



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la
ciudad de Guayaquil.**

AUTORA:

Romero Robles, Mariel Juliette

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTOR:

Ec. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.

Guayaquil, Ecuador
26 de febrero del 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Romero Robles, Mariel Juliette**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**.

TUTOR



**Luis Fernando Alban
Alana**



f. _____
Ec. Albán Alaña, Luis Fernando, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Romero Robles, Mariel Juliette**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresa**, 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 26 del mes de febrero del año 2026

AUTORA

f. _____

Romero Robles, Mariel Juliette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Romero Robles, Mariel Juliette**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2026

AUTORA

f. _____
Romero Robles, Mariel Juliette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE COMPILATIO

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Mariel.Romero

0%
Textos sospechosos

0% Similitudes (ignorado)
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
2% Idiomas no reconocidos (ignorado)

Nombre del documento: Mariel.Romero.doc
ID del documento: f266b25ac07ddebdb67e912e9dbe59c26ab3e3b
Tamaño del documento original: 4,36 MB

Depositante: Luis Fernando Albán Alaña
Fecha de depósito: 20/2/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/2/2026

Número de palabras: 17.752
Número de caracteres: 127.072

TUTOR

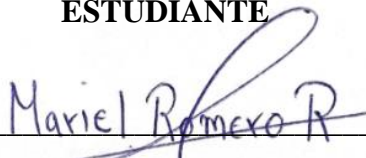


Luis Fernando Alban
Alana



f. _____
Ec. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

ESTUDIANTE

f. 
Romero Robles, Mariel Juliette

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a mi tutor de tesis por su orientación, paciencia y apoyo constante durante todo el proceso de investigación. Sus conocimientos y consejos fueron fundamentales en cada etapa de este trabajo.

A mis docentes, por compartir sus enseñanzas y motivarme a seguir creciendo profesional y personalmente. A la institución, por brindarme los recursos y el espacio necesario para desarrollar esta investigación.

A mi familia, por su amor incondicional, comprensión y respaldo en los momentos de mayor desafío. Su apoyo fue mi mayor fortaleza para culminar esta etapa.

A mis amigos y compañeros, por sus palabras de ánimo y colaboración durante el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de una u otra manera, contribuyeron a la realización de este trabajo y formaron parte importante de esta etapa de mi vida.

Romero Robles, Mariel Juliette

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, y por otorgarme la sabiduría y la perseverancia necesarias para alcanzar mis metas.

A mis padres, Dorys Robles y Vicente Romero, por su amor incondicional, su acompañamiento constante y sus palabras de aliento.

Gracias a su esfuerzo y dedicación, hoy puedo celebrar este logro tan importante.

A mi hermana Melissa, por su compañía, consejos y respaldo en cada etapa de este proceso, siempre motivándome a seguir adelante y recordándome que no estoy sola.

A mi tío Antonio Robles, quien, aunque no esté físicamente, sé que me cuida y me guía desde el cielo. Estoy segura de que se sentiría profundamente orgulloso de mí y de este logro alcanzado.

A mis jefes, María Barragán y David Guamán, por su comprensión, orientación y disposición para apoyarme siempre que lo necesité. En especial a David Guamán, por sus valiosos consejos y por motivarme a dar lo mejor de mí durante todo este proceso.

Como dijo Rengoku Kyojuro:

"Vivan con orgullo y la frente en alto, no permitas que tus miedos y debilidades te alejen de tus objetivos. Mantén tu corazón ardiendo; no importa lo que pase, sigue avanzando y no te rindas. A pesar de haberte caído, recuerda que el tiempo no espera a nadie, no te hará compañía ni compartirá tus penas."

Romero Robles, Mariel Juliette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Pérez Villamar, José Guillermo
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar, David, Mgs.
OPONENTE

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
INTRODUCCIÓN	2
ANTECEDENTES	4
Planteamiento del Problema	7
Justificación	10
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
CAPÍTULO I	12
Marco Teórico-Referencial y Conceptual	12
Turismo	12
Motivaciones de visita a un producto turístico.....	20
Demanda Turística.....	23
Desarrollo turístico	25
Entretenimiento Esparcimiento y Recreación	28
Turismo sostenible.....	29
Marco Legal	30
Capítulo II	34
Marco Metodológico	34
Enfoque de la investigación.....	34
Tipo de investigación.....	34

Nivel de investigación	35
Diseño de investigación	35
Población.....	35
Muestra	36
Técnicas y herramientas para la recolección de información	37
Observación estructurada.....	37
Entrevista.....	39
Encuesta	41
Capítulo III	44
Análisis de los resultados	44
Resultados de la observación estructurada	44
Resultados de la entrevista.....	45
Resultados de la encuesta	46
Análisis FODA.....	54
Diagnóstico.....	54
Estrategias de reactivación.....	55
Capítulo IV	57
Propuesta.....	57
Plan de acción	62
Resultados esperados	63
Presupuesto estimado de la propuesta	63
Capítulo V	65
Conclusiones	66

Recomendaciones.....	68
Referencias	69
ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla comparativa de los malecones analizados	5
Tabla 2	Ficha técnica	6
Tabla 3	Componentes de un producto turístico	13
Tabla 4	Ficha Técnica.....	14
Tabla 5	Componentes de jerarquización.....	15
Tabla 6	Prácticas de turismo	17
Tabla 7	El turismo: Teoría y práctica.....	24
Tabla 8	Caracterización de la población del estudio	35
Tabla 9	Muestra del estudio.....	36
Tabla 10	Matriz de variables e indicadores para la observación estructurada.....	38
Tabla 11	Matriz de dimensiones, variables y preguntas guía para entrevistas semiestructuradas del Malecón 2000	40
Tabla 12	Instrumento de encuesta: variables, preguntas y tipo de respuesta	41
Tabla 13	Servicios del Malecón 2000 identificados a partir de las encuestas.	59
Tabla 14	Propuesta en plan de acción	62
Tabla 15	Presupuesto estimado de la propuesta de reactivación del Malecón 2000 ...	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Jerarquía	7
Figura 2 Vista satelital de la Ubicación.....	8
Figura 3 Modelo de gestión de “National trust for places of historic interest or natural beauty”	19
Figura 4 Jerarquía de necesidades de Maslow	22
Figura 5 Modelo Pentagonal.....	25
Figura 6 Ciclo de evolución	26
Figura 7 Gráfico de desarrollo sostenible	27
Figura 8 Modelo de competitividad.....	28
Figura 9 Modelo de interacción	28
Figura 10 Turismo sostenible	29
Figura 11 Sexo predominante	47
Figura 12 Rango de edad	47
Figura 13 Actividades.....	48
Figura 14	49
Figura 15 Visitantes locales, nacionales o internacionales	49
Figura 16 Mantenimiento del lugar	50
Figura 17 Seguridad	51
Figura 18 Rango de satisfacción	51
Figura 19 Opinión de los visitantes	52
Figura 20 Prácticas sostenibles	52

Figura 21 Áreas verdes	53
Figura 22 Señalización	53
Figura 23 Apreciación de la infraestructura.....	54

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo. diseñar estrategias para su reactivación, mediante un estudio de mercado que permita consolidarlo como un producto turístico competitivo y sostenible.

El estudio se fundamentó en modelos y teorías de administración aplicadas al ámbito turístico, así como en el análisis de la situación actual del Malecón en términos de infraestructura, gestión, oferta de actividades y comportamiento de la demanda. Los resultados evidencian que el espacio mantiene una alta afluencia, principalmente de visitantes locales y grupos familiares, con una percepción positiva en cuanto a seguridad y limpieza. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con la modernización de áreas recreativas, la diversificación de actividades culturales y el fortalecimiento de prácticas sostenibles.

En respuesta, se plantearon cuatro estrategias: optimización de la infraestructura, diversificación de la oferta cultural y recreativa, fortalecimiento de la comunicación y promoción segmentada, e implementación de acciones ambientales sostenibles. Estas propuestas se estructuraron en un plan de acción con actividades, responsables, plazos y recursos definidos para garantizar su viabilidad.

La reactivación del Malecón 2000 requiere un enfoque integral orientado a mejorar la experiencia del visitante, fortalecer la gestión y consolidar su posicionamiento como espacio urbano, turístico y cultural sostenible en la ciudad de Guayaquil.

Palabras Claves: *Reactivación turística, gestión estratégica, sostenibilidad, posicionamiento, infraestructura urbana.*

ABSTRACT

This research aimed to design strategies for the reactivation of “Malecón 2000” through a market study that would consolidate it as a competitive and sustainable tourism product.

The study was based on management models and theories applied to the tourism sector, as well as an analysis of the current situation of the place in terms of infrastructure, management processes, activity offerings, and demand behavior. The results show that the site maintains a high visitor flow, mainly composed of residents and family groups, with a generally positive perception regarding safety and cleanliness. However, opportunities for improvement were identified in the modernization of recreational areas, the diversification of cultural activities, and the strengthening of sustainable practices.

In response, four strategies were proposed: infrastructure optimization, diversification of cultural and recreational offerings, enhancement of communication and targeted promotion, and implementation of sustainable environmental actions. These proposals were structured within an action plan detailing activities, responsibilities, timelines, and required resources to ensure their feasibility.

The reactivation of “Malecón 2000” requires a comprehensive approach focused on improving visitor experience, strengthening management practices, and consolidating its positioning as a sustainable urban, cultural, and tourism space in the city of Guayaquil.

Keywords: *Tourism reactivation, strategic management, sustainability, positioning, urban infrastructure.*

INTRODUCCIÓN

El desarrollo urbano constituye un proceso integral que busca mejorar las condiciones de habitabilidad, funcionalidad y sostenibilidad de las ciudades. Desde una perspectiva contemporánea, la planificación urbana ha incorporado la recuperación de los espacios públicos como eje de cohesión social y dinamización económica (Borja, 2016).

En este sentido, las intervenciones urbanas orientadas a revitalizar zonas degradadas han demostrado ser estrategias eficaces para reactivar la vida comunitaria, fomentar la movilidad sostenible y fortalecer la identidad territorial (Jacobs, 2019). Las ciudades que priorizan el desarrollo urbano sostenible no solo mejoran la calidad de vida de sus habitantes, sino que también generan entornos atractivos para la inversión y el turismo.

El desarrollo de los malecones ha cobrado relevancia como parte de los proyectos de regeneración urbana. Estos espacios, ubicados generalmente en zonas ribereñas o costeras, integran funciones recreativas, culturales y turísticas que contribuyen al bienestar ciudadano (Chauvet, 2025).

Los malecones no solo ofrecen áreas de esparcimiento y descanso, sino que actúan como plataformas para la promoción del turismo local, mediante la incorporación de productos turísticos, ferias artesanales, actividades culturales y gastronómicas (Bejarano, 2016). De este modo, se consolidan como espacios multifuncionales que equilibran la relación entre el entorno natural, el desarrollo económico y la recreación urbana, estos se configuran como atractivos turísticos de alto valor dentro de las estrategias de desarrollo local. Su singularidad radica en la capacidad de reunir una diversidad de elementos paisajísticos y culturales que los convierten en polos de atracción para residentes y visitantes (Álvarez, 2018).

En diferentes partes del mundo, estos sitios se han transformado en símbolos urbanos, como el Malecón de La Habana, el de Mazatlán o el Malecón Tajamar en Cancún, los cuales articulan cultura, entretenimiento y turismo en un solo espacio. Según Herrera (2019), la gestión eficiente de estos entornos potencia la competitividad turística de las ciudades y contribuye al fortalecimiento de su imagen urbana.

En el caso de la ciudad de Guayaquil, el Malecón 2000 representa uno de los proyectos más emblemáticos de regeneración urbana del Ecuador. Concebido como un espacio público integral, combina infraestructura moderna, áreas verdes, espacios culturales y recreativos a lo largo del río Guayas (Chauvet, 2025).

En los últimos años ha mostrado signos de disminución en su actividad turística y comercial, evidenciando la necesidad de diseñar estrategias que impulsen su reactivación. Por ello, el presente trabajo tiene como propósito elaborar estrategias para la reactivación del Malecón 2000, contribuyendo al fortalecimiento del desarrollo urbano y turístico de la ciudad de Guayaquil bajo criterios de sostenibilidad y gestión participativa.

Este trabajo se estructura compuesto por cuatro capítulos.

El Capítulo I aborda los fundamentos teóricos de la investigación, los antecedentes más relevantes, estudios similares, conceptos clave y el marco legal que sustenta el estudio, en el Capítulo II se presenta el diagnóstico turístico del Malecón 2000, dividido en tres fases:

Análisis de la situación actual, mediante fichas técnicas adaptadas para evaluar la oferta y demanda turística; formulación del diagnóstico, a través de un análisis FODA; y definición del producto turístico, utilizando la Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable de Chile. El Capítulo III detalla la metodología de investigación, los instrumentos de recolección de datos como la observación directa, entrevistas a actores clave y encuestas a visitantes, con el fin de conocer las preferencias y percepciones sobre el uso turístico del Malecón 2000.

El Capítulo IV propone el modelo de gestión para el uso adecuado del espacio turístico, orientado a diversificar los atractivos y mejorar la sostenibilidad del sitio. Dicho modelo permitirá fortalecer la oferta recreativa y cultural, contribuyendo al posicionamiento del Malecón 2000 como un referente del turismo sostenible en la ciudad de Guayaquil.

ANTECEDENTES

Antes de la intervención urbana que dio origen al Malecón 2000, la ribera del río Guayas en Guayaquil se encontraba en un estado de notable deterioro tanto físico como social.

Según Hurtado (2019) en 1992, bajo la alcaldía de León Febres-Cordero, se impulsó una renovación urbana basada en un modelo innovador de gestión público-privada, que sentó las bases para proyectos emblemáticos.

Cervantes (2018), indica que la transformación del Malecón 2000 se inició en la década de 1990, siendo uno de los proyectos más ambiciosos de regeneración urbana en Ecuador. Su creación se inauguró oficialmente el 9 de octubre de 1999, con la apertura de la Plaza Cívica como símbolo de esta renovación urbana, este proyecto se caracterizó por su modelo de financiamiento mixto, basado en la colaboración público-privada, donde más de 47.000 donantes, entre empresas y ciudadanos particulares, aportaron recursos para su desarrollo

El Malecón 2000, que mantiene un flujo mensual promedio de aproximadamente 1.8 millones de visitantes (Blacio, 2020).

Además, representa un modelo de integración de diversos componentes urbanos, recreativos, culturales y comerciales que han contribuido a posicionarlo como un espacio público accesible, ordenado y representativo. Sin embargo, pese a sus logros, estudios recientes identifican desafíos en su consolidación como un destino turístico integral, especialmente en lo que respecta a la actualización de sus estrategias de promoción, diversificación de la oferta y coordinación entre actores públicos y privados (Navas, 2019). Estas problemáticas motivan la necesidad de repensar su gestión, incorporando enfoques innovadores, inclusivos y sostenibles que permitan fortalecer su competitividad y asegurar su desarrollo armónico con la ciudad.

A continuación, La siguiente tabla muestra una comparación entre el Malecón 2000 de Guayaquil y otros malecones destacados de América Latina, considerando aspectos como ubicación, extensión, gestión, atractivos principales, enfoque de desarrollo y desafíos.

Tabla 1*Tabla comparativa de los malecones analizados*

Aspecto	Malecón 2000 (Ecuador)	Malecón de Miraflores (Perú)	Malecón de Puerto Vallarta (México)
Ubicación	Ribera del río Guayas, Guayaquil	Costa del Pacífico, Lima	Litoral del Pacífico, Jalisco
Extensión	2.5 km aprox.	6 km aprox.	1.5 km aprox.
Gestión	Fundación público- privada	Municipalidad de Miraflores	Administración municipal y sector privado
Atractivos principales	Monumentos, museos, parques, embarcaderos	Parques, ciclovías, miradores, Larcomar	Esculturas, eventos culturales, gastronomía
Enfoque de desarrollo	Regeneración urbana y seguridad	Paisajismo recreación sostenible	y Identidad cultural y turismo artístico
Desafíos	Reactivación y mantenimiento	Saturación turística y tráfico	Conservación y control comercial
Lecciones aplicables a Guayaquil	Gestión	Gestión paisajística y sostenibilidad	Promoción cultural y arte público

Nota. El estudio comparativo demuestra que los malecones latinoamericanos exitosos comparten tres factores clave: una gestión sostenida, la diversificación de su oferta recreativa y una integración armónica con la ciudad.

