran respuestas significativas que indiquen una nula disposición. Estos resultados demuestran que la mayoría de los usuarios percibe positivamente la propuesta de una aplicación móvil enfocada en la promoción del turismo cultural y sostenible.

En conjunto, los resultados confirman la viabilidad y pertinencia de la propuesta de desarrollo de una aplicación móvil para la ciudad de Guayaquil, ya que existe un alto nivel de interés y predisposición por parte de los potenciales usuarios, lo cual respalda su implementación como una herramienta estratégica para fortalecer la promoción turística y la experiencia del visitante.

18. ¿Qué actividades culturales le gustaría realizar o conocer durante su visita a la ciudad de Guayaquil?

Gráfico 18

Preferencia en actividades culturales por los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que la actividad cultural de mayor interés para los encuestados es la gastronomía local, opción seleccionada por el 58,6 %, lo que refleja la importancia de la oferta culinaria como uno de los principales atractivos culturales de la ciudad de Guayaquil.

Asimismo, el 49,2 % de los participantes manifestó interés en festividades y eventos culturales, seguido del 44,8 % que indicó preferir recorridos por sitios históricos y patrimoniales, lo que evidencia una valoración significativa del patrimonio cultural tangible e intangible del destino. De igual manera, el 38,3 % señaló interés en rutas culturales auto guiadas, lo que demuestra una inclinación hacia experiencias turísticas flexibles y autogestionadas.

Por otra parte, el 32 % de los encuestados indicó interés en artesanías y mercados locales, mientras que el 25 % manifestó preferencia por la visita a museos. En menor proporción, el 20,1 % expresó interés en actividades culturales en espacios abiertos, lo que evidencia la diversidad de preferencias culturales entre los visitantes.

En conjunto, estos resultados resaltan la necesidad de desarrollar una aplicación móvil que integre información sobre gastronomía, eventos culturales, rutas patrimoniales, museos y experiencias auto guiadas, permitiendo a los usuarios acceder a una oferta cultural diversa y fortaleciendo la promoción del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil.

Dimensión 5: Valoración del contenido en aplicativos móviles

La dimensión de valoración del contenido en aplicativos móviles permite analizar la percepción de los usuarios respecto a la utilidad, facilidad de uso y relevancia de información.

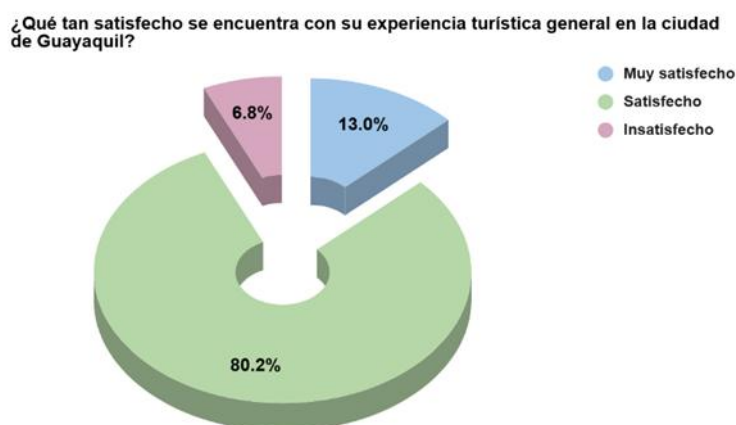
A través de esta dimensión se busca comprender en qué medida las aplicaciones turísticas responden a las necesidades reales de los visitantes durante las distintas etapas del viaje, desde la planificación previa hasta la experiencia en el destino.

Asimismo, se examina si el contenido ofrecido resulta claro, actualizado y confiable, aspectos fundamentales para generar confianza y satisfacción en el usuario.

19. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su experiencia turística general en la ciudad de Guayaquil?

Gráfico 19

Nivel de satisfacción con experiencia turística en la ciudad de Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian un alto nivel de satisfacción general respecto a la experiencia turística en la ciudad de Guayaquil. El 80,2 % de los encuestados manifestó sentirse satisfecho, mientras que el 13 % indicó estar muy satisfecho, lo que refleja una percepción ampliamente positiva del destino por parte de los visitantes y residentes que participan en actividades turísticas.

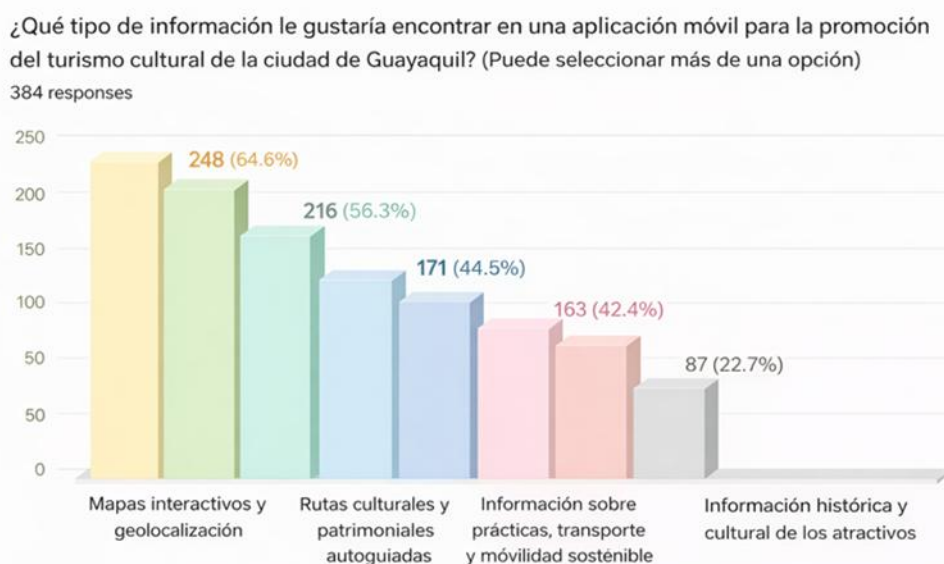
Por otro lado, un porcentaje reducido de los encuestados señaló encontrarse insatisfecho, lo que evidencia que, si bien la mayoría de las experiencias son favorables, aún existen aspectos susceptibles de mejora dentro de la oferta turística de la ciudad.

En conjunto, estos resultados demuestran que Guayaquil es percibida como un destino con una experiencia turística positiva; sin embargo, también resaltan la importancia de fortalecer estrategias de mejora continua, apoyadas en herramientas digitales, que permitan optimizar la información, los servicios y la interacción del visitante con el destino, contribuyendo así a elevar los niveles de satisfacción y fidelización turística.

20. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural de la ciudad de Guayaquil?

Gráfico 20

Tipo de información que le gustaría encontrar en una aplicación móvil para la promoción del turismo en Guayaquil



Nota. Elaboración propia

Los resultados evidencian que la información de mayor interés para los encuestados es la relacionada con mapas interactivos y geolocalización, opción seleccionada por el 64,6 %, lo que refleja la importancia de contar con herramientas que faciliten la ubicación, orientación y planificación de recorridos turísticos dentro de la ciudad.

Asimismo, el 56,3 % de los participantes manifestó interés en rutas culturales y patrimoniales auto guiadas, lo que evidencia una preferencia por experiencias flexibles y autogestionadas. De igual manera, el 44,5 % señaló la necesidad de encontrar información sobre prácticas, transporte y movilidad sostenible, mientras que el 42,4 % indicó interés en información histórica y cultural de los atractivos turísticos.

Por otra parte, el 22,7 % de los encuestados expresó interés en contar con contenido en varios idiomas, lo que pone de manifiesto la importancia de considerar la diversidad de usuarios y visitantes, tanto nacionales como extranjeros.

Discusión

La presente discusión integra y contrasta los resultados obtenidos a partir de las tres técnicas de recolección de datos aplicadas en la investigación: observación directa, entrevistas a profesionales del sector turístico y encuestas a turistas nacionales, extranjeros y residentes. El análisis conjunto de estas herramientas permite identificar patrones de comportamiento turístico, niveles de adopción tecnológica y percepciones sobre la experiencia cultural del destino, aportando una comprensión integral de las necesidades reales de los visitantes en la ciudad de Guayaquil y sustentando la pertinencia de la propuesta de una aplicación móvil turística con enfoque cultural y sostenible.

En primer lugar, se analizan los resultados correspondientes a la dimensión demográfica, los cuales permiten caracterizar el perfil general de los participantes del estudio y constituyen la base para interpretar los comportamientos turísticos y el uso de aplicaciones móviles analizados posteriormente. El examen de variables como género, edad, nivel educativo y tipo de visitante facilita comprender las

particularidades del público que llega a la ciudad, así como sus posibles motivaciones, intereses y niveles de familiaridad con herramientas digitales.

Estos aspectos resultan fundamentales, ya que influyen en la forma en que los turistas planifican su viaje, consumen información y valoran los recursos tecnológicos disponibles en el destino. A partir de esta caracterización inicial, es posible establecer relaciones más precisas entre el perfil del visitante y su interacción con aplicaciones móviles de enfoque cultural y sostenible.

A continuación, se presenta la tabla 18, en la cual se detallan los principales componentes de esta dimensión. La información expuesta permite visualizar de manera clara la composición de la muestra y facilita la interpretación de los resultados.

Tabla 18. *Información de los resultados de la dimensión 1 correspondiente a datos demográficos de los encuestados*

Perfil demográfico y características	Muestra = 384				
Rangos de edades	Turistas	%	Procedencia	Turistas	%
Menor de 20 años	11	2,86%	Guayas	136	35,42%
De 20 a 30 años	127	33,07%	Manabí	30	7,81%
De 30 a 40 años	178	46,35%	Pichincha	23	5,99%
De 40 a 50 años	17	4,43%	Loja	10	2,60%
De 50 años o más	51	13,28%	Azuay	9	2,34%
Total	384	100%	El Oro	9	2,34%
			Los Ríos	9	2,34%
Género	Turistas	%	Tungurahua	8	2,08%
Femenino	201	52,34%	Santa Elena	5	1,30%
Masculino	182	47,40%	Esmeraldas	4	1,04%
Otro	1	0,26%	Santo Domingo	3	0,78%
Total	384	100%	Chimborazo	3	0,78%
			Napo	2	0,52%
			Carchi	2	0,52%
Ocupación	Turistas	%	Pastaza	1	0,26%
Profesionales	171	44,53%	Morona Santiago	1	0,26%
Estudiantes	96	25,00%	Imbabura	1	0,26%
Comerciantes / Emprendedores	63	16,41%	Galápagos	1	0,26%
Empleados sector público y privado	29	7,55%	Total Ecuador	268	69,79%
Amas de casa	17	4,43%	Extranjero	116	30,21%
Otros	8	2,08%	Total general	384	100%
Total	384	100%	Número de visitas	Turistas	%
			1 vez	72	18,75%
Visitas previas a Guayaquil	Turistas	%	2 veces	100	26,04%
Sí	312	81,25%	De 3 a 5 veces	101	26,30%
No	72	18,75%	Más de 5 veces	111	28,91%
Total	384	100%	Total	384	100%
Fuente: <i>Elaboración propia con base en los datos recopilados de la investigación.</i>					

Resultados demográficos y uso de dispositivos móviles

Los resultados de la encuesta evidencian una ligera predominancia del género femenino dentro de la muestra, representando el 52,3 % de los encuestados, frente al 47,4 % correspondiente al género masculino. Esta distribución refleja una participación diversa y equilibrada de los visitantes, lo que permite un análisis representativo de los comportamientos turísticos observados. Este hallazgo se ve reforzado por la observación directa realizada en espacios turísticos como el Malecón 2000 y el Barrio Las Peñas, donde se identificó una presencia activa tanto de hombres como de mujeres, destacándose el uso frecuente de dispositivos móviles durante el recorrido por estos atractivos.

Desde la perspectiva cualitativa, las entrevistas realizadas a profesionales del sector hotelero aportan un elemento interpretativo adicional, al señalar que, si bien la afluencia por género es equilibrada, las mujeres suelen realizar con mayor frecuencia consultas relacionadas con información turística, actividades culturales y recomendaciones del destino. Esta tendencia refuerza los resultados cuantitativos obtenidos en la encuesta y permite inferir una mayor aceptación y uso de aplicaciones móviles por parte del género femenino, sin que ello implique una exclusión del género masculino, sino más bien un patrón relevante dentro del comportamiento turístico contemporáneo.

Forma de visita y preferencia por recorridos turísticos

En relación con la forma en que los visitantes realizan sus recorridos, los resultados de la encuesta muestran que el 72,7 % de los encuestados organiza su visita por cuenta propia, evidenciando una marcada preferencia por recorridos auto guiados. Este comportamiento se refleja de manera consistente en la observación directa, donde la mayoría de los visitantes se desplazaba de forma individual, en parejas o en grupos familiares, utilizando sus teléfonos móviles como principal herramienta de apoyo para la orientación, la consulta de información y la planificación del recorrido.

No obstante, el 27,3 % de los encuestados manifestó preferir visitas guiadas, lo que pone de manifiesto la coexistencia de distintos perfiles de visitantes dentro del destino. Este resultado encuentra un respaldo claro en las entrevistas, donde los profesionales hoteleros señalaron que los turistas extranjeros, especialmente aquellos que visitan Guayaquil por primera vez, muestran un mayor interés por recorridos guiados con enfoque histórico y cultural. La diferencia entre visitantes recurrentes y visitantes primerizos no siempre fue evidente durante la observación directa, lo que resalta el valor complementario de las entrevistas para comprender comportamientos turísticos que no siempre se manifiestan de forma visible en el espacio físico.

Nivel de familiarización y uso de aplicaciones móviles

El análisis de la dimensión relacionada con el uso de aplicaciones móviles evidencia un alto nivel de familiarización tecnológica por parte de los visitantes. La encuesta indica que el 74,8 % de los encuestados se encuentra moderada o muy

familiarizado con el uso de aplicaciones móviles vinculadas a actividades turísticas, lo que demuestra una aceptación significativa de este tipo de herramientas dentro de la experiencia de viaje.