En el contexto de la transición del análisis de referentes internacionales y nacionales hacia los desarrollos locales, el Malecón 2000 emerge como un caso paradigmático para comprender los procesos de transformación del espacio público en Guayaquil. Su evolución sintetiza la aplicación de modelos contemporáneos de regeneración urbana y gestión integrada, lo que permite situarlo como un hito en la modernización del borde ribereño de la ciudad.

A partir de su caracterización técnica presentada en la siguiente tabla es posible dimensionar la complejidad de su diseño, la diversidad de sus componentes funcionales y el alcance de su impacto sociourbano.

Esta revisión permitirá identificar las fortalezas históricas del Malecón 2000, así como las oportunidades de mejora para potenciar su papel como eje articulador del turismo urbano y del desarrollo sostenible de Guayaquil.

Tabla 2
Ficha técnica

Elemento	Descripción
Nombre oficial	Malecón Simón Bolívar (conocido como Malecón 2000)
Ubicación	Ribera del río Guayas, centro de Guayaquil, Ecuador
Extensión	Aproximadamente 2.5 km
Área total	21 hectáreas
Inicio del proyecto	1997
Inauguración	Julio del año 2000
Entidad ejecutora	Fundación Malecón 2000
Tipo de gestión	Pública – privada
Principales atractivos	Hemiciclo de la Rotonda, MAAC, Palacio de Cristal, Jardines del Malecón, IMAX, muelles fluviales
Objetivos del proyecto	Regeneración urbana, reactivación turística, seguridad ciudadana y promoción cultural
Visitantes anuales	Más de 3 millones (estimado, M.I. Municipio de Guayaquil, 2022)
Financiamiento	Aportes municipales, inversión privada y organismos internacionales

Nota. Plan de Desarrollo Urbano Sostenible de Guayaquil (Municipio de Guayaquil, 2022)

En relación con la jerarquía que posee, el Malecón 2000 se organiza bajo un esquema estructural que integra distintos niveles funcionales y administrativos, los cuales permiten su adecuada gestión, operación y sostenibilidad como espacio turístico urbano de relevancia nacional. En la cúspide jerárquica se encuentra la Fundación

Malecón 2000, entidad responsable de la planificación, mantenimiento, promoción y administración general del complejo. Esta institución coordina con el Municipio de Guayaquil y otros organismos públicos y privados para garantizar la conservación del entorno y el cumplimiento de los objetivos de desarrollo urbano y turístico.

Figura 1
Jerarquía



Los proyectos urbanos cuidadosamente planificados y ejecutados, representan la esencia espacial de la ciudad contemporánea. Entre sus objetivos destacan la recuperación de espacios públicos tradicionales, la promoción de la ocupación residencial en áreas céntricas, la implementación de usos mixtos del suelo y el fomento de la diversidad, vitalidad y riqueza urbana, configurando así la ciudad que Guayaquil busca consolidar.

El Malecón 2000 constituye uno de los principales hitos urbanos y turísticos de Guayaquil; sin embargo, a más de dos décadas de su inauguración, enfrenta signos de estancamiento en su dinamismo social, económico y cultural. La disminución del flujo de visitantes, la pérdida de diversidad en sus actividades y la limitada integración con otros espacios del centro urbano evidencian la necesidad de replantear su modelo de gestión y promoción.

Planteamiento del Problema

El turismo urbano se ha consolidado como un motor de desarrollo económico, social y cultural en diversas ciudades de América Latina. En Ecuador, Guayaquil se

los nuevos perfiles vinculados a la digitalización y la movilidad laboral. Incorporar estas tendencias representa una oportunidad para fortalecer su proyección internacional y su competitividad frente a otros destinos de la región.

La coordinación entre los distintos actores que participan en la gestión del espacio, autoridades locales, operadores turísticos, comerciantes y gestores culturales es esencial para avanzar hacia una visión compartida de desarrollo. Guaño Lamiña y Tierra Portilla (2021) sostienen que la presencia del comercio informal, más que un obstáculo, puede considerarse una oportunidad para promover modelos de gestión inclusivos. Integrar a estos actores dentro de la planificación urbana puede favorecer la cohesión social, mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la economía local.

Aunque el Malecón 2000 cuenta con una oferta amplia, su potencial podría aprovecharse mejor mediante una especialización y una mayor articulación con otros atractivos cercanos, como el barrio Las Peñas y el Cerro Santa Ana, generando un circuito turístico urbano más dinámico y sostenible (Mina Alcívar y Moreira Cevallos, 2025).

El fortalecimiento de la gestión y la diversificación de la oferta en el Malecón 2000 permitirían generar mayores beneficios económicos y sociales para la ciudad, además de consolidar a Guayaquil como un referente del turismo urbano en el contexto regional. Por ello, esta investigación se centrará en el análisis del Malecón 2000 y de sus principales actores turísticos, tanto formales como informales, con especial atención en el diseño de estrategias de gestión y promoción para el período 2020–2026.

Así, la pregunta que guía esta investigación es:

¿Cómo una propuesta de estrategias reactiva el producto turístico malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil?

¿De qué manera puede el análisis del mercado turístico y la identificación de fortalezas y oportunidades del Malecón 2000 contribuir al diseño de estrategias que fortalezcan su posicionamiento como un destino urbano competitivo y sostenible en Guayaquil?

Justificación

El presente estudio se centra en la revalorización del Malecón 2000 como un elemento estratégico para el desarrollo turístico y económico de Guayaquil, dado su papel como espacio urbano de alto valor simbólico, cultural y recreativo. Analizar sus características, atractivos y dinámicas de uso permite identificar oportunidades para incrementar su capacidad de atracción de visitantes, diversificar la oferta turística y fortalecer la actividad comercial en su entorno, generando efectos positivos directos sobre la economía local y regional.

Desde una perspectiva académica y práctica, este trabajo contribuye al entendimiento de cómo los espacios públicos urbanos pueden integrarse al sistema turístico de manera sostenible, equilibrando la conservación de su patrimonio con la dinamización de la economía creativa y cultural. De la misma manera, proporciona insumos para orientar la toma de decisiones y la formulación de estrategias que optimicen la experiencia del visitante, fomenten la inversión y fortalezcan la proyección de Guayaquil como destino competitivo en el contexto nacional e internacional.

En síntesis, la relevancia de este trabajo radica en que respalda el desarrollo económico del Malecón 2000 y del sector turístico de la ciudad mediante un análisis integral que permite identificar fortalezas, limitaciones y áreas de mejora, asegurando su consolidación como un referente urbano y turístico sostenible, inclusivo y rentable.

Objetivos

Objetivo General

Proponer estrategias para el malecón 2000 mediante un estudio del mercado para fortalecer el posicionamiento del producto turístico como un atractivo turístico competitivo y sostenible de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Identificar modelos y teorías de administración aplicadas a productos turísticos para diseñar herramientas de investigación
2. Analizar la situación actual del Malecón 2000 en función de sus procesos administrativos, oferta y demanda para proponer oportunidades de mejora.
3. Proponer estrategias de mejoras para reactivar el producto turístico malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO I

Marco Teórico-Referencial y Conceptual

Turismo

El turismo se define como el conjunto de actividades, relaciones y fenómenos sociales, económicos y espaciales que surgen del desplazamiento temporal de personas hacia lugares distintos a su entorno habitual, con fines de ocio, recreación, descanso, negocios u otros. Esta definición incluye tanto el viaje y la estadía como los servicios, infraestructura y actividades recreativas, culturales y económicas asociadas (Leiper, 1979; De Esteban Curiel y Cetin, 2015).

El turismo es un fenómeno que involucra distintos aspectos: sociales, económicos, culturales y espaciales. Según las investigaciones realizadas por Netto (2009), es posible que el turismo se aborde desde varias perspectivas disciplinarias, incluyendo economía, sociología, geografía y administración, lo que evidencia su complejidad y alcance en la vida moderna.

Esta actividad constituye un motor de desarrollo económico y social, generando experiencias personales significativas y fomentando la generación de empleo, la inversión en infraestructura y la conservación del patrimonio cultural y natural de las localidades receptoras (Smith, 2015).

Desde una perspectiva psicológica y motivacional, Crompton (1979) plantea en su estudio, que las decisiones turísticas tienen gran influencia de factores intrínsecos, como la búsqueda de descanso, aventura o aprendizaje, y por factores extrínsecos, tales como el prestigio social o la exploración de nuevos entornos.

En consecuencia, el turismo puede considerarse un fenómeno complejo que integra diversas dimensiones, como de carácter individual, social y territorial, impactando directamente en la planificación urbana, la gestión de recursos turísticos y la sostenibilidad de los destinos.

Modelo de Producto turístico

El modelo de producto turístico se entiende como la conceptualización integral de todos los elementos que conforman la oferta turística, incluyendo recursos naturales, culturales y humanos, infraestructura, servicios y experiencias percibidas por el visitante (Kotler, Bowen & Makens, 2016).

Este enfoque permite analizar el turismo como un sistema complejo en el que la satisfacción del turista depende de la interacción armoniosa entre componentes tangibles e intangibles, tales como alojamientos, gastronomía, transporte, atracciones y actividades recreativas (Middleton & Clarke, 2012).

Diversos autores indican que la diferenciación de un producto turístico no solo reside en la capacidad de generar experiencias memorables y emociones positivas que contribuyan a la fidelización y a la promoción del destino, todo esto, centrándose en sus características físicas o funcionales (Pine & Gilmore, 2011).

De esta manera, el modelo de producto turístico constituye una herramienta fundamental para la planificación estratégica, el desarrollo sostenible y la gestión eficiente de los destinos turísticos.

Tabla 3
Componentes de un producto turístico

Componente	Descripción breve	Ejemplos
Naturaleza	Recursos físicos y paisajes	Playas, montañas, ríos, parques
Cultura	Patrimonio y tradiciones	Museos, festivales, sitios históricos
Personas	Interacción con la comunidad y personal	Guías, hoteleros, artesanos, anfitriones
Infraestructura	Instalaciones y equipamiento	Hoteles, restaurantes, transporte, aeropuertos
Servicios	Apoyo al turista	Información, seguridad, transporte, asistencia
Actividades	Experiencias y entretenimiento	Senderismo, visitas guiadas, talleres, deportes
Experiencia	Elementos intangibles y sensaciones	Diversión, aprendizaje, relajación, emociones

Inventario de turismo

El inventario de turismo se define como un registro sistemático y detallado de los recursos turísticos disponibles en un destino, incluyendo atractivos naturales, culturales, históricos, infraestructura, servicios y actividades recreativas, con el fin de analizar, planificar y gestionar la oferta turística de manera estratégica (Inskeep, 1991).

Este instrumento permite identificar la capacidad de carga, las fortalezas y debilidades del destino, así como establecer prioridades para el desarrollo sostenible y la promoción efectiva (Weaver & Lawton, 2014).

Mediante la elaboración de un inventario turístico el procedimiento para la toma de decisiones de los gestores locales y regionales se facilita notablemente, específicamente al proporcionar información objetiva sobre la disponibilidad, accesibilidad y calidad de los recursos, contribuyendo a la competitividad y a la experiencia satisfactoria del visitante (Hall, 2011). Es decir, el inventario constituye una herramienta esencial para la planificación turística integral y la gestión racional de los destinos.

Tabla 4
Ficha Técnica

Componentes	Descripción	Forma de medición
Nombre del producto	Identificación del producto turístico	Registro nominal o codificación
Tipo de turismo	Clasificación según el interés del visitante	Categorías: naturaleza, cultural, aventura, gastronómico, urbano
Ubicación	Localización geográfica del recurso	Coordenadas GPS, mapa o dirección
Recursos	Elementos naturales, culturales o humanos que conforman el producto	Inventario físico, conteo de atractivos, relevamiento
Infraestructura	Instalaciones que soportan la visita	Número de hoteles, restaurantes, transporte disponible
Servicios	Apoyo al visitante durante la experiencia	Disponibilidad y calidad: transporte, guías, información turística

Actividades	Experiencias ofrecidas al turista	Registro de actividades, frecuencia, duración y tipo
Capacidad	Capacidad de carga o número de visitantes que puede soportar	Número máximo de visitantes por día, área o actividad
Accesibilidad	Facilidad de acceso al producto	Distancia, tiempo de traslado, vías disponibles
Calidad percibida	Nivel de satisfacción y percepción del visitante	Encuestas, escalas de satisfacción, comentarios
Valor agregado	Elementos diferenciadores o experiencias únicas	Presencia de eventos, interacción cultural, atractivos exclusivos

Jerarquía de productos y atractivos turísticos

La jerarquía de productos y atractivos turísticos promueve la organización y clasificación de los elementos turísticos de un destino según su importancia, capacidad de atracción y función dentro del sistema estratégico (Smith, 2015).

Esta estructura permite diferenciar entre los atractivos primarios o generadores de visitas, que constituyen el principal motivo de desplazamiento de los turistas, y los atractivos secundarios, que complementan la experiencia y prolongan la estancia (Leiper, 1990).

Tabla 5
Componentes de jerarquización

Componente de jerarquización	Descripción	Ejemplos	Autor(es)
Atractivos primarios	Elementos que constituyen el principal motivo de visita	Parques nacionales, monumentos históricos, playas reconocidas	Smith (2015); Leiper (1990)
Atractivos secundarios	Elementos que complementan y	Restaurantes, tiendas, recorridos culturales,	Smith (2015); Leiper (1990)

	prolongan la estancia	eventos locales	
Productos tangibles	Recursos físicos y concretos que componen el destino	Recursos naturales, infraestructura turística, patrimonio cultural	Middleton y Clarke (2012)
Productos intangibles	Experiencias y servicios percibidos por el visitante	Servicios turísticos, emociones, aprendizaje, diversión	Middleton y Clarke (2012)
Función estratégica	Rol dentro del sistema turístico del destino	Generación de visitas, fidelización, diversificación de la oferta	Prideaux (2000)
Capacidad de atracción	Potencial para atraer visitantes y generar demanda	Atractivos con alta visibilidad, reconocimiento nacional o internacional	Smith (2015); Prideaux (2000)

Complementos del producto turístico

Los complementos del producto turístico se refieren a los servicios y elementos adicionales que acompañan al atractivo principal de un destino, los cuales son esenciales para mejorar la experiencia del visitante y aumentar su satisfacción (Kotler, Bowen y Makens, 2016).

La adecuada gestión de estos complementos no solo potencia la competitividad del destino, sino que también contribuye a la sostenibilidad económica y social, al generar ingresos adicionales y oportunidades de empleo para la comunidad local (Pine & Gilmore, 2011). Por tanto, los complementos del producto turístico constituyen un componente estratégico dentro del diseño y planificación de la oferta turística, asegurando la calidad, la diversidad y la integración de los servicios ofrecidos.

Prácticas de turismo

Las prácticas de turismo comprenden las actividades y comportamientos desarrollados por los individuos durante su experiencia en destinos turísticos,

incluyendo el ocio, la recreación, la cultura, el entretenimiento y la interacción con la comunidad local (Smith, 2015).

Estas prácticas no solo responden a las motivaciones y expectativas de los turistas, sino que también configuran la forma en que los destinos son percibidos y valorizados, influyendo en la planificación y gestión de la oferta turística (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2008).

La clasificación en turismo aborda distintos tipos como del sistema de naturaleza, urbano, cultural, gastronómico o de aventura, dependiendo de los intereses y necesidades de los visitantes, así como de los recursos disponibles en el destino (Middleton & Clarke, 2012).

La comprensión de estas prácticas permite a los gestores turísticos diseñar productos integrales y estrategias que mejoren la experiencia del turista y contribuyan al desarrollo sostenible de los destinos.