Este resultado se ve reflejado en la observación directa, donde se identificó un uso constante de teléfonos inteligentes para la consulta de mapas, la solicitud de transporte, la realización de reservas, la búsqueda de información general y el registro de experiencias mediante fotografías. A su vez, las entrevistas confirman que tanto turistas nacionales como extranjeros dependen ampliamente de estas herramientas digitales para planificar y gestionar su estadía, especialmente en un contexto urbano donde la información física disponible resulta limitada o dispersa.

En conjunto, estos hallazgos permiten afirmar que el visitante actual presenta un perfil digitalizado y autónomo, con una alta predisposición al uso de aplicaciones móviles como apoyo durante su experiencia turística en la ciudad de Guayaquil.

Utilidad, confianza y limitaciones en el uso de aplicativos turísticos

En cuanto a la percepción de utilidad, los resultados de la encuesta evidencian que el 95,5 % de los encuestados considera que las aplicaciones móviles son moderada o muy útiles para la realización de actividades turísticas. Este alto nivel de valoración refleja el papel fundamental que estas herramientas desempeñan en la planificación, orientación y desarrollo de la experiencia turística.

Sin embargo, tanto la encuesta como las entrevistas coinciden en identificar limitaciones estructurales asociadas al uso de aplicativos turísticos, principalmente relacionadas con información desactualizada, falta de rutas culturales definidas, ausencia de recorridos autoguiados estructurados y escasa centralización de contenidos confiables sobre el destino. Estas carencias obligan a los visitantes a recurrir a

múltiples plataformas, búsquedas generales en internet o consultas directas al personal de hoteles y comercios, lo que puede afectar la eficiencia del servicio, generar confusión y limitar el aprovechamiento integral de la oferta cultural de la ciudad.

Integración de resultados y justificación de la propuesta

La integración de los resultados obtenidos mediante la observación, la encuesta y las entrevistas evidencia una alta coherencia entre las tres herramientas de investigación. Los visitantes que recorren la ciudad de Guayaquil presentan un perfil mayoritariamente autónomo, con un uso intensivo de dispositivos móviles, un alto nivel de familiarización tecnológica y una percepción positiva sobre la utilidad de las aplicaciones móviles en el turismo. Al mismo tiempo, se identifican vacíos relevantes en cuanto a la disponibilidad de información cultural confiable, centralizada y estructurada para el destino.

Esta convergencia de resultados confirma que el desarrollo de una aplicación móvil turística con enfoque cultural y sostenible responde directamente a las necesidades reales detectadas en las cinco dimensiones analizadas. La propuesta se sustenta no solo en la aceptación tecnológica de los usuarios, sino también en la demanda de contenidos claros, actualizados y accesibles que permitan mejorar la experiencia del visitante, optimizar la gestión de la información turística y fortalecer la competitividad de la ciudad de Guayaquil como destino turístico.

Propuesta

En el contexto actual, el turismo se encuentra estrechamente vinculado al uso de herramientas digitales que facilitan el acceso a la información y la planificación de experiencias de viaje. Los turistas contemporáneos demandan contenidos claros, confiables y estructurados que les permitan conocer el destino antes y durante su visita, optimizando su tiempo y enriqueciendo su experiencia.

En este escenario, las aplicaciones móviles se han consolidado como uno de los principales canales de consulta para los visitantes, no solo por su accesibilidad, sino por su capacidad de integrar información, recomendaciones y recorridos en un solo espacio. Sin embargo, la efectividad de estas herramientas depende en gran medida de la calidad, organización y pertinencia del contenido turístico que ofrecen.

La ciudad de Guayaquil cuenta con un importante patrimonio cultural, histórico y gastronómico, concentrado especialmente en sectores como el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá. A pesar de su relevancia turística, la información sobre estos espacios se encuentra dispersa en diferentes plataformas, lo que dificulta una comprensión integral del destino y limita la experiencia del visitante.

Frente a esta situación, la presente propuesta se orienta al desarrollo y estructuración de contenido turístico destinado a una aplicación móvil, con el objetivo de fortalecer la promoción del turismo cultural en Guayaquil. Cabe destacar que esta propuesta no aborda el desarrollo técnico ni la programación de la aplicación, sino que

se enfoca exclusivamente en el diseño del contenido que podría ser integrado en una plataforma digital existente o futura.

Descripción general de la propuesta

La propuesta plantea la creación de un sistema integral de contenido turístico digital, organizado de manera coherente y accesible, que permita al visitante conocer y recorrer los principales atractivos culturales de Guayaquil de forma guiada y comprensible.

Este sistema de contenido estaría diseñado para ser incorporado en una aplicación móvil turística, aprovechando las ventajas del internet y las tecnologías digitales como herramientas de difusión, consulta y orientación. El contenido propuesto busca responder a las necesidades reales del turista, brindando información útil antes, durante y después del recorrido.

El enfoque principal se centra en el turismo cultural urbano, destacando elementos históricos, patrimoniales, gastronómicos y recreativos que forman parte de la identidad de la ciudad. A través de esta propuesta, se pretende que el visitante no solo observe los atractivos, sino que comprenda su valor cultural y su relación dentro del contexto urbano de Guayaquil.

Propuesta de articulación de rutas culturales

El eje central de la propuesta es la articulación de un recorrido cultural integrado, que permita al visitante desplazarse de manera lógica y continua entre los principales sectores turísticos de la ciudad. Esta articulación evita la fragmentación de la información y promueve una experiencia turística ordenada y enriquecedora.

La ruta cultural propuesta conecta el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá, considerando su cercanía geográfica y su complementariedad cultural. El contenido explicaría no solo los atractivos de cada sector, sino también las transiciones entre ellos, incorporando caminatas urbanas, escalinatas, miradores y espacios públicos como parte de la experiencia turística.

El recorrido se concibe como una ruta flexible, que puede adaptarse a distintos perfiles de visitantes y tiempos de visita, permitiendo realizar el trayecto completo o recorrer únicamente determinados sectores según las preferencias del usuario.

Descripción del contenido turístico por sectores

Barrio Las Peñas

El Barrio Las Peñas se presentaría como el punto inicial del recorrido cultural, destacando su importancia histórica y patrimonial. El contenido incluiría información sobre su origen, su arquitectura tradicional, la presencia de casas patrimoniales, galerías de arte, museos y su papel en la identidad cultural de Guayaquil.

Un elemento central del contenido es la Escalinata Diego Noboa, conformada por 444 escalones, que conduce hasta el faro del Cerro Santa Ana. Esta caminata se describiría como una experiencia cultural y física, incorporando información sobre puntos de interés intermedios, miradores, tiempos estimados de ascenso y recomendaciones prácticas para el visitante. De esta manera, el turista puede planificar adecuadamente su recorrido y valorar el esfuerzo físico como parte de la experiencia cultural.

Ilustración 1 Barrio Las Peñas



Nota. Elaboración propia

Puerto Santa Ana

Puerto Santa Ana se presentaría como un sector que refleja la transformación urbana de Guayaquil, combinando modernidad, espacios recreativos y oferta gastronómica. El contenido destacaría restaurantes, cafeterías, zonas peatonales y vistas panorámicas del río Guayas.

Este sector funcionaría como un espacio de transición dentro del recorrido cultural, ofreciendo al visitante un lugar de descanso, consumo gastronómico y contemplación del entorno urbano, complementando la experiencia histórica iniciada en Las Peñas.

Ilustración 2 Puerto Santa Ana



Nota. Elaboración propia

Malecón 2000

El Malecón 2000 se describiría como uno de los principales ejes turísticos y culturales de la ciudad. El contenido incluiría información sobre monumentos históricos, museos, áreas verdes, espacios culturales y actividades recreativas disponibles en la zona. Además, se destacaría su importancia como espacio de integración urbana, donde el visitante puede recorrer múltiples atractivos en un entorno seguro y accesible.

Ilustración 3 Malecón 2000



Nota. Elaboración propia

Calle Panamá

La calle Panamá se presentaría como un corredor gastronómico y cultural, caracterizado por su oferta de restaurantes tradicionales, bares patrimoniales y espacios de encuentro social. El contenido resaltaría la gastronomía típica guayaquileña y la vida cultural contemporánea del sector.

Este espacio se integraría como un cierre natural del recorrido cultural, ofreciendo una experiencia gastronómica y social que complementa la visita histórica y urbana realizada a lo largo de la ruta.

Ilustración 4 Calle Panamá



Nota. Elaboración propia

Contenido informativo y experiencial propuesto

El contenido informativo y experiencial propuesto se concibe como el eje central de la experiencia turística dentro de la aplicación móvil, ya que constituye el principal medio de interacción entre el visitante y el destino. Este contenido no se limita a la transmisión de datos, sino que busca orientar, acompañar y enriquecer el recorrido del turista a lo largo de los distintos sectores culturales de la ciudad de Guayaquil.

En este sentido, el contenido se estructura de manera transversal a toda la ruta cultural, permitiendo que el visitante acceda a información relevante antes, durante y después del recorrido. La información cultural e histórica proporciona el contexto necesario para comprender el valor patrimonial de los espacios visitados, facilitando una conexión más profunda con la identidad local y el desarrollo histórico de la ciudad.

La dimensión experiencial del contenido se fortalece a través de la incorporación de narrativas descriptivas, recomendaciones de actividades culturales y sugerencias gastronómicas, que permiten al turista vivir el destino de manera activa y participativa. Este enfoque contribuye a que la experiencia turística no sea percibida como una visita superficial, sino como un proceso de descubrimiento cultural progresivo.

Asimismo, el contenido propuesto contempla recomendaciones prácticas que responden a las necesidades reales del visitante, tales como orientación general del recorrido, tiempos estimados de desplazamiento, sugerencias para optimizar la visita y consejos para una mejor organización del itinerario. Estas recomendaciones incrementan la funcionalidad del contenido y mejoran la percepción del destino como un espacio accesible y amigable para el turista.

En conjunto, el contenido informativo y experiencial propuesto busca generar una experiencia turística más consciente, organizada y significativa, alineada con las expectativas del turista contemporáneo y con las dinámicas actuales del turismo urbano cultural.

Propuesta de representación visual del contenido

La representación visual del contenido constituye un elemento complementario fundamental dentro de la propuesta, ya que facilita la comprensión del recorrido

cultural y mejora la orientación del visitante durante su experiencia turística. Aunque el desarrollo técnico de estos recursos no forma parte del presente estudio, su inclusión conceptual refuerza la aplicabilidad y utilidad del contenido propuesto.

Entre los recursos visuales considerados se incluyen mapa conceptual del recorrido cultural, que permitan identificar de manera clara la conexión entre el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá. Este mapa funcionaría como una guía visual del itinerario, ayudando al visitante a comprender la relación espacial entre los distintos sectores y a planificar su desplazamiento de forma más eficiente.

Asimismo, se propone el uso de esquemas de conexión urbana, que representen caminatas, escalinatas, miradores y espacios de transición entre los sectores turísticos. Este tipo de representación visual aporta claridad al recorrido y permite anticipar las características del trayecto, favoreciendo el tiempo y favorece a una experiencia turística mejor organizada.

De igual manera, las tablas descriptivas de atractivos y actividades permitirían sintetizar información relevante de cada sector, facilitando una rápida consulta por parte del visitante. La combinación de elementos visuales y contenido textual fortalece la accesibilidad de la información y responde a distintos estilos de aprendizaje y consumo de contenido.

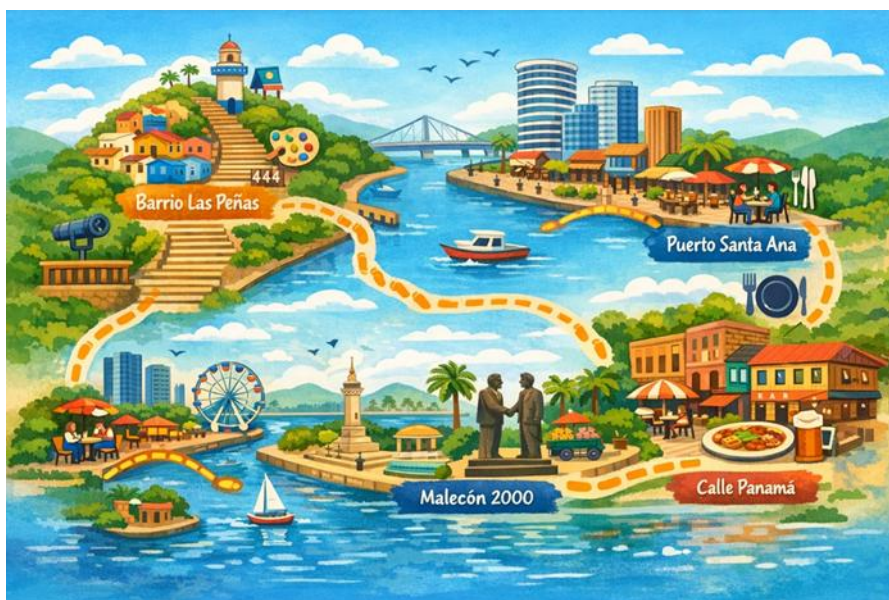
Con el fin de representar de manera visual e integrada el recorrido cultural propuesto, se incorpora un mapa conceptual del circuito turístico urbano, el cual permite comprender la conexión espacial y funcional entre los principales sectores culturales de la ciudad de Guayaquil. Este recurso visual facilita la orientación del visitante y refuerza la comprensión del recorrido como una experiencia continua y articulada.

De manera específica, el mapa señala el Barrio Las Peñas como punto de inicio del recorrido, resaltando la Escalinata Diego Noboa, compuesta por 444 escalones, como un elemento físico y simbólico del ascenso al Cerro Santa Ana. Este detalle permite al visitante anticipar el esfuerzo físico del recorrido y planificar su visita de manera adecuada.