Tabla 6
Prácticas de turismo

Autor(es)	Tipos o prácticas de turismo	Ejemplos concretos
Smith (2015)	Entretenimiento	Paseos en parques, conciertos, deportes recreativos
	Cultura	Visitas a museos, festivales, patrimonio histórico
	Entretenimiento	Parques temáticos, espectáculos, cine
	Interacción con la comunidad	Talleres de artesanía, gastronomía local
Middleton & Clarke (2012)	Naturaleza	Senderismo, campamentos, observación de fauna
	Urbano	Recorridos por la ciudad, compras, monumentos
	Cultural	Museos, turismo religioso, festivales
	Gastronómico	Rutas de comida, catas, talleres culinarios

Turismo Urbano

El turismo urbano se refiere al conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en entornos urbanos, caracterizados por la concentración de población, infraestructura, servicios y atractivos culturales, históricos y recreativos (Richards & Wilson, 2006).

Este tipo de turismo permite a los visitantes explorar museos, plazas, monumentos, malecones, gastronomía local y eventos culturales, combinando experiencias de ocio, educación y entretenimiento (Ashworth & Page, 2011).

El turismo urbano aporta al desarrollo económico local de acuerdo con la generación de fuentes de empleo, ingresos por servicios turísticos y las gestiones en espacios públicos, al tiempo que plantea desafíos relacionados con la sostenibilidad, la gestión de flujos turísticos y la preservación del patrimonio urbano (García-Hernández, de la Calle-Vaquero y Yubero, 2017).

Ecoturismo

El ecoturismo se define como una modalidad de turismo orientada a la visita responsable de áreas naturales, con el objetivo de conservar el medio ambiente, promover el bienestar de las comunidades locales y generar experiencias educativas para los visitantes (Honey, 2008).

Esta forma de turismo se centra en la apreciación de la biodiversidad, los paisajes naturales y los ecosistemas, fomentando prácticas sostenibles que minimicen los impactos negativos sobre el entorno y los recursos naturales (Weaver, 2008). Además, el ecoturismo integra la participación activa de las comunidades locales en la gestión y prestación de servicios, promoviendo la valorización cultural, la educación ambiental y la generación de ingresos que contribuyan al desarrollo económico regional (Orams, 1995).

Por ello, el ecoturismo no solo constituye una estrategia de diversificación de la oferta turística, sino que también se posiciona como un instrumento clave para la conservación ambiental y el fortalecimiento del turismo sostenible.

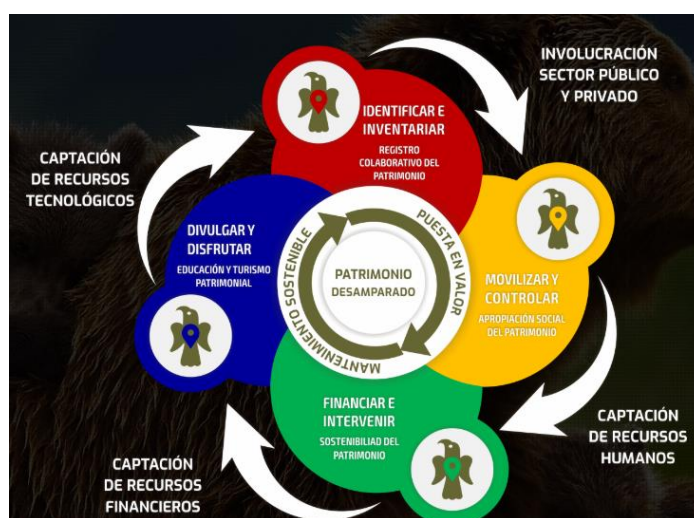
Turismo patrimonial

El turismo patrimonial se centra en la visita y apreciación de bienes culturales, históricos y arquitectónicos que representan la identidad y memoria de una comunidad o región (Timothy & Boyd, 2003).

Este tipo de turismo permite a los visitantes acceder a museos, sitios arqueológicos, monumentos, centros históricos y tradiciones culturales, promoviendo la educación, la valoración del patrimonio y la conservación de los recursos culturales (Chhabra, 2010).

Figura 3

Modelo de gestión de “National trust for places of historic interest or natural beauty”



Además, el turismo patrimonial contribuye al desarrollo económico local mediante la generación de ingresos por entradas, servicios turísticos y comercio asociado, al tiempo que fomenta la participación de la comunidad en la preservación de su legado cultural (García-Hernández, de la Calle-Vaquero & Yubero, 2007). La gestión adecuada de este segmento turístico requiere estrategias que equilibren la afluencia de visitantes con la protección del patrimonio, garantizando experiencias significativas sin comprometer la integridad histórica y cultural de los recursos.

Prácticas de turismo en malecones

Las prácticas de turismo en malecones comprenden una variedad de actividades recreativas, culturales, gastronómicas y de esparcimiento que buscan satisfacer las necesidades de ocio y disfrute de los visitantes, al mismo tiempo que promueven la interacción social y la valoración del espacio urbano (García & Pérez, 2017).

Estos espacios, caracterizados por su accesibilidad, conectividad y proximidad a atractivos naturales y culturales, se convierten en escenarios de turismo urbano que fomentan la caminata, el ciclismo, la asistencia a eventos culturales y la participación en actividades deportivas y recreativas (Choi, Lehto & Morrison, 2007). Además, la gestión estratégica de los malecones implica la integración de servicios turísticos, infraestructura de apoyo y eventos culturales, permitiendo la diversificación de experiencias y la prolongación de la estancia de los visitantes (Dredge & Jenkins, 2011).

De esta manera, los malecones se consolidan como destinos turísticos urbanos que combinan la recreación, el entretenimiento y la valoración patrimonial, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la dinamización económica local.

Modelo de rentabilización de espacios turísticos

El modelo de rentabilización de espacios turísticos comprende un enfoque estratégico con objetivos relacionados a maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales de los destinos a través de la optimización de sus recursos y la oferta de productos turísticos diversificados (Kotler, Bowen y Makens, 2016).

Se integra la planificación de servicios, la segmentación de mercados, la optimización de la infraestructura y la implementación de estrategias de marketing, con el fin de aumentar la afluencia de visitantes y prolongar su permanencia en el destino (Middleton y Clarke, 2012).

Se considera la monetización de espacios públicos y atractivos mediante actividades recreativas, culturales, gastronómicas y de entretenimiento, equilibrando la generación de ingresos con la sostenibilidad ambiental y social (UNWTO, 2018). La correcta aplicación de este modelo permite a los gestores turísticos identificar oportunidades de inversión, mejorar la experiencia del visitante y garantizar la viabilidad económica de los espacios turísticos a mediano y largo plazo.

Motivaciones de visita a un producto turístico

La motivación turística constituye un conjunto de necesidades, deseos y factores psicológicos que impulsan al individuo a desplazarse y participar en actividades turísticas, configurándose como el elemento inicial del proceso de decisión de viaje (Crompton, 1979).

Dann (1977) indica que desde el enfoque del modelo *push-pull*, estas motivaciones se organizan en factores internos asociados a impulsos personales como la necesidad de descanso, evasión de la rutina, búsqueda de aprendizaje, interacción social o reconocimiento y factores externos vinculados con los atributos del destino, entre ellos la calidad de los atractivos, la infraestructura disponible, la accesibilidad o la imagen proyectada. A su vez, Maslow, (1943) en la teoría de la motivación humana plantea que los turistas buscan satisfacer necesidades jerarquizadas, que van desde las fisiológicas hasta la autorrealización, mediante experiencias que otorguen significado y valor personal

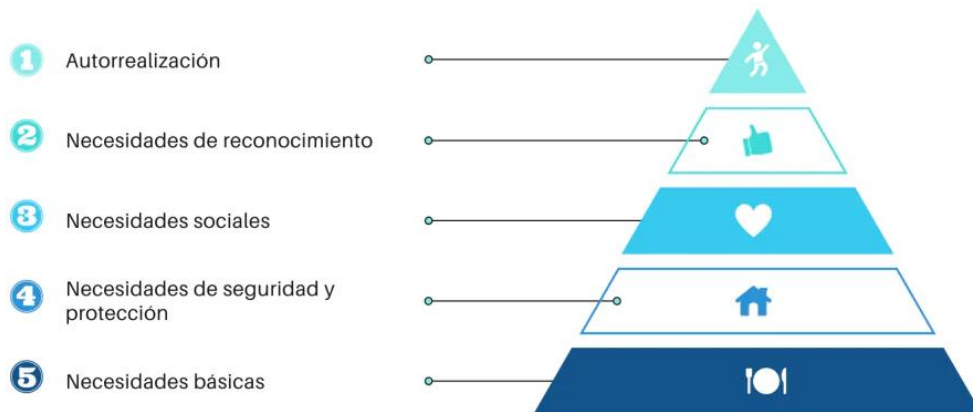
En concordancia con estas perspectivas, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) clasifica las motivaciones en recreativas, culturales, sociales, educativas, de negocios, de salud, religiosas y de aventura. El estudio de estas motivaciones resulta esencial para el diseño y la gestión de productos turísticos capaces de responder adecuadamente a las expectativas del visitante y fortalecer la competitividad del destino.

Teoría de Maslow y motivación turística

La teoría de la motivación humana de Maslow (1943) sostiene que las necesidades humanas se estructuran jerárquicamente, desde las fisiológicas hasta la autorrealización. En el turismo, esta jerarquía permite explicar por qué los individuos eligen determinados destinos o productos turísticos: las necesidades básicas (fisiológicas y de seguridad) orientan la selección hacia destinos que ofrecen confort, servicios confiables y seguridad; las necesidades sociales y de estima motivan la participación en actividades culturales, recreativas y de interacción social; mientras que la autorrealización impulsa la búsqueda de experiencias únicas, educativas o transformadoras.

La aplicación de Maslow al turismo permite comprender los distintos tipos de segmentos de visitantes según sus motivaciones y la planificación de productos turísticos que respondan de forma positiva a sus expectativas, incrementando la satisfacción y fidelización del turista, como se observa en el siguiente esquema, la jerarquía de necesidades aplicada al contexto turístico, representa según cada nivel, distintos conjuntos de motivaciones que impulsan al visitante a elegir productos o destinos.

Figura 4
Jerarquía de necesidades de Maslow



Motivos de visita a parques temáticos

Los motivos de visita a parques temáticos se centran en la búsqueda de entretenimiento, diversión, experiencias intensas y escapatoria de la rutina, combinando factores emocionales, sociales y cognitivos que permiten vivir momentos memorables (Mina Alcívar, M. F y Moreira Cevallos, G. J., 2025). Los parques temáticos se conciben como productos turísticos complejos, donde la interacción entre motivaciones internas y atributos del destino genera experiencias memorables, posicionándolos como espacios que satisfacen necesidades de evasión, novedad, exploración y participación activa.

Motivos de visita a parques nacionales

Diversos estudios indican que las visitas a parques nacionales están motivadas principalmente por la apreciación del paisaje, la observación de flora y fauna, la realización de actividades físicas y el descanso en entornos naturales, reflejando necesidades de evasión urbana, enriquecimiento personal y conexión con la naturaleza (Baker & Stewart, 2002; Driver, Brown, y Peterson, 1991)

La interacción entre las motivaciones individuales y los atributos del destino determina la experiencia de visita, destacando la búsqueda de naturaleza, tranquilidad y aprendizaje ambiental. Así, los parques nacionales se constituyen en espacios turísticos que integran recreación, educación ambiental y socialización, ofreciendo elementos estratégicos para su gestión y promoción efectiva (Borja, 2016).

Motivos de visita a malecones

Los motivos de visita a malecones urbanos se relacionan principalmente con actividades de recreación, ocio y socialización, ya que estos espacios ofrecen zonas peatonales, miradores, áreas verdes y acceso a cuerpos de agua que facilitan el descanso y el disfrute del paisaje (Ríos García, 2020; Guerrero Valdivia, 2022). Además, los malecones funcionan como espacios de encuentro social y cultural, donde los visitantes participan en eventos, paseos y actividades de interacción comunitaria, fortaleciendo la cohesión social y la apropiación del espacio público (Torres y Sánchez, 2019).

La dimensión estética y paisajística también constituye un factor motivacional relevante, dado que la combinación de vegetación, vistas panorámicas y diseño urbano atractivo contribuye a experiencias de bienestar emocional y sentido de identidad local (Guerrero Valdivia, 2022). En conjunto, estas motivaciones reflejan que los malecones no solo cumplen funciones recreativas, sino que también desempeñan un papel importante en la vida urbana, cultural y social de las ciudades.

Demanda Turística

Según Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, y Wanhill (2008), la demanda turística toma en consideración al número de turistas que desean visitar un destino determinado en un período específico, bajo parámetros de precio, ingreso, disponibilidad de tiempo y preferencias personales.

Matemáticamente, la demanda turística puede expresarse con la siguiente fórmula:

$$D_t = f(P, Y, T, A, S)$$

A continuación, se detalla cada una de las variables que componen la fórmula.

Tabla 7

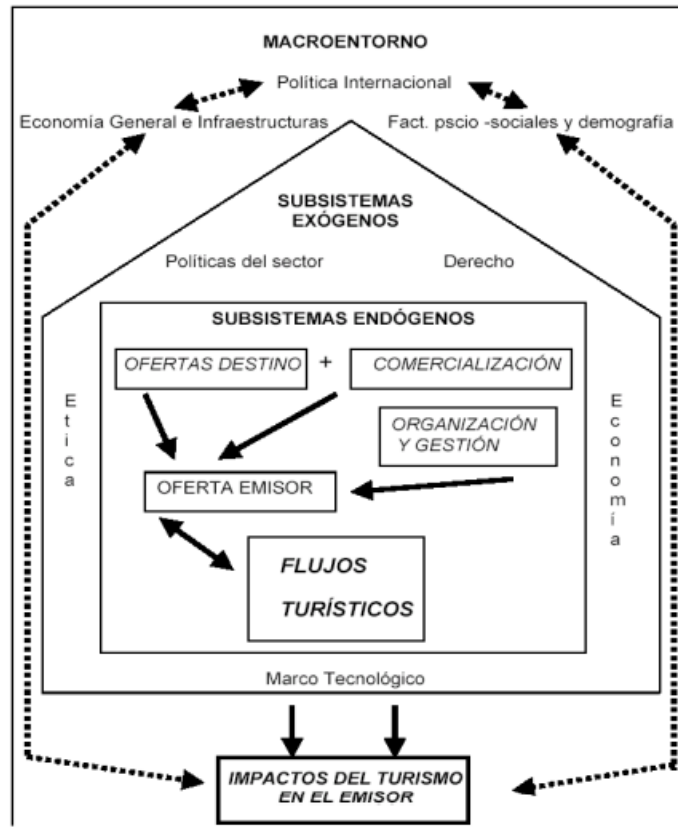
El turismo: Teoría y práctica

Variable	Símbolo	Rol en la Demanda Turística
Demanda Turística	D_t	Volumen efectivo de productos y experiencias que el conjunto de viajeros está dispuesto y es capaz de adquirir en un destino determinado durante un horizonte temporal específico.
Precio de la Oferta Turística	P	Estructura de precios que rige el consumo en el destino, abarcando las tarifas de alojamiento, transporte y el valor monetario de todos los bienes y servicios complementarios.
Ingreso Disponible del Turista	Y	Porción de la renta personal del viajero que ha sido asignada o está disponible para la financiación del consumo turístico, siendo un factor determinante en la elección y duración del viaje.
Tiempo de entretenimiento o vacaciones	T	Días u horas disponibles para el viaje, limitando o facilitando la decisión de viajar.
Atractivo y Calidad del Destino	A	Percepción del valor, singularidad y calidad de la experiencia ofrecida por el destino.
Factores Socioculturales	S	Tendencias sociales, modas, seguridad, condiciones políticas y afinidades culturales que influyen en la decisión.

Modelos de demanda Turística

Los modelos de demanda turística buscan predecir el flujo de turistas y entender los factores que lo afectan.

Figura 5
Modelo Pentagonal



Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se refiere al proceso planificado mediante el cual un destino incrementa su capacidad para recibir visitantes, mejora su infraestructura, servicios y atractivos, y genera beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad local. Se considera un proceso integral que combina planificación urbana, sostenibilidad, conservación ambiental y estrategias de marketing (Inskeep, 1991; Hall, 2008).