El mapa muestra de forma clara la relación entre el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá, destacando los trayectos peatonales, las zonas de transición y los espacios públicos que conectan cada sector. Asimismo, se identifican hitos relevantes del recorrido, como miradores, malecones, zonas gastronómicas y espacios culturales.

Ilustración 5

Mapa conceptual del recorrido cultural urbano propuesto en la ciudad de Guayaquil.



Nota. Elaboración propia

A partir de la identificación de los principales espacios y actividades que se desarrollan en los sectores incluidos en el recorrido cultural, se elaboró una tabla que

sintetiza la información más relevante sobre atractivos turísticos, establecimientos representativos y tipos de experiencia asociados a cada lugar.

Esta organización permite visualizar de manera estructurada la oferta cultural y comercial presente en cada sector, facilitando la comprensión de las dinámicas que caracterizan el recorrido.

Asimismo, posibilita reconocer cómo se integran los elementos patrimoniales, gastronómicos y recreativos dentro de la experiencia turística, evidenciando la complementariedad entre cultura, ocio y actividad económica local.

De esta manera, la tabla no solo describe los espacios identificados, sino que también aporta una visión integral del potencial turístico de cada zona analizada permitiendo comprender con mayor claridad la articulación territorial del recorrido cultural y su impacto en la experiencia del visitante.

Tabla 19. *Atractivos turísticos y establecimientos por sector del recorrido cultural*

Sector	Atractivos culturales	Establecimientos	Experiencia
Barrio Las Peñas	Casas patrimoniales de Las Peñas, Galería de Arte Nahím Isaías, Museo del Cacao, Faro del Cerro Santa Ana, Miradores del Cerro	Café Las Peñas, La Paleta del Cerro, bares culturales del sector	Experiencia histórica, cultural y patrimonial
Puerto Santa Ana	Malecón de Puerto Santa Ana, Plaza Guayarte (conexión cercana), arquitectura moderna, vistas al río Guayas	Restaurante La Pata Gorda, Café de la Vaca, restaurantes de cocina contemporánea	Experiencia urbana y gastronómica
Malecón 2000	Hemiciclo de la Rotonda, Museo Miniatura Guayaquil en la Historia, MAAC	Restaurante Nuestro, patios	Lo de Experiencia cultural,

	(Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo), comida del Malecón, recreativa y cafeterías del sector familiar jardines y monumentos
Calle Panamá	Corredor patrimonial de la calle Panamá, casas patrimoniales restauradas, vida cultural nocturna Restaurante La Canoa, Casa Julián, restaurantes de comida típica y bares patrimoniales

Nota. Elaboración propia.

Con el objetivo de organizar y sintetizar la información del recorrido cultural, se presenta una tabla descriptiva de los principales atractivos turísticos y establecimientos gastronómicos representativos por sector. Esta tabla permite visualizar de forma estructurada los elementos culturales y experienciales que conforman cada zona del recorrido, evitando la dispersión de información dentro del texto.

Tabla 20. *Tiempos estimados de recorrido por sector turístico*

Sector turístico	Actividades principales	Tiempo estimado de visita	Descripción general del recorrido
Barrio Las Peñas	Caminata patrimonial, visita a galerías y museos, ascenso por la Escalinata Diego Noboa (444 escalones), miradores	Entre 1 y 2 horas	Recorrido cultural y físico que combina historia, arquitectura y vistas panorámicas de la ciudad
Puerto Santa Ana	Paseo urbano, descanso, experiencia gastronómica, contemplación del río Guayas	Entre 45 minutos y 1 hora	Espacio de transición moderna que complementa el recorrido histórico

Malecón 2000	Recorrido por museos, monumentos históricos, áreas verdes y espacios recreativos	Entre 1 y 1,5 horas	Recorrido cultural y recreativo en un entorno seguro y accesible
Calle Panamá	Consumo gastronómico, visita a restaurantes y bares patrimoniales, vida cultural nocturna	Tiempo flexible	Cierre del recorrido con énfasis en la gastronomía y la socialización

Nota. Elaboración propia.

La incorporación del mapa conceptual y de las tablas descriptivas fortalece la propuesta de contenido turístico, al ofrecer herramientas visuales claras que facilitan la orientación, comprensión y planificación del recorrido cultural. Estos recursos complementan el contenido textual, permitiendo al visitante construir una experiencia turística más organizada, informada y significativa dentro de la ciudad de Guayaquil.

Impacto esperado de la propuesta

La implementación de esta propuesta de contenido turístico tendría un impacto significativo en la forma en que los visitantes experimentan la ciudad de Guayaquil, al transformar una visita fragmentada y desarticulada en un recorrido cultural estructurado, coherente y enriquecedor. El turista dejaría de ser un observador pasivo para convertirse en un participante activo del entorno urbano y cultural.

Uno de los principales impactos es la revalorización integral del patrimonio cultural urbano, al presentar los sectores turísticos no como espacios aislados, sino como partes interconectadas de una narrativa cultural común. Esta visión integrada

fortalece la identidad del destino y contribuye a una percepción más auténtica y completa de la ciudad.

La propuesta también impacta en la mejora de la experiencia del visitante, al ofrecer contenido claro, organizado y funcional que facilita la toma de decisiones durante el recorrido. Esto se traduce en una mayor satisfacción turística, una mejor planificación del tiempo y una experiencia más fluida dentro del destino.

Desde una perspectiva territorial, la propuesta favorece la dinamización de la actividad turística, incentivando la permanencia del visitante en las zonas culturales, el consumo gastronómico local y la participación en actividades culturales. De esta manera, el contenido propuesto contribuye indirectamente al fortalecimiento del sector turístico local.

Finalmente, el impacto esperado se amplía gracias al carácter adaptable y replicable de la propuesta, que puede ser aplicada a otros sectores de la ciudad o a diferentes destinos turísticos, consolidándose como un modelo de organización de contenido cultural con potencial de proyección futura.

Conclusiones

La presente propuesta demuestra que el contenido turístico estratégicamente planificado constituye un elemento clave para la promoción del turismo cultural en la ciudad de Guayaquil. Más allá del soporte tecnológico, la calidad del contenido, su organización y su enfoque experiencial determinan el valor real de una herramienta digital orientada al turismo.

La articulación de rutas culturales, la descripción detallada de sectores emblemáticos, la incorporación de información histórica y gastronómica, y el uso de recursos visuales conceptuales permiten construir una experiencia turística más consciente, organizada y memorable. A través de esta propuesta, Guayaquil se proyecta como un destino cultural que puede ser comprendido, recorrido y vivido desde una perspectiva integral.

Desde el ámbito académico, esta propuesta aporta una visión aplicada y coherente al estudio del turismo cultural urbano, evidenciando cómo la planificación del contenido turístico puede convertirse en una herramienta efectiva para la gestión y promoción de destinos. En consecuencia, se consolida como una base sólida para futuras iniciativas que busquen fortalecer la relación entre cultura, ciudad y experiencia turística en entornos digitales.