Modelos de desarrollo turístico

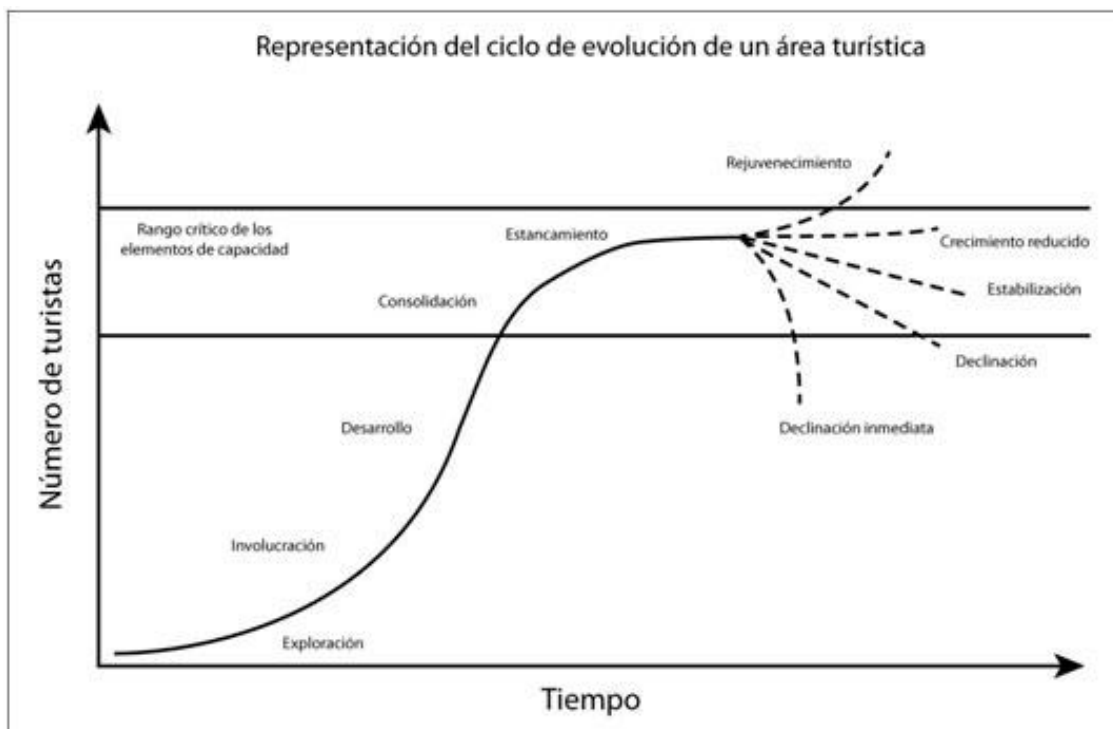
Existen varios modelos teóricos que explican cómo se desarrolla el turismo en un destino:

Modelo de Butler o Ciclo de Vida del Destino (Doxey, 1975; Butler, 1980)

Propone que los destinos turísticos pasan por etapas sucesivas: exploración, participación, desarrollo, consolidación, estancamiento, y eventualmente rejuvenecimiento o declive.

Cada etapa presenta características específicas en términos de infraestructura, flujo de turistas, impacto social y percepción de la comunidad local, además permite planificar estrategias de crecimiento y anticipar problemas como sobre-turismo, degradación ambiental o pérdida de identidad cultural.

Figura 6
Ciclo de evolución

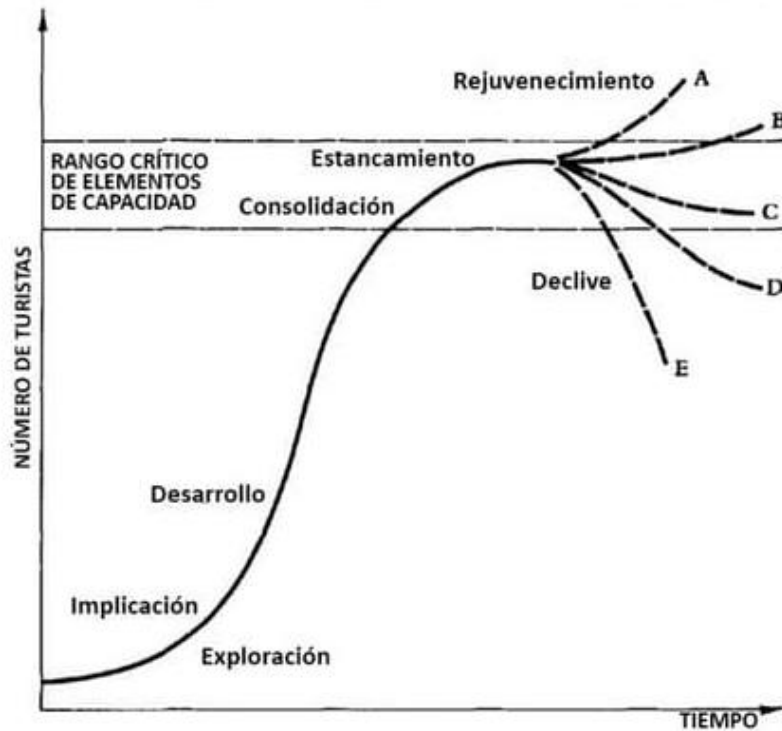


Modelo de desarrollo sostenible del turismo (Butler & Hall, 1998)

Integra dimensiones económicas, sociales y ambientales en la planificación turística.

Se centra en la gestión equilibrada de recursos, participación comunitaria y preservación de atractivos naturales y culturales, además, es útil para destinos urbanos y patrimoniales, como el Malecón 2000, donde el turismo debe contribuir al desarrollo local sin comprometer la calidad de vida de los residentes ni el patrimonio histórico.

Figura 7
Gráfico de desarrollo sostenible

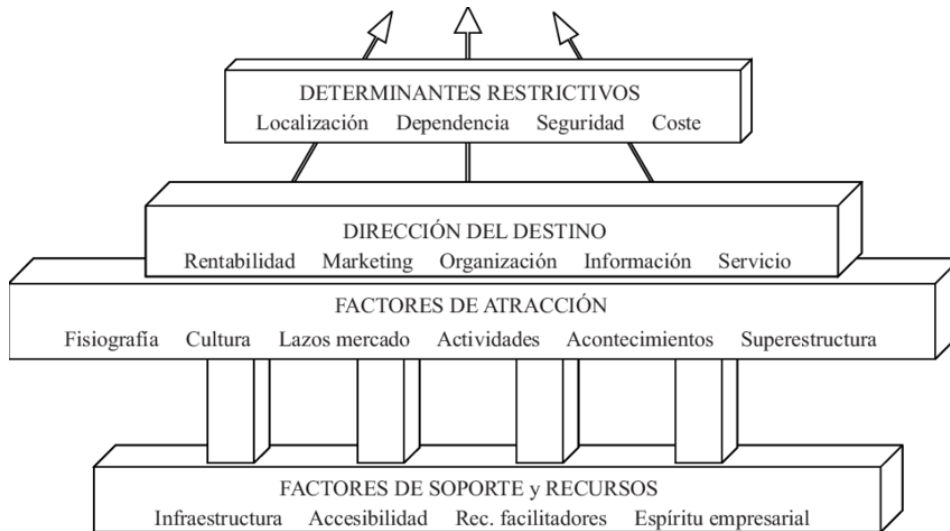


Modelo de desarrollo turístico basado en la competitividad (Ritchie & Crouch, 2003)

Se centra en estrategias para aumentar la competitividad del destino mediante innovación, calidad de servicios, marketing y gestión de recursos. Considera factores internos como la infraestructura, cultura y patrimonio, como también indica los factores externos que comprenden la competencia de otros destinos, tendencias de mercado.

Es útil para destinos urbanos que buscan diferenciarse y atraer turistas nacionales e internacionales.

Figura 8
Modelo de competitividad

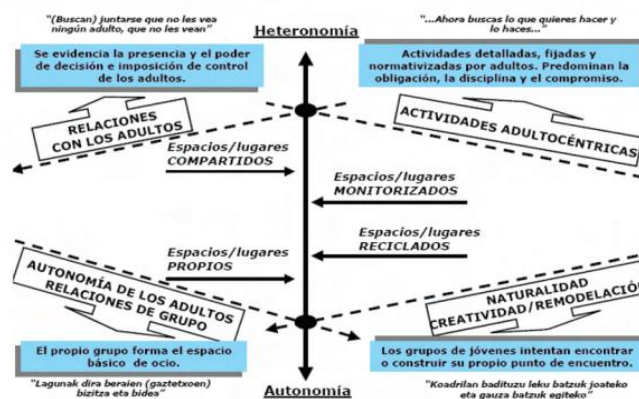


Entretenimiento Esparcimiento y Recreación

El entretenimiento, el esparcimiento y la recreación constituyen componentes esenciales de la experiencia turística, ya que contribuyen al bienestar físico, emocional y social de los individuos (Crouch & Louviere, 2004).

El entretenimiento se refiere a actividades diseñadas para la diversión y el disfrute, generando experiencias memorables que aumentan la satisfacción del visitante (Kotler, Bowen & Makens, 2016).

Figura 9
Modelo de interacción



Nota. Berrio-Otxoa, Hernández y Martínez (2002)

Por su parte, el esparcimiento implica actividades voluntarias que permiten la relajación y la liberación de tensiones, mientras que la recreación se centra en el

desarrollo de habilidades, la socialización y el contacto con entornos naturales o urbanos (Shaw & Dawson, 2001).

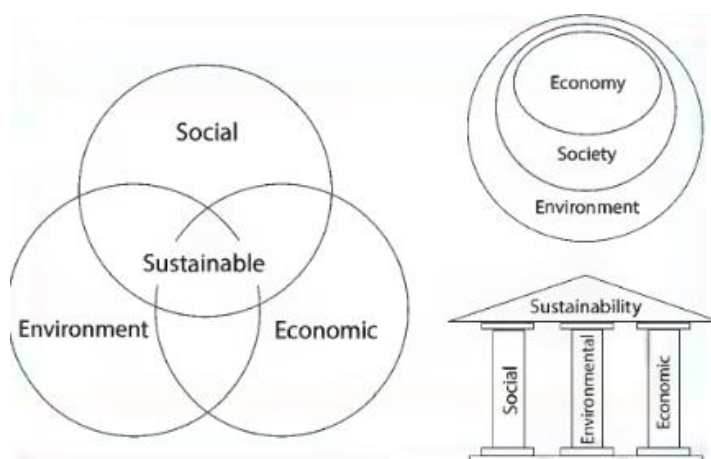
En el contexto del turismo, la integración de estos tres elementos fortalece la competitividad de los destinos, prolonga la estancia de los turistas y promueve interacciones culturales y sociales significativas, contribuyendo al desarrollo sostenible de la oferta turística (Middleton & Clarke, 2012).

Turismo sostenible

El turismo sostenible se concibe como un enfoque de planificación y gestión turística que busca satisfacer las necesidades de los turistas y de los destinos receptores, al mismo tiempo que se protege y mejora la integridad ambiental, social y cultural de los territorios (UNWTO, 2013).

Figura 10

Turismo sostenible



Nota. Tres pilares de la sostenibilidad: en busca de los orígenes conceptuales. Adaptado de Purvis, B., Mao, Y. y Robinson, D. (2019). *Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. Sustainable Science*, 14, 681–695. doi:10.1007/s11625-018-0627-5.

Este modelo promueve la minimización de impactos negativos sobre los ecosistemas y comunidades locales, fomentando prácticas responsables que integren conservación, equidad social y desarrollo económico (Gössling, Scott y Hall, 2015).

Se destaca la participación activa de las comunidades locales en la toma de decisiones y en la prestación de servicios, lo que contribuye a la preservación de

tradiciones culturales y al fortalecimiento del sentido de identidad territorial (Sharples, 2018). De esta manera, constituye una herramienta estratégica para garantizar la viabilidad a largo plazo de los destinos turísticos, conciliando la satisfacción de los visitantes con la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales.

Marco Legal

El presente marco legal da a conocer las normas fundamentales que califican como verídicas ante el uso del espacio público con fines recreativos y turísticos, así como la regulación del turismo como actividad pública-privada regulada por el Estado. Estas normas constituyen el soporte normativo para la planificación, gestión y reactivación del Malecón 2000.

Constitución de la República del Ecuador

La normativa vigente establece derechos ciudadanos vinculados al hábitat, la ciudad, los espacios públicos, la recreación, la cultura y el esparcimiento, la cual hace legítima la existencia y el uso de espacios públicos como bienes comunes.

La ley consagra mediante el artículo 31 de la Constitución de la República del Ecuador (2015) que “las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural”.

Este mandato constitucional establece que la ciudad y sus espacios públicos deben gestionarse de forma democrática, reconociendo la función social y ambiental de la ciudad y de la propiedad, lo que denomina legítimas las intervenciones urbanas, de recuperación y revalorización del espacio público con fines de convivencia, recreación y bienestar colectivo. De la misma manera, prevalecen los artículos constitucionales que garantizan derechos relacionados al bienestar, la salud, la cultura, la recreación, y la participación ciudadana, componentes fundamentales para justificar que los espacios públicos sean accesibles, funcionales y de calidad para todos los ciudadanos.

Estos preceptos constitucionales respaldan el derecho ciudadano a usar y disfrutar espacios públicos como el Malecón 2000, con fines recreativos, culturales y turísticos. De manera que cualquier estrategia de reactivación debe respetar estos derechos

garantizando accesibilidad, sostenibilidad, equidad social y la integridad del espacio público.

Normativa nacional del turismo: Ley de Turismo (Ley No. 97, 2002)

En un nivel normativo que comprende sectores, la Ley de Turismo regula la actividad turística en Ecuador, definiendo sus principios, competencias del Estado, obligaciones de prestadores y derechos de usuarios, así como los lineamientos para la promoción, desarrollo y gestión del turismo como componente del desarrollo nacional y local.

Se presentan los artículos relevantes de esta ley:

Artículo 1.

Establece que la ley determina el marco legal que regirá “la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

Artículo 2.

Define turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.”

Artículo 3.

Estipula los principios fundamentales de la actividad turística en Ecuador, entre ellos: la iniciativa privada; la participación de los gobiernos provincial y cantonal dentro del marco de la descentralización; el fomento de infraestructura y servicios públicos; la conservación permanente de los recursos naturales y culturales; y la participación comunitaria, incluyendo pueblos indígenas, montubios o afroecuatorianos.

Capítulo relativo a áreas turísticas protegidas

El capítulo de “Áreas Turísticas Protegidas” regula la actividad turística en zonas con valor natural, histórico o cultural, estableciendo parámetros de conservación, límites de uso, regulación ambiental y gestión conjunta entre turismo y ambiente.

Las leyes indican las obligaciones a los prestadores turísticos, exigen registro, categoría, estándares de calidad lo que implica que cualquier oferta turística, incluso en espacios urbanos o públicos, deben cumplir normativas de regulación, calidad y protección al usuario.

La Ley de Turismo provee el marco legal nacional que habilita la promoción de espacios públicos o urbanos como destinos turísticos, legitimando su gestión turística bajo principios de conservación, participación y desarrollo. Para el Malecón 2000, este marco permite diseñar estrategias de turismo responsable, ordenado y regulado.

La Constitución y la Ley de Turismo proporcionan un marco normativo nacional, formal y completo, lo que indica que debe cumplir con una implementación práctica de la reactivación del Malecón 2000 con regulaciones municipales específicas que definan usos, mantenimiento, ordenamiento, seguridad, calidad, servicios, y coordinación pública-privada.

La Normativa Municipal y la Empresa Pública de Turismo a nivel local

La Constitución y la Ley de Turismo proveen el marco normativo nacional necesario, la implementación operativa y práctica de la estrategia de reactivación del Malecón 2000 exige la complementación con regulaciones específicas del ámbito municipal.

Regulaciones Municipales:

Es indispensable considerar las ordenanzas y resoluciones municipales de Guayaquil que definen aspectos específicos como los usos de suelo, el mantenimiento, el ordenamiento territorial, la seguridad, la calidad de los servicios y los mecanismos de coordinación público-privada en el espacio del Malecón 2000.

Capacidad de Gestión de la Empresa Pública de Turismo:

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado (2023), la gestión y operación del Malecón 2000 están intrínsecamente ligadas a las disposiciones constitutivas y estatutarias de la Empresa Pública de Turismo de Guayaquil o de la entidad administradora vigente. Su reglamento, facultades, artículos de capacidad operativa y financiera definen el margen de acción para la ejecución de proyectos de reactivación.

Esta entidad cuenta con las facultades para administrar, mantener y promover el Malecón 2000, actuando como el actor principal en la implementación de las estrategias de reactivación. Su capacidad de gestión es un factor determinante para el éxito de cualquier iniciativa.

Por lo tanto, la reactivación del Malecón 2000 requiere una articulación multinivel que armonice los derechos constitucionales, los lineamientos nacionales de promoción turística, y las capacidades ejecutivas y regulatorias definidas en el ámbito local y a través de su entidad administradora.

Capítulo II

Marco Metodológico

En este capítulo se describen los métodos y procedimientos empleados en el desarrollo de la investigación, incluyendo el enfoque, el tipo y el diseño del estudio, así como las técnicas utilizadas para la recolección y el análisis de los datos. Asimismo, se especifican la población y la muestra seleccionadas, los instrumentos aplicados y los procesos de validación implementados para asegurar la calidad y confiabilidad de la información obtenida.

El marco metodológico proporciona la estructura necesaria para organizar y ejecutar el estudio de forma sistemática, garantizando que los resultados sean pertinentes y susceptibles de aplicación efectiva.

Enfoque de la investigación

La investigación adopta un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión integral del Malecón 2000. El enfoque cuantitativo permite analizar datos medibles sobre la percepción y frecuencia de uso del espacio, identificando patrones y tendencias a partir de información numérica, mientras que el cualitativo complementa este análisis al profundizar en opiniones, experiencias y valoraciones de los usuarios, proporcionando un contexto más amplio que enriquece la interpretación de los resultados.

Tipo de investigación

El presente trabajo es de tipo aplicado, ya que se centra en analizar una problemática concreta relacionada con la percepción y uso del Malecón 2000, con el fin de generar información útil para la toma de decisiones y mejora de su gestión. Se desarrolla mediante un diseño no experimental transversal, basado en la observación y análisis de la realidad en su contexto natural, sin manipulación de variables. Este enfoque permite obtener una visión precisa y actual de las percepciones y comportamientos de los usuarios, identificando tendencias y relaciones entre variables a partir de datos reales.

Nivel de investigación

El estudio se sitúa en un nivel descriptivo y exploratorio. El nivel descriptivo caracteriza la percepción y frecuencia de uso del Malecón 2000 mediante datos cuantitativos, identificando patrones, comportamientos y tendencias de los usuarios, mientras que el nivel exploratorio indaga en los factores que condicionan dichas percepciones y comportamientos, a través del análisis cualitativo de opiniones, experiencias y valoraciones, permitiendo reconocer elementos no evidentes a simple vista, como dinámicas sociales y aspectos del entorno que influyen en el uso del espacio. La combinación de ambos niveles proporciona una visión integral, que describe la situación actual y explica los factores que la determinan, facilitando la formulación de propuestas de mejora adaptadas a las necesidades reales (Hernández, Fernández y Baptista, 2024).

Diseño de investigación

Población

Según Arias-Gómez J, et al., (2016), la población de estudio comprende el conjunto de unidades claramente definidas y con acceso viable, que se establecen como base para la selección de la muestra en función de los requerimientos y objetivos de la investigación. En este contexto, la población analizada está integrada por tres empresas que participan en procesos de producción, distribución y comercialización de productos solubles e instantáneos, entre los que se incluyen café soluble, bebidas en polvo y otros productos alimenticios derivados.

Tabla 8

Caracterización de la población del estudio

Elemento	Descripción
Tipo de población	Usuarios del Malecón 2000 que frecuentan este espacio recreativo y turístico.
Ubicación geográfica	Ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.
Actividad principal	Uso recreativo, turístico, cultural y social del Malecón 2000.
Tipos de	Visitantes locales, turistas nacionales e internacionales.

usuarios

Población El promedio mensual de la población que frecuenta este espacio urbano es de aproximadamente 1,8 millones de personas, según datos de la Alcaldía de Guayaquil (2024).

Universo

Muestra

La muestra se constituye como un subconjunto representativo de la población de usuarios del Malecón 2000, seleccionado con el objetivo de analizar las variables planteadas en el estudio. Esta selección permite obtener resultados que, bajo criterios metodológicos, pueden generalizarse a la población total de visitantes. La pertinencia de la muestra está determinada por la naturaleza del problema investigado y el enfoque de análisis adoptado (Grau, 2020).

Para este estudio se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que permite acceder con facilidad a los visitantes presentes durante el período de recolección de datos. La muestra está compuesta por usuarios del Malecón 2000 que realizan actividades recreativas, culturales, sociales o turísticas, incluyendo visitantes locales, turistas nacionales e internacionales.

Se consideraron variables como la edad, el tipo de visitante y la actividad principal realizada, con el fin de obtener información integral sobre la percepción del espacio y la frecuencia de uso. Esta estrategia asegura que los datos recopilados reflejen de manera más completa las experiencias y opiniones de los distintos tipos de usuarios.

Tabla 9*Muestra del estudio*

Grupo de usuarios	Descripción del rol en el uso del Malecón 2000	Tiempo
Visitantes locales	Personas que usan el Malecón para recreación, deporte o actividades culturales.	
Turistas nacionales	Visitantes de otras provincias del Ecuador que realizan recorridos turísticos.	2 horas
Turistas internacionales	Visitantes extranjeros que realizan recorridos turísticos y culturales.	

Nota. Elaboración propia con base en información recopilada directamente de los visitantes del Malecón 2000 (2025).

Técnicas y herramientas para la recolección de información

Para recolectar la información necesaria sobre la percepción y frecuencia de uso del Malecón 2000, se emplearán técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan un análisis integral del comportamiento de los usuarios. Entre estas técnicas, se utilizará la observación estructurada, la entrevista y la encuesta, con el fin de obtener datos precisos y complementarios sobre el uso del espacio y la satisfacción de los visitantes.

Observación estructurada

Esta herramienta consiste en registrar de manera sistemática los comportamientos y actividades de los visitantes, siguiendo previamente un protocolo estandarizado, en este estudio, la observación se realizará directamente en los espacios del Malecón 2000, sin interferir en las actividades normales de los usuarios. Se monitorearán variables como el número de visitantes y tipo de usuario (local, nacional o internacional), las actividades realizadas (recreativas, culturales, deportivas o sociales), el uso de áreas específicas (zonas de descanso, áreas culturales o comerciales) y la interacción de los visitantes con el entorno. Esta técnica permitirá identificar patrones de comportamiento, frecuencia de uso y el nivel de aprovechamiento de los espacios públicos (Wired, 2022)

Tabla 10*Matriz de variables e indicadores para la observación estructurada*

Dimensión	Variable	Ítems
Demográfica	Sexo	1. ¿Cuál es el sexo predominante que visita el Malecón 2000? 2. ¿Percibe diferencias en la afluencia de visitantes según el sexo entre los días de semana y los fines de semana en el Malecón 2000?
	Edad	1. ¿Cuál es el rango de edad predominante? 2. ¿Qué proporción de visitantes son jóvenes, adultos o adultos mayores?
	Tamaño del grupo de visita	1. ¿Cuántas personas conforman el grupo de visita del usuario observado en el Malecón 2000?
Conductual	Tipo de visitante	1. ¿Los visitantes son locales, nacionales o internacionales?
	Frecuencia de visita	1. ¿Con qué frecuencia visitan el Malecón 2000?
	Actividad principal	1. ¿Qué actividades realizan: recreativas, culturales, deportivas o sociales? 2. ¿Qué áreas del Malecón utilizan con mayor frecuencia?
Experiencial	Percepción del espacio	1. ¿Cómo perciben la seguridad del lugar? 2. ¿Cómo valoran la limpieza y el mantenimiento? 3. ¿Qué nivel de comodidad encuentran en

		áreas de descanso y senderos?
Infraestructura y entorno	Nivel de interacción	1. ¿Participan en actividades culturales o recreativas?
	Uso de servicios	1. ¿Utilizan los servicios disponibles en el Malecón 2000?
	Estado de la infraestructura	1. ¿Cómo evalúan el estado de la infraestructura del Malecón 2000?
	Señalización	1. ¿Se observa señalización clara y adecuada?
	Mantenimiento y sostenibilidad	1. ¿El mantenimiento de áreas verdes es adecuado? 2. ¿Se aplican acciones de sostenibilidad como reciclaje y ahorro energético?

Nota. Elaboración propia, basada en Hernández, Fernández y Baptista (2024)

Entrevista

La entrevista es un instrumento de gran utilidad en investigación, ya que permite recabar información detallada a través de un diálogo estructurado o semiestructurado, posibilitando aclarar dudas y profundizar en los aspectos que no pueden captarse mediante métodos cuantitativos (Díaz-Bravo, 2013).

Para el presente estudio se emplearán entrevistas semiestructuradas con los administradores del Malecón 2000, con el fin de explorar percepciones, experiencias y opiniones sobre la infraestructura, servicios, actividades y seguridad del espacio. Este método permitirá obtener información cualitativa que complemente los datos obtenidos mediante la observación estructurada y las encuestas, proporcionando un panorama más completo de la satisfacción y expectativas.

Durante las entrevistas, se abordarán diferentes dimensiones y variables relacionadas con la administración del espacio.

Tabla 11

Matriz de dimensiones, variables y preguntas guía para entrevistas semiestructuradas del Malecón 2000

Dimensión	Variable	Preguntas / Ítems
Demográfica	Información sobre los visitantes	1. ¿Cuál es el perfil predominante de los visitantes del Malecón 2000? 2. ¿Percibe diferencias en la afluencia según sexo, edad o tipo de visitante?
Conductual	Comportamiento y frecuencia de los visitantes	1. ¿Qué tipos de visitantes (locales, nacionales, internacionales) predominan? 2. ¿Con qué frecuencia visitan el Malecón según su observación o registro? 3. ¿Qué actividades realizan con mayor frecuencia los visitantes y en qué áreas del Malecón?
Experiencial	Experiencia y satisfacción del visitante	1. ¿Cómo considera que los visitantes perciben la seguridad, limpieza y comodidad del Malecón? 2. ¿Qué interacción tienen con las actividades culturales o recreativas? 3. ¿Qué comentarios o sugerencias frecuentes reciben los visitantes sobre su experiencia?
Infraestructura y entorno	Mantenimiento, servicios y sostenibilidad	1. ¿Cómo evalúa el estado general de la infraestructura y los servicios del Malecón?

2. ¿Qué prácticas de sostenibilidad se aplican actualmente (reciclaje, señalización ambiental, ahorro energético)?

3. ¿Qué mejoras considera necesarias para optimizar la experiencia de los visitantes y la operatividad del Malecón?

Nota. Elaboración propia, basada en Hernández, Fernández y Baptista (2024)

Encuesta

Según Hernández, Fernández y Baptista (2024) la encuesta es un instrumento de recolección de datos constituido por un conjunto de preguntas diseñadas para obtener información sobre una o varias variables, con el propósito de describir características de una población o explorar relaciones entre variables.

En este estudio, se implementará una encuesta estructurada dirigida a los visitantes del Malecón 2000, con el objetivo de evaluar aspectos relacionados con la percepción, frecuencia de uso, satisfacción y experiencia general del espacio. La aplicación de este instrumento permitirá obtener datos cuantitativos que faciliten un análisis estadístico confiable y representativo de la población estudiada.

Tabla 12

Instrumento de encuesta: variables, preguntas y tipo de respuesta

Dimensión	Variable	Ítem (Pregunta)	Tipo de respuesta sugerido
Demográfica	Sexo	¿Con qué sexo se identifica?	Masculino Femenino Otro
	Edad	¿Cuál es su rango de edad?	Menos de 25 25 a 34

		35 a 44
		5 a 54
		55 o más
	Tamaño del grupo de visita	¿Cuántas personas conforman su grupo al visitar el Malecón 2000?
	Tipo de visitante	¿Se considera visitante local, nacional o internacional?
		Local Nacional Internacional
	Frecuencia de visita	¿Con qué frecuencia visita el Malecón 2000?
		Diariamente Semanalmente Mensualmente Ocasionalmente Primera vez
Conductual	Actividad principal	¿Qué tipo de actividades realiza principalmente en el Malecón 2000?
		Recreativas Deportivas Culturales Gastronómicas Paseo Otro
	Duración de la visita	¿Cuál es la duración promedio de su estadía en el Malecón 2000?
		Menos de 1 hora 1 a 2 horas 2 a 3 horas Más de 3 horas
	Seguridad percibida	¿Cómo calificaría la seguridad en el Malecón 2000 durante su visita?
Experiencial		Muy inseguro Inseguro Regular Seguro Muy seguro
	Limpieza y mantenimiento	¿Cómo valora la limpieza y el mantenimiento del lugar?
		Muy deficiente Deficiente Regular Bueno

		Excelente	
Satisfacción general	¿Cuál es su nivel de satisfacción con la experiencia en el Malecón 2000?	Nada satisfecho	Poco satisfecho
		Regular	Satisfecho
			Totalmente satisfecho
	Recomendación	¿Recomendaría el Malecón 2000 a familiares o amigos?	Sí / No
Infraestructura y entorno	Conciencia ambiental	¿Percibe que se promueven prácticas sostenibles en el Malecón 2000 (reciclaje, señalización ambiental, ahorro energético)?	Sí / No / Parcialmente

Nota. Elaboración propia, basada en Hernández, Fernández y Baptista (2024)

Capítulo III

Análisis de los resultados

En esta sección se presentan y examinan los datos obtenidos a través de las diversas técnicas de recolección empleadas en la investigación.

Resultados de la observación estructurada

Dimensión Demográfica

Los visitantes del Malecón 2000 son predominantemente hombres adultos, que acuden en pequeños grupos de tres personas. Esto evidencia que el espacio funciona como un lugar de interacción social y recreativa para grupos de amigos o familiares adultos. La afluencia se mantiene estable durante la semana y los fines de semana, lo que indica que el Malecón es percibido como un espacio seguro y atractivo para distintos grupos de población, independientemente del género.

Dimensión Conductual

La mayoría de los visitantes proviene de otras ciudades del país y su frecuencia de visita es ocasional, lo que muestra que el Malecón 2000 se percibe como un destino recreativo puntual más que como un espacio de uso diario. Las actividades principales se concentran en lo social, utilizando especialmente el Malecón peatonal, mientras que la participación en actividades culturales o recreativas programadas es mínima. Esto evidencia un potencial para diversificar la oferta y motivar una mayor integración de los visitantes en experiencias culturales y recreativas.

Dimensión Experiencial

Los visitantes perciben la seguridad, limpieza y comodidad en niveles medios, lo que refleja una satisfacción aceptable, pero con margen de mejora. La baja interacción con actividades culturales y recreativas muestra que, aunque el espacio ofrece estas oportunidades, los usuarios tienden a enfocarse en el paseo y la socialización. Los comentarios sugieren mantener la seguridad y el orden, al tiempo que se amplíen las atracciones y se mejore la infraestructura para incrementar la satisfacción general.

Dimensión Infraestructura y Entorno

El estado general de la infraestructura se considera aceptable, con mantenimiento adecuado de áreas verdes y señalización visible. No obstante, las acciones de sostenibilidad no son evidentes, lo que indica oportunidades para reforzar prácticas responsables y ambientalmente sostenibles. Para optimizar la experiencia de los visitantes y la operatividad del Malecón, es necesario repotenciar áreas, renovar atracciones y fortalecer la gestión de sostenibilidad, combinando infraestructura, servicios y programación de actividades.