A partir del análisis teórico y empírico desarrollado en la presente investigación, se establecen a continuación las principales conclusiones que sintetizan los hallazgos obtenidos y permiten responder a la pregunta de investigación planteada.

1. La presente investigación permitió identificar que la ciudad de Guayaquil posee una oferta significativa de recursos culturales, históricos y

gastronómicos; sin embargo, estos no se encuentran adecuadamente integrados dentro de un sistema digital de información turística que facilite su comprensión y aprovechamiento por parte del visitante.

2. A partir del análisis de los resultados obtenidos mediante la observación directa, las encuestas y las entrevistas, se evidenció que los turistas presentan un perfil altamente familiarizado con el uso de dispositivos móviles y plataformas digitales, lo que confirma la pertinencia de las aplicaciones móviles como herramientas estratégicas para la promoción turística urbana.
3. La investigación determinó que una de las principales limitaciones del turismo cultural en Guayaquil es la dispersión de la información, la falta de rutas culturales claramente definidas y la ausencia de contenidos centralizados, actualizados y confiables, lo que obliga a los visitantes a recurrir a múltiples fuentes para planificar su experiencia.
4. El sustento teórico sobre el uso de tecnologías digitales en el turismo permitió comprender que la aceptación de una aplicación móvil está influenciada por la percepción de utilidad, accesibilidad y experiencia del usuario.
5. La propuesta desarrollada demuestra que el contenido turístico constituye el eje central de cualquier aplicativo móvil orientado al turismo, ya que es el contenido el que guía, informa y construye la experiencia del visitante dentro del destino.
6. La estructuración de rutas culturales integradas que conectan sectores emblemáticos como el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá permite una comprensión más ordenada del territorio urbano y fortalece la experiencia cultural del visitante.

7. Asimismo, se concluye que la propuesta de contenido turístico digital contribuye a la promoción del turismo cultural y sostenible, al incentivar el uso responsable del espacio urbano, la valoración del patrimonio local y la permanencia del visitante en el destino.
8. Finalmente, se establece que esta investigación constituye una base sólida para futuros proyectos de gestión turística digital en Guayaquil, aportando un enfoque aplicado que vincula la planificación del contenido turístico con la innovación tecnológica y la sostenibilidad del destino.

Recomendaciones

1. Se recomienda que la propuesta desarrollada sea evaluada por personal técnico especializado en desarrollo de aplicaciones móviles, con el fin de identificar los requerimientos tecnológicos mínimos necesarios para su correcta implementación en dispositivos móviles.
2. Se sugiere realizar un análisis de costos asociados al desarrollo, implementación y mantenimiento del aplicativo móvil, que permita evaluar la viabilidad económica del proyecto y su posible ejecución en el ámbito turístico de la ciudad de Guayaquil.
3. Se recomienda presentar la propuesta a un equipo profesional de diseño gráfico, con el objetivo de analizar la creación visual del contenido turístico y asegurar su compatibilidad con el desarrollo tecnológico del aplicativo.
4. Se aconseja incorporar criterios de experiencia de usuario (UX), mediante la evaluación de usabilidad, legibilidad y facilidad de navegación, a fin de garantizar que el aplicativo sea intuitivo, accesible y amigable para los usuarios finales.

Referencias Bibliográficas

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385.
<https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 553–564). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_40
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Fernández, R., & López, M. (2023). Seguridad y resiliencia en destinos turísticos inteligentes. *Revista de Innovación Turística*, 8(1), 50–62.
- Font, X., & Buckley, R. (2001). *Tourism ecolabelling: Certification and promotion of sustainable management*. CABI Publishing.
- Gómez, J., & Rodríguez, L. (2021). La promoción turística en la era digital. *Revista de Estudios Turísticos*, 15(1), 25–35.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
<https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

- Gutiérrez, M., & Salinas, R. (2021). Estrategias digitales para la promoción de destinos turísticos. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 14(1), 15–30.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Leiper, N. (1990). Tourism systems: An interdisciplinary perspective. *Tourism Management*, 11(4), 367–372. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(90\)90004-B](https://doi.org/10.1016/0261-5177(90)90004-B)
- López, A., & Morales, J. (2023). Redes sociales y turismo: Nuevas dinámicas de promoción digital. *Revista Turismo y Tecnología*, 5(2), 50–60.
- Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Academic Press.
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Turismo sostenible para el desarrollo*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Marketing digital y turismo: Guía práctica para destinos inteligentes*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Turismo y transformación digital: Avances, desafíos y oportunidades*. OMT.
- Pérez, J., & Martínez, S. (2021). Gobernanza y tecnología en destinos inteligentes. *Revista Smart Cities y Turismo*, 2(2), 20–30.
- Ramírez, A., & Gómez, L. (2020). Personalización de servicios turísticos mediante Big Data. *Revista Tecnología y Turismo*, 6(1), 25–35.
- Sánchez, P., Torres, C., & Ruiz, V. (2022). Participación ciudadana en destinos turísticos inteligentes. *Revista de Estudios de Turismo Sostenible*, 7(3), 35–45.

- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Sigala, M. (2015). The application and impact of big data analytics in tourism. *Journal of Travel Research*, 54(6), 785–799. <https://doi.org/10.1177/0047287515573086>
- Torres, L., & Vega, M. (2022). Marketing de influencia en destinos turísticos emergentes. *Revista Estudios Turísticos Contemporáneos*, 11(3), 30–40.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Weaver, D. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Publishing.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Yovcheva, Z., Buhalis, D., & Gatzidis, C. (2012). Overview of smartphone augmented reality applications for tourism. *e-Review of Tourism Research*, 10(2), 63–66.

Glosario

- **Aplicación móvil turística:** Plataforma digital diseñada para dispositivos móviles que integra información, rutas, recomendaciones y servicios relacionados con la actividad turística.
- **Contenido turístico digital:** Conjunto de información estructurada sobre atractivos, rutas, servicios y experiencias turísticas, diseñada para su difusión y consulta en entornos digitales.
- **Turismo cultural:** Modalidad turística enfocada en el conocimiento, interpretación y disfrute del patrimonio cultural tangible e intangible de un destino.
- **Destino turístico inteligente:** Espacio turístico que incorpora tecnología, innovación y gestión sostenible para mejorar la experiencia del visitante y la eficiencia en la administración del destino.
- **Experiencia del usuario (UX):** Conjunto de percepciones, emociones y respuestas del usuario al interactuar con una plataforma digital.
- **Promoción turística digital:** Estrategia de difusión de destinos y productos turísticos mediante el uso de tecnologías de la información y comunicación.
- **Rutas culturales:** Recorridos turísticos planificados que integran atractivos culturales de forma secuencial y coherente.
- **Sostenibilidad turística:** Enfoque de desarrollo turístico que equilibra los beneficios económicos, sociales y culturales, garantizando la conservación de los recursos para las futuras generaciones.
- **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC):** Herramientas tecnológicas que permiten la gestión, transmisión y acceso a la información en entornos digitales.

Apéndice

Apéndice 1 Formato de Encuesta



**Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil:
Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción
del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil**

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer las preferencias y el comportamiento del turista de Guayaquil referente al turismo móvil. Agradecemos de antemano su tiempo.