Resultados de la entrevista

Dimensión Demográfica

El perfil predominante de los visitantes del Malecón 2000 son las familias con hijos, quienes buscan un espacio seguro y recreativo donde los niños puedan disfrutar de juegos y actividades mientras los adultos aprovechan áreas de paseo, gastronomía y entretenimiento. Se observa que la afluencia varía según la edad y el tipo de visitante; los jóvenes y adultos suelen concentrarse en áreas comerciales y gastronómicas, mientras que los niños y personas mayores prefieren los espacios recreativos. Esto evidencia que el Malecón funciona como un punto de encuentro intergeneracional y que los distintos grupos aprovechan sus áreas de manera diferenciada según sus intereses.

Dimensión Conductual

Predominan los visitantes locales, quienes consideran al Malecón un espacio habitual de recreación y socialización, seguidos de visitantes nacionales que acuden especialmente durante fines de semana y temporadas vacacionales. La frecuencia de visita es mayormente diaria, lo que refleja que el Malecón es percibido como un espacio seguro, cómodo y accesible para realizar actividades de paseo, recreación y socialización de manera rutinaria. Los visitantes realizan principalmente actividades recreativas y de paseo, como juegos infantiles, caminatas y consumo en comercios y áreas gastronómicas, aprovechando tanto los espacios de recreación como los sectores comerciales para disfrutar de una experiencia completa.

Dimensión Experiencial

En términos de percepción, los visitantes consideran que la seguridad, limpieza y comodidad son generalmente positivas, destacando que las áreas principales son

seguras, limpias y cómodas, aunque algunas zonas podrían requerir mayor mantenimiento. La participación en actividades culturales es parcial; algunos visitantes se involucran en eventos y exposiciones programadas, mientras que otros se concentran solo en el paseo o consumo. Los comentarios de los usuarios son mayormente positivos, valorando la seguridad, el mantenimiento y la diversidad de actividades, y sugieren que se continúe mejorando y ampliando el Malecón para mantener su atractivo y ofrecer nuevas experiencias recreativas y culturales.

Dimensión Infraestructura y Entorno

El estado general de la infraestructura y los servicios se considera bueno, con espacios funcionales y atractivos, aunque algunas áreas requieren repotenciación y mantenimiento constante. Se aplican diversas prácticas de sostenibilidad, incluyendo reciclaje, señalización ambiental y ahorro energético, lo que refleja un compromiso por mantener un espacio responsable con el medio ambiente y fomentar hábitos sostenibles entre los visitantes. Las mejoras necesarias incluyen optimizar los juegos infantiles, ampliar las atracciones y repotenciar ciertas áreas, con el objetivo de garantizar seguridad, diversión y comodidad, asegurando que el Malecón continúe siendo un espacio competitivo y atractivo para locales y turistas.

Resultados de la encuesta

Con el objetivo de complementar la información cualitativa obtenida a través de la entrevista al administrador, se recopilaron datos sobre los visitantes del Malecón 2000. Esta información permitió obtener detalles sobre aspectos clave del uso del espacio, como el perfil de los visitantes, la frecuencia de visitas, las actividades realizadas, la percepción de seguridad, limpieza y comodidad, así como la interacción con las actividades culturales y recreativas. Los resultados permiten identificar tanto fortalezas como oportunidades de mejora en la gestión del Malecón, aportando una visión más amplia y representativa del estado actual de su operación, la experiencia de los usuarios y la efectividad de los servicios e infraestructura disponibles.

Dimensión Demográfica:

La primera parte de la entrevista tuvo como propósito identificar las características básicas de los visitantes del Malecón 2000, con énfasis en variables como el sexo, la edad y el tipo de visitante. Estos datos permiten contextualizar los resultados

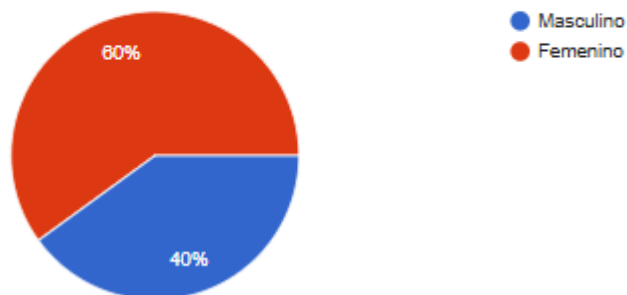
generales y comprender el perfil de los usuarios, aportando información clave para interpretar su comportamiento, preferencias y percepción sobre la seguridad, comodidad y oferta de actividades dentro del espacio.

Figura 11

Sexo predominante

¿Con qué sexo se identifica?

105 respuestas



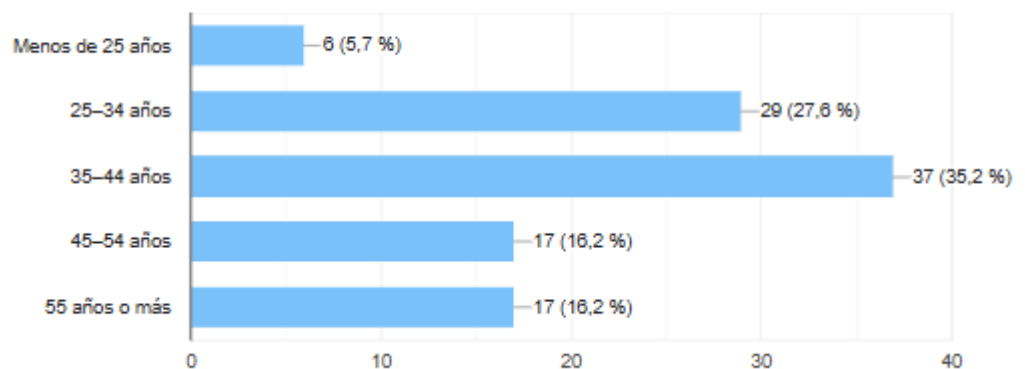
Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 12

Rango de edad

¿Cuál es su rango de edad?

105 respuestas



Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Análisis

Los datos muestran que los visitantes predominantes son hombres adultos (35–44 años), que acuden en pequeños grupos de tres personas. Esto indica que el Malecón funciona como un espacio de interacción social para grupos de amigos o familiares

adultos. No se observan diferencias significativas en la afluencia según sexo durante la semana o los fines de semana, lo que sugiere un flujo estable y uniforme de visitantes, reflejando que el Malecón es percibido como un lugar seguro y atractivo para distintos grupos de población sin distinción de género. Esta información permite comprender quiénes son los principales usuarios y cómo orientar estrategias de gestión y programación de actividades.

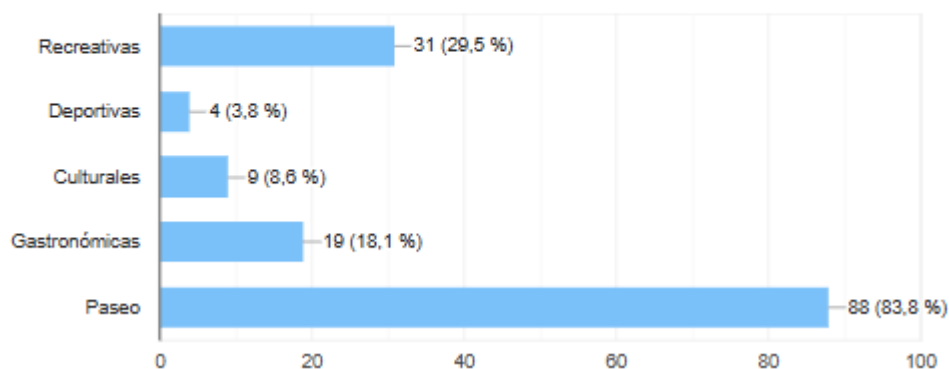
Dimensión Conductual:

Esta dimensión analiza el comportamiento y la frecuencia de los visitantes, considerando su procedencia (local, nacional o internacional), la periodicidad de sus visitas y las actividades que realizan en las distintas áreas del Malecón. Permite identificar patrones de uso y comprender cómo los visitantes interactúan con el espacio en términos de ocio, recreación y consumo.

Figura 13
Actividades

¿Qué tipo de actividades realiza principalmente en el Malecón 2000?

105 respuestas



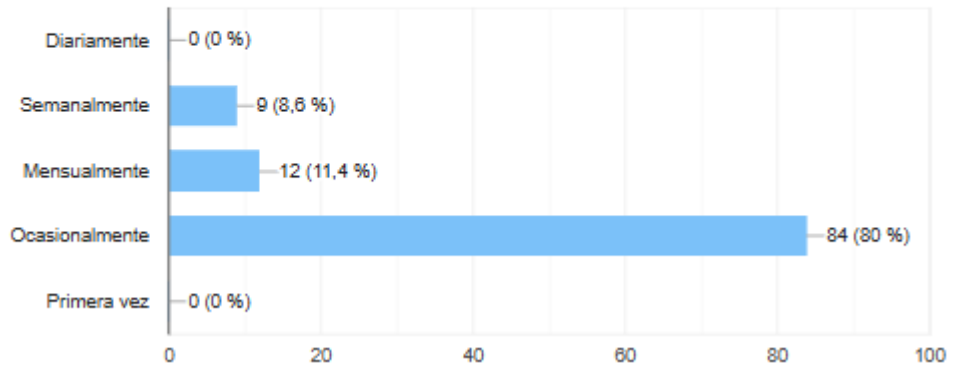
Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 14

Frecuencia de visitas

¿Con qué frecuencia visita el Malecón 2000?

105 respuestas



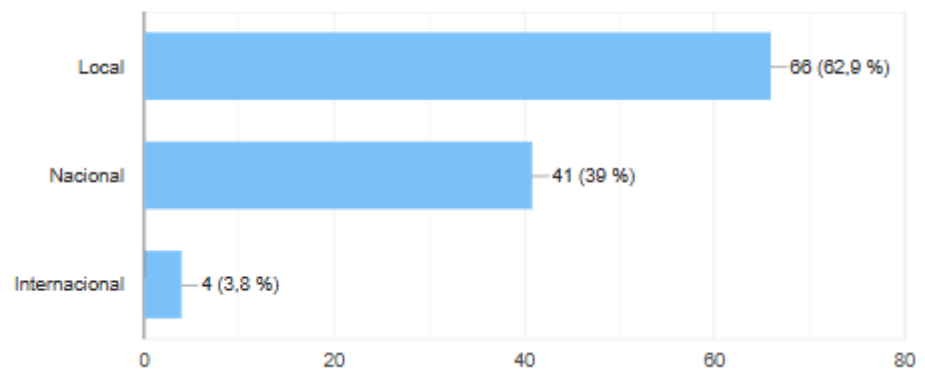
Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 15

Visitantes locales, nacionales o internacionales

¿Se considera visitante local, nacional o internacional?

105 respuestas



Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Análisis:

La observación indica que la mayoría de los visitantes proviene de otras ciudades del país, lo que evidencia que el Malecón 2000 tiene un alcance más allá del público local y cumple una función turística a nivel nacional.

La frecuencia de visita es ocasional, sugiriendo que los usuarios lo perciben como un destino recreativo puntual en lugar de un espacio de uso cotidiano. Las actividades principales realizadas son sociales, centradas en el Malecón peatonal, mientras que la participación en actividades culturales o recreativas programadas es prácticamente inexistente.

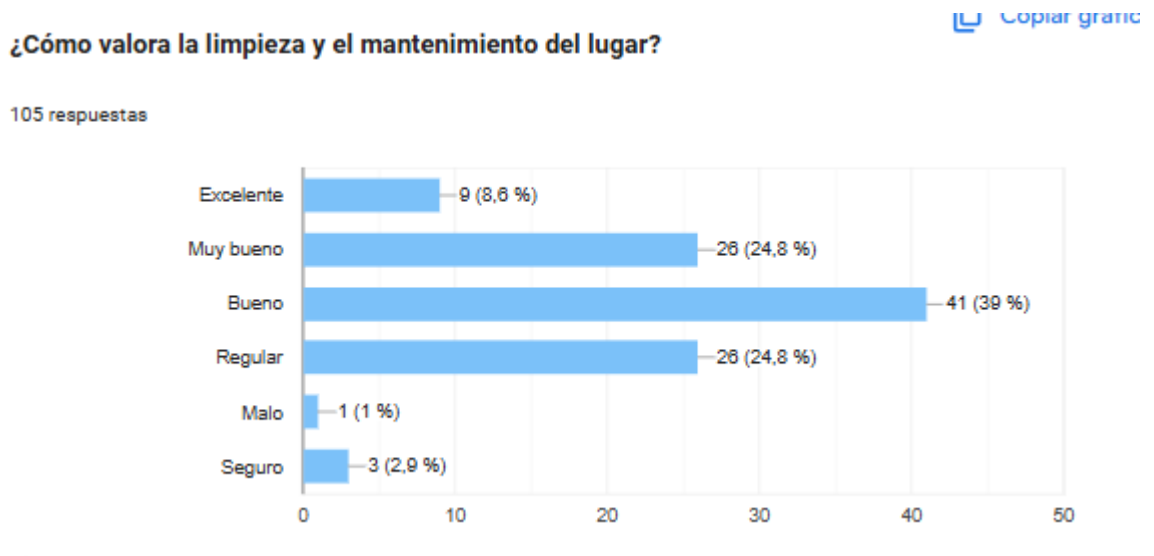
Esto revela la necesidad de diversificar y promover actividades culturales y recreativas para aumentar la interacción de los visitantes y maximizar el aprovechamiento del espacio.

Dimensión Experiencial:

Se centra en la percepción y satisfacción de los visitantes respecto a aspectos como seguridad, limpieza, comodidad y la participación en actividades culturales o recreativas. También recoge comentarios y sugerencias, lo que proporciona información sobre la experiencia de los usuarios y evidencia áreas de oportunidad para mejorar la calidad de la estancia en el Malecón.

Figura 16

Mantenimiento del lugar

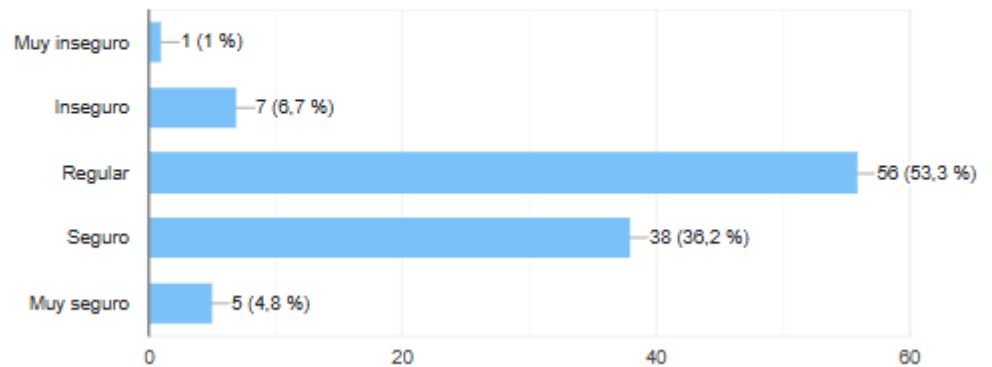


Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 17
Seguridad

¿Cómo calificaría la seguridad durante su visita al Malecón 2000?

105 respuestas

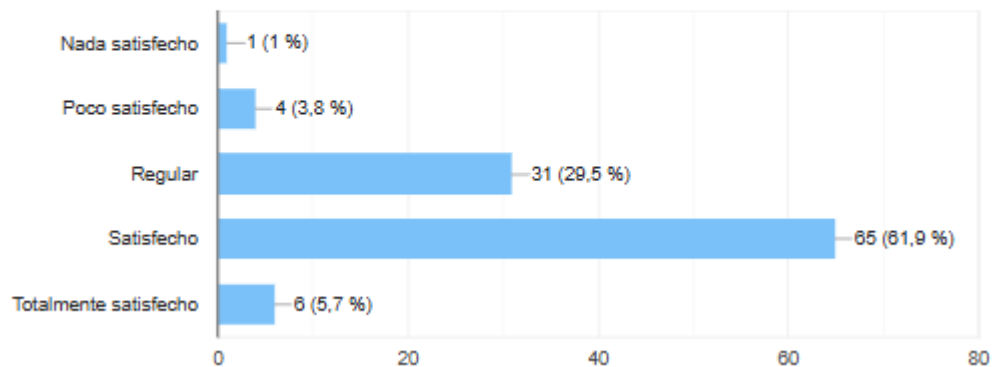


Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 18
Rango de satisfacción

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la experiencia en el Malecón 2000?