Indique su nombre

1. Indique su género

M ☐

F ☐

Otro ☐

2. Seleccione su rango de edad

☐ Menor de 20 años

☐ De 20 a 30 años

☐ De 30 a 40 años

☐ De 50 años o más

3. Indique su nivel educativo

☐ Primaria

☐ Secundaria

☐ Superior (título universitario)

☐ Maestría

4. Seleccione su lugar de residencia

☐ Ecuador

☐ Extranjero

5. Solo si su respuesta fue Ecuador, indique su ciudad y provincia de residencia

6. Indique ¿Usted se encuentra en Guayaquil cómo?

☐ Turista extranjero

☐ Turista nacional o de otra provincia

☐ Residente de Guayaquil

7. Si respondió turista extranjero o turista nacional de otra provincia, responda:

☐ Es mi primera visita a Guayaquil

☐ He visitado Guayaquil entre 1 y 2 veces

☐ He visitado Guayaquil entre 3 y 5 veces

☐ He visitado Guayaquil más de 5 veces

8. Indique, ¿Cuál es su principal motivo de visita?

☐ Ocio / Turismo

☐ Negocios

☐ Familiar

☐ Residencia

9. ¿De qué manera realizó su visita a este atractivo?

☐ Por cuenta propia

☐ Visita guiada (tour, agencia, guía turístico)

10. ¿Qué tan familiarizado se encuentra con el uso de aplicaciones móviles relacionadas con actividades turísticas?

☐ Nada familiarizado

☐ Poco familiarizado

☐ Moderadamente familiarizado

☐ Muy familiarizado

11. ¿Qué tan útiles considera que son las aplicaciones móviles para realizar actividades turísticas?

- ☐ Nada útiles
- ☐ Poco útiles
- ☐ Moderadamente útiles
- ☐ Muy útiles

12. ¿Cómo le gustaría que sea la navegación de una aplicación móvil relacionada con el turismo?

- ☐ Muy difícil
- ☐ Difícil
- ☐ Ni fácil ni difícil
- ☐ Fácil

13. ¿Qué tipos de aplicaciones de servicios turísticos utiliza usted?

(Puede seleccionar más de una opción)

- ☐ Mapas y navegación
- ☐ Guías turísticas
- ☐ Transporte (taxis, movilidad, alquiler de vehículos)
- ☐ Reservas de alojamiento
- ☐ Restaurantes y recomendaciones gastronómicas
- ☐ Actividades y atracciones turísticas
- ☐ No utilizo aplicaciones turísticas

14. ¿Qué nivel de confianza tiene al utilizar aplicaciones móviles para informarse o realizar actividades turísticas?

- ☐ Ninguna
- ☐ Poca
- ☐ Moderada
- ☐ Mucha

15. ¿Qué dificultades ha experimentado al utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas?

(Puede seleccionar más de una opción)

- ☐ Información poco clara o incompleta
- ☐ Idioma de la aplicación
- ☐ Información desactualizada sobre sitios culturales o eventos
- ☐ Dificultad para ubicar rutas culturales o patrimoniales
- ☐ Falta de opciones de recorridos autoguiados
- ☐ No he utilizado / encontrado aplicaciones móviles para actividades turísticas

16. ¿Qué tan dispuesto estaría a descargar y recomendar una aplicación móvil de contenido cultural y sostenible para la ciudad de Guayaquil?

- ☐ Nada dispuesto
- ☐ Poco dispuesto
- ☐ Moderadamente dispuesto
- ☐ Muy dispuesto

17. ¿Qué actividades culturales le gustaría realizar o conocer durante su visita a la ciudad de Guayaquil?

- ☐ Visita a museos
- ☐ Recorridos por sitios históricos y patrimoniales
- ☐ Rutas culturales autoguiadas
- ☐ Festividades y eventos culturales
- ☐ Gastronomía local
- ☐ Artesanías y mercados locales
- ☐ Actividades culturales en espacios comunitarios

18. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su experiencia turística general en la ciudad de Guayaquil?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Muy satisfecho

19. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural de la ciudad de Guayaquil?

(Puede seleccionar más de una opción)

- ☐ Información histórica y cultural de los atractivos
- ☐ Rutas culturales y patrimoniales autoguiadas
- ☐ Mapas interactivos y geolocalización
- ☐ Información sobre prácticas, transporte y movilidad sostenible
- ☐ Contenido en varios idiomas

20. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones de turismo conoce usted?

- ☐ Civitatis
- ☐ Airbnb
- ☐ Strava
- ☐ TripAdvisor
- ☐ Booking
- ☐ Expedia
- ☐ Google Maps
- ☐ Kayak
- ☐ Moovit
- ☐ Musement

Apéndice 2 Formato de Encuesta



**Proyecto de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil:
Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la
promoción del turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil**

La siguiente entrevista tiene como finalidad conocer, desde la experiencia del personal que labora en atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil, las preferencias y el comportamiento de los visitantes respecto al uso de aplicaciones móviles turísticas. Agradecemos su colaboración.

Nombre del entrevistado:

Establecimiento turístico donde labora:

Tiempo que lleva trabajando en este lugar:

1. Perfil del visitante

- ¿Qué tipo de visitantes recibe con mayor frecuencia en este atractivo turístico (extranjeros, nacionales de otras provincias o residentes de Guayaquil)?
- En cuanto al género de los visitantes, ¿Ha observado si existe una mayor afluencia de hombres, mujeres o si la asistencia es equilibrada?
- **¿El Municipio o la administración del atractivo realiza algún tipo de registro, conteo o censo de visitantes que permita identificar rangos de edad? (Si la respuesta es afirmativa)** ¿Qué grupos etarios son los más frecuentes: niños, jóvenes, adultos o adultos mayores?
- Desde su observación directa, ¿Qué grupo etario considera que visita con mayor frecuencia este atractivo turístico? ¿Por qué cree que ocurre esto?

2. Frecuencia de visita

- Desde su experiencia ¿Los visitantes que llegan a este atractivo turístico suelen ser en su mayoría personas que visitan Guayaquil por primera vez o son visitantes recurrentes?
- ¿Existen diferencias en la frecuencia de visita entre turistas extranjeros, turistas nacionales de otras provincias y residentes de Guayaquil? *(Si las hay)* ¿Cuáles considera que son las más notorias?
- ¿Cuál considera que es el principal motivo por el que los visitantes acuden a este atractivo turístico (ocio/turismo, negocios, visitas familiares u otros)?
- En el caso de los residentes de Guayaquil, ¿Con qué frecuencia observa que visitan este atractivo y con qué finalidad lo hacen?

3. Tipo de visita

- Desde su experiencia, ¿Los visitantes suelen recorrer este atractivo turístico principalmente por cuenta propia o mediante visitas guiadas?
- ¿Ha notado diferencias en el comportamiento, el tiempo de permanencia o el nivel de interés entre los visitantes que realizan recorridos guiados y aquellos que lo hacen de manera individual?
- ¿Qué tipo de visitante considera que opta con mayor frecuencia por las visitas guiadas (extranjeros, nacionales o residentes)? ¿A qué cree que se debe esta preferencia?

4. Uso de tecnología

- ¿Los visitantes suelen utilizar teléfonos inteligentes durante su recorrido por este atractivo turístico?
- ¿En qué momentos de la visita ha observado un mayor uso del teléfono móvil (orientación, toma de fotografías, búsqueda de información, transporte, otros)?
- ¿Qué tipo de aplicaciones móviles considera que utilizan con mayor frecuencia los visitantes durante su estadía en Guayaquil? *(por ejemplo: mapas y navegación, transporte, guías turísticas, restaurantes, reservas, entre otras)*

5. Nivel de familiaridad y confianza en aplicativos móviles

- ¿Qué tan familiarizados considera que están los visitantes con el uso de aplicaciones móviles para actividades turísticas en Guayaquil?
- ¿Ha observado diferencias en el nivel de familiaridad con el uso de aplicaciones móviles entre turistas extranjeros, turistas nacionales y residentes de Guayaquil? *(Si las hay)* ¿Cuáles considera que son las más relevantes?
- ¿Percibe confianza por parte de los visitantes al utilizar aplicaciones móviles para informarse, orientarse o realizar actividades turísticas en la ciudad? ¿Por qué?

6. Dificultades en el uso de aplicativos móviles

- ¿Cuáles considera que son las principales dificultades que enfrentan los visitantes al utilizar aplicaciones móviles para actividades turísticas en Guayaquil?
- ¿Ha recibido consultas o reclamos de los visitantes relacionados con información poco clara, desactualizada o dificultades para ubicar rutas, atractivos o eventos culturales? *(Si la respuesta es afirmativa)* ¿Cuáles son las más frecuentes?
- ¿Considera que la falta de aplicaciones especializadas en rutas culturales o recorridos auto guiados influye en la experiencia del visitante? ¿De qué manera?

7. Intereses culturales del visitante

- ¿Qué actividades culturales generan mayor interés entre los visitantes que llegan a este atractivo turístico? (festividades, gastronomía, artesanías, entre otros).
- ¿Ha notado diferencias en los intereses culturales según el tipo de visitante (extranjeros, nacionales o residentes de Guayaquil)? *(Si las hay)* ¿Cuáles considera que son las más relevantes?
- ¿Considera que los visitantes cuentan con suficiente información digital para conocer y participar en las actividades culturales de la ciudad? ¿Por qué?

8. Experiencia turística

- ¿Cómo describiría la experiencia turística que tienen los visitantes en la ciudad de Guayaquil?
- Desde su perspectiva, ¿Qué aspectos influyen positivamente en la satisfacción de los visitantes durante su visita al atractivo turístico?
- ¿Qué factores considera que afectan de manera negativa la experiencia turística de los visitantes en la ciudad?

9. Aplicación móvil turística para la ciudad de Guayaquil

- ¿Considera que una aplicación móvil turística oficial para la ciudad de Guayaquil sería útil para los visitantes? ¿Por qué?
- ¿De qué manera cree que una aplicación móvil turística podría mejorar la experiencia del visitante en los atractivos turísticos de la ciudad?
- ¿Cree que una aplicación móvil de este tipo podría reducir las consultas presenciales y mejorar la orientación de los visitantes dentro de los atractivos turísticos? Explique.

10. Contenido cultural y turismo sostenible

- ¿Qué tipo de información considera que debería incluir una aplicación móvil para promover el turismo cultural y sostenible en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Qué elementos culturales de la ciudad cree que deberían destacarse prioritariamente en una aplicación móvil turística? *(por ejemplo: historia de los atractivos, rutas patrimoniales, museos, gastronomía, artesanías, eventos culturales)*
- ¿Considera que una aplicación móvil turística podría contribuir a fomentar prácticas de turismo sostenible entre los visitantes? ¿De qué manera?

Apéndice 3 Formato de Ficha de observación



Elemento observado	Descripción
Espacio observado	
Fecha de observación	
Horario observado	
Nivel de afluencia	
Tipo de visitantes	
Procedencia	
Tipo de visita	
Actividades observadas	
Uso de dispositivos móviles	
Uso de aplicaciones	
Dificultades observadas	
Observación relevante	

Apéndice 4 Evidencia fotográfica

Apéndice 4. 1 Encuesta Aeropuerto Jose Joaquin de Olmedo



Apéndice 4. 2 Encuesta Malecón 2000



Apéndice 4. 3 Encuesta Malecón 2000



Apéndice 4. 4 *Encuesta Hotel Oro Verde Guayaquil*



Apéndice 4. 5 *Encuesta Hotel Holiday Inn Guayaquil Airport*



Apéndice 4. 6 Encuesta Hotel Holiday Inn Guayaquil Airport





**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Quiñonez Bonilla, Diana Caroline** con C.C: # 0931303713 y **Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía** con C.C: # 0958281131 autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado/A en Turismo** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2026

LA AUTORA:

Quiñonez Bonilla, Diana Caroline

C.C: 0931303713

Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía

C.C: 0958281131



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil para la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Quiñonez Bonilla, Diana Caroline Jaramillo Guevara, Ariana Rosalía		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Albán Alaña, Luis Fernando		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Turismo		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Turismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de febrero del 2026	No. DE PÁGINAS:	115 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo Cultural, Gestión de Destinos Turísticos, Tecnología Aplicada al Turismo, Identidad cultural, Turismo sostenible, Desarrollo sostenible, Tecnología de la información.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Palabras Clave: Turismo, aplicaciones móviles, contenido turístico digital, destinos turísticos inteligentes, promoción turística digital Keywords: Tourism, mobile applications, digital tourism content, smart tourism destinations, digital tourism promotion		
RESUMEN/ABSTRACT: El presente trabajo de titulación tiene como objetivo desarrollar una propuesta de contenido para el diseño de una aplicación móvil orientada a la promoción del turismo cultural y sostenible de Guayaquil. La investigación parte de la identificación de problemáticas relacionadas con la dispersión de la información turística, la ausencia de rutas culturales estructuradas y la limitada centralización de contenidos digitales confiables para los visitantes. La metodología aplicada combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, incluyendo observación directa, encuestas a turistas y entrevistas a actores vinculados al sector turístico, lo que permitió analizar la oferta y la demanda turística desde una perspectiva integral. Los resultados evidencian que los visitantes presentan un alto nivel de aceptación tecnológica y reconocen el valor de las aplicaciones móviles como herramientas de apoyo durante su experiencia en el destino. A partir de estos hallazgos, se propone un sistema de contenido turístico digital enfocado en sectores emblemáticos como el Barrio Las Peñas, Puerto Santa Ana, el Malecón 2000 y la calle Panamá, integrando rutas culturales, atractivos, establecimientos gastronómicos y recursos visuales. La propuesta no aborda el desarrollo técnico del aplicativo, sino la estructuración del contenido como elemento clave para la promoción turística.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-78735972 +593-9-63090292	E-mail: carolinegerenciavloce@gmail.com arianajaramillo@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			