105 respuestas



Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Análisis:

Los visitantes perciben la seguridad como media, la limpieza y mantenimiento como aceptables, y la comodidad en áreas de descanso y senderos también en un nivel medio. La baja participación en actividades culturales o recreativas evidencia un área de oportunidad para incrementar la oferta y fomentar la integración de los usuarios en experiencias más enriquecedoras. Los comentarios recurrentes resaltan aspectos positivos como la seguridad y el entorno agradable, pero también sugieren mejoras en

juegos infantiles, ampliación de atracciones y repotenciación de algunas áreas, reflejando la importancia de la actualización continua y la adaptación a las necesidades de los visitantes para mantener su satisfacción.

Dimensión Infraestructura y Entorno:

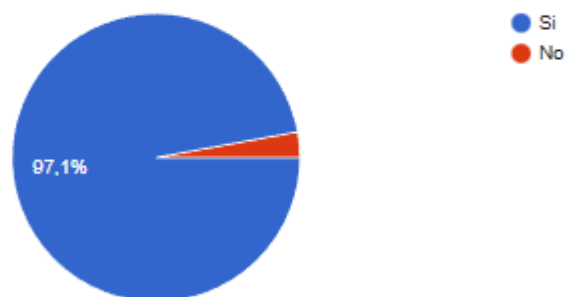
Evalúa la infraestructura, los servicios disponibles y la aplicación de prácticas de sostenibilidad, incluyendo reciclaje, señalización ambiental y ahorro energético. Asimismo, se recogen opiniones sobre las mejoras necesarias para optimizar la experiencia de los visitantes y garantizar la operatividad eficiente del espacio, proporcionando insumos clave para la gestión y planificación del Malecón.

Figura 19

Opinión de los visitantes

¿Recomendaría visitar el Malecón 2000 a familiares o amigos?

105 respuestas



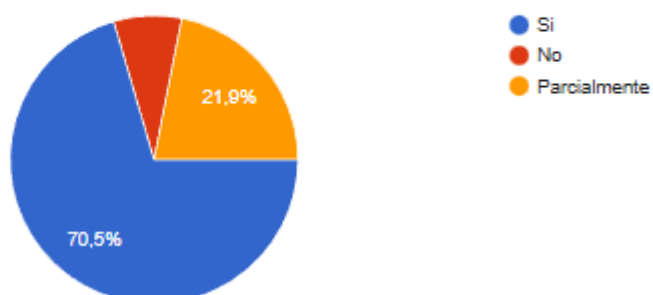
Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 20

Prácticas sostenibles

¿Percibe que se promueven prácticas sostenibles en el Malecón 2000 (reciclaje, señalización ambiental, ahorro energético)?

105 respuestas

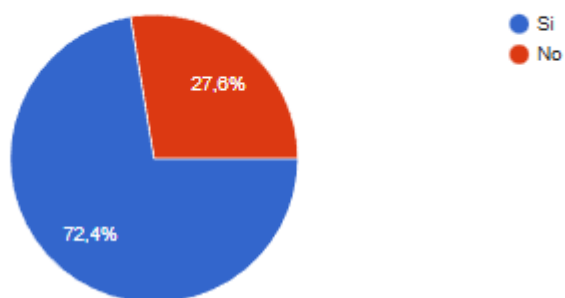


Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 21
Áreas verdes

¿Considera que las áreas verdes están bien mantenidas?

105 respuestas

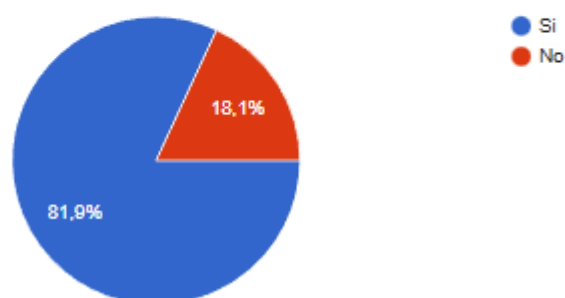


Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 22
Señalización

¿Considera que la señalización es clara y adecuada?

105 respuestas



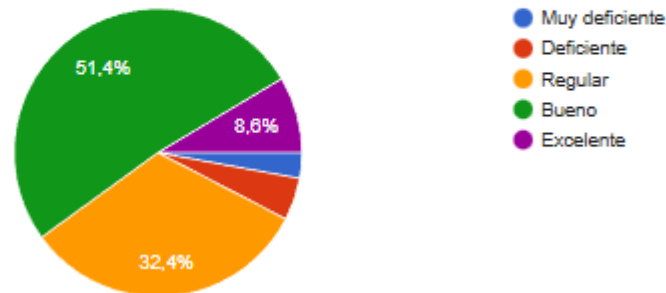
Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Figura 23

Apreciación de la infraestructura

¿Cómo evalúa el estado de la infraestructura del Malecón 2000?

105 respuestas



Nota. Elaboración propia basada en la encuesta en Malecón 2000

Análisis:

El estado general de la infraestructura se considera aceptable, con señalización adecuada y mantenimiento aceptable de áreas verdes, lo que contribuye a la percepción de un espacio funcional y seguro. Sin embargo, la aplicación de prácticas de sostenibilidad no es evidente, indicando una oportunidad para fortalecer hábitos responsables y el desarrollo urbano sostenible.

Las mejoras sugeridas incluyen repotenciación de áreas, ampliación de atracciones y renovación de juegos infantiles, lo que evidencia que, para optimizar la experiencia del visitante y la operatividad del Malecón, es necesario combinar el mantenimiento físico con la promoción de actividades culturales y recreativas, así como implementar acciones de sostenibilidad más visibles.

Análisis FODA

Diagnóstico

A partir de la entrevista, encuesta y observación del Malecón 2000 se identificaron los siguientes aspectos:

Fortalezas:

- Infraestructura funcional y atractiva en las principales áreas.

- Seguridad, limpieza y comodidad percibidas de manera positiva por los visitantes.
- Presencia de actividades culturales y recreativas con gran convocatoria.
- Prácticas de sostenibilidad como reciclaje, señalización ambiental y ahorro energético.

Debilidades / Oportunidades de mejora:

- Participación limitada en actividades culturales y recreativas por parte de algunos grupos de visitantes.
- Necesidad de repotenciar áreas recreativas, especialmente juegos infantiles y senderos peatonales.
- Escasa visibilidad y promoción de prácticas sostenibles y actividades culturales.
- Oportunidad de diversificar atracciones para distintos rangos etarios y grupos familiares

Estrategias de reactivación

Dimensión Demográfica: Perfil de los visitantes

- Implementar programas y actividades dirigidas a familias con hijos, jóvenes y adultos, considerando sus intereses específicos.
- Crear campañas de comunicación segmentadas que promuevan la visita del Malecón según grupos etarios y tipo de visitante (local, nacional, internacional).

Dimensión Conductual: Comportamiento y frecuencia de visitas

- Introducir actividades recreativas periódicas, como talleres, exposiciones itinerantes y eventos temáticos, que incentiven visitas más frecuentes.
- Fomentar recorridos guiados y experiencias interactivas para turistas nacionales y visitantes ocasionales.
- Mejorar la señalización y accesibilidad en todas las áreas para optimizar la movilidad y el disfrute del espacio.

Dimensión Experiencial: Seguridad, limpieza y participación

- Mantener y fortalecer programas de vigilancia, limpieza y mantenimiento continuo, asegurando una experiencia confortable y segura.
- Implementar una agenda cultural y recreativa visible y de fácil acceso, con actividades para todos los rangos etarios y grupos familiares.
- Establecer un sistema de retroalimentación constante con los visitantes para recoger comentarios y sugerencias sobre su experiencia.

Dimensión Infraestructura y Entorno: Servicios y sostenibilidad

- Repotenciar áreas de juegos infantiles, senderos peatonales y zonas de descanso, garantizando seguridad y comodidad.
- Aumentar la señalización ambiental y promover campañas de educación sobre reciclaje, ahorro energético y sostenibilidad.
- Optimizar los servicios gastronómicos y comerciales, asegurando calidad y diversidad de oferta.

Capítulo IV

Propuesta

En este capítulo se presenta la propuesta que tiene como finalidad diseñar estrategias integrales para la reactivación del Malecón 2000, mejorando la experiencia de los visitantes, incrementando la participación en actividades culturales y recreativas, fortaleciendo la sostenibilidad y consolidando al espacio como un referente de recreación y turismo en Guayaquil.

Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil

El Malecón 2000 es un espacio urbano emblemático de Guayaquil que combina recreación, cultura, turismo y comercio. Su relevancia radica en ser un punto de encuentro para familias, turistas y la comunidad local, promoviendo la interacción social y el desarrollo económico del sector. Sin embargo, en los últimos años se han identificado áreas de oportunidad relacionadas con la diversificación de actividades, la sostenibilidad y la optimización de infraestructura y servicios. A partir del análisis de los datos recolectados de primer orden y su análisis posterior, se elaboran estrategias del Malecón 2000 de la ciudad Guayaquil, donde se busca desde evidencias empíricas fortalecer su funcionalidad, dinamizar el uso del espacio público y mejorar la experiencia de los visitantes.

El objetivo principal de estas estrategias es reactivar el Malecón 2000 como un espacio urbano atractivo, seguro, sostenible y participativo, que genere experiencias enriquecedoras para los visitantes y promueva el desarrollo económico y cultural de la ciudad. A continuación, se presentan las estrategias:

1. Estrategia #1:

Mejorar la infraestructura y los servicios del Malecón, asegurando comodidad, seguridad y funcionalidad en todas las áreas.

Los resultados de la encuesta indican que los visitantes predominantes de Malecón 2000 son adultos, "principalmente hombres en el grupo de edad de 35 a 44 años, que vienen en pequeños grupos y utilizan el espacio principalmente de manera social y peatonal." Desde la dimensión experiencial, la percepción de seguridad,

limpieza y comodidad se encuentra a nivel medio, mientras que, en la dimensión de infraestructura, la condición general se considera justa, aunque hay repetidas sugerencias para mejorar el potencial de las áreas, renovar los juegos infantiles y expandir las atracciones. Estos resultados muestran que, aunque Malecón 2000 tiene un nivel funcional básico, existen considerables brechas respecto a la comodidad y servicio de los equipamientos, lo que resulta en un nivel moderadamente satisfactorio para los visitantes.

Se propone abordar esta dificultad mediante la optimización de la infraestructura y los servicios del malecón, a través de la mejora de los puntos de descanso, pavimentación de senderos, reposición del mobiliario urbano, a nivel de juegos y equipos, mejora de los servicios recreativos, así como la optimización de la iluminación y de la seguridad. Esta intervención apunta a los visitantes nacionales, que son la mayoría, y los usuarios locales. El recorrido de la intervención será en forma de escalonado, comenzando por las áreas de mayor afluencia y que los encuestados apuntaron como áreas de oportunidad. Carmona (2021) argumenta que no actualizar y mantener la infraestructura urbana impacta negativamente en la percepción de los usuarios. Esto genera valoraciones moderadas, incluso en lugares con alta funcionalidad básica. Estos hallazgos muestran que, aunque el Malecón 2000 tiene un nivel funcional básico, existen considerables brechas en la comodidad y el servicio del mobiliario que resultan en un nivel moderadamente satisfactorio para los visitantes.

La justificación de esta estrategia mantiene las características que definen la infraestructura y los servicios de los espacios públicos, que, a la vez, se constituyen en puntos determinantes a la satisfacción y permanencia de los usuarios. La calidad del entorno construido influye directamente en la intensidad y diversidad de las actividades sociales. Por lo tanto, abordar la percepción sobre las condiciones de seguridad, funcionalidad y confort del malecón, es altamente efectivo para reactivar la economía mediante la permanencia y repetición de las visitas, así como también para mejorar la competitividad y atracción de la imagen urbana. La intervención se llevará a cabo de manera escalonada, iniciando con las zonas de mayor afluencia que los encuestados señalaron como áreas con oportunidades. Esta táctica se alinea con las directrices de ONU-Habitat (2020) sobre la intervención gradual en espacios públicos, las cuales buscan maximizar el impacto económico y social de las inversiones en zonas urbanas.

Tabla 13*Servicios del Malecón 2000 identificados a partir de las encuestas.*

Tipo de visitante	Servicios y actividades identificadas en el Malecón 2000
Familias	Espacios para caminatas recreativas, áreas de descanso, locales de alimentos y bebidas, espacios abiertos para actividades familiares y recreativas.
Niños	Áreas de recreación infantil, espacios seguros para el esparcimiento, zonas abiertas para juegos y actividades recreativas.
Jóvenes	Espacios para socialización, caminatas, actividades al aire libre, eventos culturales ocasionales y oferta gastronómica.
Adultos	Áreas para caminatas, espacios de descanso, locales comerciales y gastronómicos, eventos culturales y recreativos.
Turistas y visitantes	Recorridos por el Malecón, espacios paisajísticos, oferta gastronómica, actividades culturales y recreativas, puntos de interés turístico.

2. Estrategia #2:

Diversificar y promover actividades culturales, recreativas y sociales que incrementen la participación de los visitantes.

Los visitantes al Malecón 2000 son, en su mayoría, visitantes ocasionales y sus actividades parecen estar concentradas en el Malecón, en actividades de sociabilidad. Igualmente, no parecen participar en actividades culturales o recreativas programadas. Esto indica, desde la dimensión de oferta, que hay poco y/o poco visible. Desde la dimensión de la experiencia, esta escasa participación en actividades programadas se identifica como una de las principales áreas de oportunidad. Según Richards (2020), la experiencia, se considera que esta escasa participación en actividades programadas es uno de los principales campos de oportunidad. Esto se debe a que la falta de eventos regulares disminuye el uso del espacio público y restringe la creación de experiencias relevantes para los usuarios.

De acuerdo con la UNESCO (2021) la gestión cultural urbana, la programación continua y variada contribuye a que distintas agrupaciones sociales se apropien del espacio público y fomenta la inclusión social. En este sentido, la estrategia apunta a diversificar y fortalecer la oferta de actividades culturales, recreativas y sociales, como actividades artísticas, ferias, conciertos, actividades familiares, y otras propuestas que incluyan a diversos grupos etarios. Estas actividades están dirigidas a visitantes tanto nacionales como locales, y se realizarán de forma periódica, con una promoción en el lugar y a nivel digital e institucional.

La justificación para esta estrategia es que la animación sociocultural puede ser un elemento importante en la transformación de los espacios públicos en entornos dinámicos y de experiencia. Las actividades culturales aumentan la interacción social y refuerzan la atraktividad de los destinos urbanos. Al abordar directamente la baja participación identificada en la encuesta, la mayor diversidad de actividades contribuiría a un uso más activo del Malecón, un aumento en la frecuencia de visitas y reactivaría el Malecón como un espacio urbano y turístico.

3. Estrategia #3:

Implementar prácticas sostenibles que refuercen la gestión ambiental y la responsabilidad ciudadana.

La observación en la dimensión infraestructura y entorno señala una posible discrepancia entre la valoración aceptable que los visitantes hacen de la señalización y áreas verdes, y de la evidencia que los visitantes nutren sobre la existencia de prácticas sostenibles. Los datos recogen una débil consideración de acciones como el reciclaje, el ahorro energético, la señalética ambiental, entre otros, lo que evidencia el escaso compromiso del Malecón como espacio de reivindicación de la sostenibilidad en el ámbito urbano y ambiental. Esta circunstancia se alinea con lo que propone ONU-Habitat (2020), al indicar que la falta de prácticas sostenibles observables en los espacios públicos disminuye la conciencia ambiental de los usuarios y restringe el papel educativo de la ciudad.

La estrategia, en línea con estos hallazgos, sugiere la incorporación de prácticas sostenibles que sean visibles y que sean de uso diario como: la señalética ambiental, el reciclaje, la utilización de tecnología de ahorro de energía en la iluminación, y la

realización de campañas educativas para los visitantes. Según investigaciones recientes de PNUMA (2021) sobre gestión ambiental urbana, la continuidad y la visibilidad de estas prácticas fomentan que los ciudadanos adopten conductas favorables al medioambiente. Estas acciones se realizarán de forma continua y simultánea en la totalidad del Malecón, y se integrarán a la sostenibilidad como un elemento esencial en su gestión y en su operación.

La implementación de esta estrategia se fundamenta en la necesidad de gestionar espacios públicos de acuerdo con los principios del desarrollo sostenible. Los espacios públicos sostenibles fortalecen la resiliencia urbana y promueven comportamientos de ciudadanía responsable. Así, al abordar la ausencia de prácticas sostenibles identificadas en la encuesta, la estrategia no solo mejora la imagen del Malecón, sino que también reactiva su potencial a través de una gestión moderna y responsable en alineación con las demandas contemporáneas del turismo y la ciudadanía.

4. Estrategia #4:

Fortalecer la promoción turística y la comunicación estratégica para aumentar la afluencia de visitantes locales, nacionales e internacionales.

Los datos de procedencia de los visitantes indican que la mayoría proviene de otras ciudades del país, lo que reafirma el rol del Malecón 2000 como atractivo turístico a nivel nacional. No obstante, la frecuencia de visita es esporádica y la asistencia a actividades programadas es baja, lo que alude a debilidades en la difusión de la oferta existente y la promoción del lugar como un destino activo y moderno. En este contexto, la Organización Mundial del Turismo (2021) argumenta que, si no se cuentan con estrategias de comunicación turística sólidas, los lugares urbanos tienen menos posibilidades de sostener un flujo constante de turistas y consolidar su competitividad.

Siendo así que, Gretzel et al. (2020) subrayan que la comunicación digital integrada y enfocada en la experiencia del visitante aumenta el valor percibido, robustece la imagen del destino y potencia la competitividad de los lugares turísticos urbanos. La estrategia busca potenciar la promoción turística y las relaciones públicas a nivel de comunicación con campañas de mayor alcance en el ámbito local, nacional e internacional, que utilicen como canales las redes sociales y medios digitales, así como la señalización informativa dentro del Malecón. Del mismo modo, se plantea la

necesidad de comunicar los elementos de superior valor como la nueva infraestructura, la programación cultural y las actividades de economía sostenible, con el objetivo de posicionar el Malecón como un espacio dinámico y renovado.

Esta estrategia está justificada, ya que la comunicación es un elemento clave para aumentar el flujo y diversificar audiencias. Una comunicación estratégica coherente aumenta el valor percibido del destino y estimula la decisión de visitar. Por lo tanto, al abordar los patrones de visitas ocasionales identificados en la encuesta, la promoción reforzada responderá a la reactivación del Malecón 2000 como un espacio público turístico y emblemático.

Plan de acción

Para garantizar la implementación efectiva de las 4 estrategias planteadas para la reactivación del Malecón 2000, se presenta un plan de acción que detalla las actividades específicas, los responsables, los plazos y los recursos necesarios.

Esta herramienta permite organizar de manera clara y estructurada cada iniciativa, asegurando que las acciones propuestas sean ejecutables, medibles y alineadas con los objetivos de mejorar la experiencia de los visitantes, fortalecer la infraestructura, fomentar la participación cultural y recreativa, y promover la sostenibilidad del espacio.

Tabla 14
Propuesta en plan de acción

Estrategia	Actividad	Responsable	Plazo	Recursos
Mejorar infraestructura	Renovación de juegos infantiles, senderos y áreas de descanso	Administración del Malecón	6 meses	Presupuesto municipal, empresas constructoras
Diversificación de actividades	Talleres culturales, exposiciones, eventos temáticos	Área cultural y recreativa	Permanente	Equipo de coordinación, materiales culturales

Comunicación y promoción	Campanñas segmentadas por grupos etarios y turistas	Área de marketing y turismo	de 3 meses y	Medios digitales, impresos, señalización
Sostenibilidad	Implementación de programas de reciclaje y ahorro energético	Área ambiental	Permanente	Contenedores, señalización, capacitaciones

Resultados esperados

- Incremento en la afluencia diaria y participación en actividades culturales y recreativas.
- Mayor satisfacción de los visitantes en términos de seguridad, comodidad y servicios.
- Reforzamiento de la imagen del Malecón 2000 como espacio turístico y cultural de referencia en Guayaquil.
- Implementación visible de prácticas sostenibles, promoviendo conciencia ambiental entre visitantes y administradores.
- Optimización de la gestión integral del espacio, garantizando la seguridad, mantenimiento y funcionalidad a largo plazo.

Presupuesto estimado de la propuesta

La implementación de las estrategias diseñadas para la reactivación del Malecón 2000 requiere una planificación financiera organizada y progresiva. El presupuesto ha sido estimado de manera referencial, considerando costos promedio de intervenciones en espacios públicos urbanos, actividades culturales, comunicación institucional y programas de sostenibilidad.

La mayor inversión corresponde a la mejora de infraestructura, debido a la necesidad de renovar juegos infantiles, optimizar senderos peatonales y fortalecer el mobiliario urbano. En segundo lugar, se contemplan recursos destinados a la

programación cultural y recreativa, así como a la estrategia de comunicación y promoción turística. Finalmente, se incluyen costos asociados a la implementación de prácticas sostenibles y educación ambiental.

En la siguiente tabla se presenta el detalle del presupuesto estimado por estrategia:

Tabla 15

Presupuesto estimado de la propuesta de reactivación del Malecón 2000

Estrategia	Costo estimado (USD)
Mejora de infraestructura	150.000 – 250.000
Actividades culturales y recreativas	40.000 – 60.000
Comunicación y promoción	25.000 – 40.000
Sostenibilidad ambiental	30.000 – 50.000
Total, estimado	250.000 – 400.000

Nota. Valores referenciales proyectados para ejecución escalonada según disponibilidad presupuestaria y posibles alianzas estratégicas.

Capítulo V

El presente capítulo expone las conclusiones derivadas del desarrollo de la investigación, en relación con los objetivos planteados y la propuesta de reactivación del Malecón 2000. Estas conclusiones sintetizan los hallazgos obtenidos a lo largo del estudio, a partir del análisis de la información recopilada sobre los visitantes, la infraestructura, las actividades culturales y recreativas, así como la gestión del espacio, permitiendo verificar el cumplimiento de los propósitos del trabajo.

Además, se presentan recomendaciones orientadas a mejorar la experiencia de los visitantes, la eficiencia operativa del Malecón y la sostenibilidad de sus servicios, considerando las necesidades y oportunidades detectadas en el espacio.

Estas sugerencias se fundamentan en los resultados obtenidos y buscan contribuir al fortalecimiento integral del Malecón 2000 mediante estrategias enfocadas en la infraestructura, la diversificación de actividades, la gestión ambiental y la promoción turística, asegurando que se mantenga como un espacio atractivo, seguro y funcional para todos los usuarios.

Conclusiones

Las conclusiones de esta investigación se centran en que el Malecón 2000 sigue siendo un espacio urbano fundamental para la ciudad de Guayaquil, cumpliendo un rol social, recreativo y turístico de gran relevancia.

El análisis demográfico de los visitantes evidencia que el Malecón atrae principalmente a familias con hijos, con un comportamiento diferenciado según la edad y el tipo de visitante, esta diversidad de usuarios confirma que el Malecón funciona como un punto de encuentro intergeneracional, lo que refuerza la necesidad de mantener y mejorar la oferta de actividades que se adapten a distintos intereses y grupos etarios.

En cuanto al comportamiento de los visitantes, se observa que la mayoría proviene de la localidad, con frecuencia de visita diaria, mientras que los visitantes nacionales acuden en momentos puntuales, especialmente fines de semana y temporadas vacacionales.

Las actividades realizadas se centran en la socialización, el paseo y el consumo en comercios y áreas gastronómicas, evidenciando que, si bien las actividades culturales y recreativas programadas existen, su participación es parcial. Esto señala la oportunidad de diversificar y promover eventos culturales y recreativos de manera más estratégica, con el fin de involucrar activamente a todos los visitantes y maximizar la experiencia que el Malecón puede ofrecer.

La percepción de los usuarios sobre seguridad, limpieza y comodidad es generalmente positiva, aunque algunas áreas requieren mantenimiento y repotenciación. La infraestructura en general es funcional y atractiva, pero ciertos sectores necesitan renovación y modernización, especialmente juegos infantiles y zonas de descanso. Asimismo, las prácticas de sostenibilidad aplicadas, como reciclaje, señalización ambiental y ahorro energético, son un avance significativo, aunque su visibilidad y promoción podrían fortalecerse para generar mayor conciencia ambiental entre los visitantes.

A partir de los hallazgos, se concluye que la reactivación del Malecón 2000 requiere un enfoque integral que combine mejoras físicas, diversificación de actividades y fortalecimiento de la gestión ambiental. Las estrategias deben orientarse a optimizar la infraestructura, ampliar la oferta de atracciones, consolidar la seguridad y limpieza, e

implementar prácticas sostenibles de manera más evidente. Al mismo tiempo, es fundamental fomentar la participación de los visitantes en eventos culturales y recreativos, generar experiencias que atraigan tanto a locales como a turistas nacionales, y mantener canales de retroalimentación para conocer continuamente las expectativas de los usuarios.

La investigación evidencia que el Malecón 2000 posee un gran potencial para seguir siendo un espacio urbano de referencia, siempre que se implementen estrategias que integren la mejora de la experiencia del visitante, la modernización de la infraestructura, la diversificación de actividades y la sostenibilidad.

La aplicación de estas medidas permitirá no solo incrementar la afluencia y satisfacción de los usuarios, sino también consolidar al Malecón como un referente de recreación, cultura y desarrollo urbano en la ciudad de Guayaquil.

Recomendaciones

Para potenciar la reactivación del Malecón 2000 y mejorar la experiencia de los visitantes, se recomienda fortalecer la infraestructura existente, priorizando la repotenciación de áreas de recreación, senderos peatonales, zonas de descanso y juegos infantiles, garantizando seguridad, comodidad y accesibilidad para todos los grupos etarios. Esto permitirá que las familias, jóvenes y adultos puedan disfrutar de un entorno funcional y atractivo, consolidando al Malecón como un espacio de encuentro intergeneracional.

Se sugiere diversificar y ampliar la oferta de actividades culturales y recreativas, promoviendo talleres, exposiciones, eventos temáticos y programas de entretenimiento dirigidos a distintos tipos de visitantes. Estas iniciativas deben planificarse estratégicamente, asegurando que los eventos sean inclusivos, participativos y periódicos, de manera que aumenten la afluencia y fomenten la interacción social, el interés por la cultura local y la permanencia prolongada de los visitantes en el espacio.

Es recomendable reforzar las acciones de sostenibilidad mediante la implementación más visible de programas de reciclaje, ahorro energético, señalización y educación ambiental para los usuarios. Estas medidas no solo contribuirán a mantener el Malecón como un espacio ambientalmente responsable, sino que también fortalecerán la conciencia ciudadana y el compromiso de los visitantes con prácticas sostenibles.

Se sugiere mantener y optimizar los servicios disponibles, incluyendo áreas comerciales, gastronómicas y de información, garantizando calidad, diversidad y atención eficiente. Es necesario establecer canales de retroalimentación permanentes, mediante encuestas o buzones de sugerencias, para conocer las expectativas y opiniones de los usuarios y poder ajustar continuamente la gestión del Malecón.

Además, se recomienda diseñar campañas de promoción y comunicación dirigidas tanto a visitantes locales como nacionales, destacando la seguridad, la variedad de actividades y la experiencia integral que ofrece el Malecón 2000. Estas estrategias contribuirán a aumentar la visibilidad del espacio, atraer nuevos públicos y fortalecer su posicionamiento como un referente turístico, cultural y recreativo de la ciudad de Guayaquil.

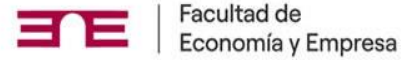
Referencias

- Alcaldía de Guayaquil. (09 de 10 de 2024). *Alcaldía de Guayaquil*. Obtenido de <https://guayaquil.gob.ec/malecon-cumple-anos-visitas/>
- Amaral, Batista y Fernandes. (2022). Application of PDCA cycle and Lean tools in internal logistics: A milk run case study. *International Journal of Industrial Engineering and Operations Management*, 4(1), 59–70. doi: <https://doi.org/10.12345/>
- APICS. (2021). Obtenido de <https://www.apics.org>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Barragán Melendres, C. C., Ponce Costales, M. E., Cardona Salazar, A. V., García Sánchez, M. C., & Posso Pacheco, E. E. (2023). Desarrollo de competencias socioemocionales en el contexto educativo: Estrategias para el bienestar integral. . *MENTOR: Revista de Investigación Educativa y Deportiv*, 03 (09).
- Carmona, M. (2021). Espacio público y los retos de la transformación urbana. *Revista de Diseño Urbano*, 26(1), 1–21.
- Chopra y Meindl. (2019).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://biblioteca.defensoria.gob.ec/handle/37000/4083>
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. . *Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Educational Services*.
- Global Supply Chain Trends . (2023). Resilience and digital readiness.
- Gretzel, U., Fesenmaier, D., Formica, S., & O'Leary, J. (2020). En busca del futuro: Desafíos que enfrentan las organizaciones de marketing de destinos. *Journal of Travel Research*, 59(2), 179–193.

- Gürel, E. (2017). Análisis FODA: una revisión teórica. *Revista de Investigación Social Internacional*. doi: 10.17719/jisr.2017.1832
- Herbas Torrico y Alem Oyola. (2021). A Case Study of Inventory Management System for an International Lifestyle Product Retailer in Bolivia. (I. S. International, Ed.) *IEOM Society International* . doi:<https://doi.org/10.46254/SA02.20210550>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). *McGraw-Hill*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Mary Walton, W. Edwards Deming. (2004). El método Deming en la práctica. *Editorial Norma*.
- McAtamney y Corlett. (1993). A survey method for the investigation of work-related upper limb disorders. *Applied Ergonomics*. *Applied Ergonomics*. doi:[https://doi.org/10.1016/0003-6870\(93\)90080-S](https://doi.org/10.1016/0003-6870(93)90080-S)
- Montiel, A. J. (2021). LA NUEVA ECONOMÍA DESDE EL ENFOQUE DE LACOMPETITIVIDAD EN LA FUNCIÓN EMPRESARIAL Y ELLIBRE MERCADO. *Revista Ideográfica*. doi:978-9942-8929-0-4
- ONU-Habitat. (2020). *Espacios públicos inclusivos y seguros: Directrices globales*. Obtenido de Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Directrices mundiales para la reactivación del turismo* . Obtenido de OMT.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2021). *En paz con la naturaleza: Un plan científico para abordar las emergencias climáticas, de biodiversidad y de contaminación* . Obtenido de PNUMA.
- Richards, G. (2020). Diseño de espacios creativos: El rol del turismo creativo. *Anales de Investigación Turística*, 85.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., y Simchi-Levi, E. (2021).

UNESCO. (2021). *Cultura y espacio público: Promoviendo ciudades inclusivas, seguras y resilientes* . Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

ANEXOS



ANEXOS

Anexo A. Autorización para la recolección de datos



Oficio Nro. GG-2026-0030
Guayaquil, 27 de enero de 2026

Señores
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mi consideración:

Nosotros, Fundación Malecón 2000, autorizamos se realice una entrevista con fines estrictamente académicos con la estudiante Mariel Juliette Romero Robles, con cédula de ciudadanía 0941169161, quien se encuentra desarrollando el trabajo de integración curricular denominado: "Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil".

Agradezco de antemano la atención brindada a la presente, reiterando mis sentimientos de la más alta consideración y estima.

Atentamente,



Abg. Víctor Manuel Miele Cabal, MSc.
GERENTE GENERAL
FUNDACIÓN MALECÓN 2000



Elaborado por: Doménica Herrera, Asistente de Gerencia General de la Fundación Malecón 2000

Anexo B. Observación Estructurada

Objetivo

Registrar y analizar de manera sistemática el comportamiento, las interacciones y el uso de los espacios por parte de los visitantes del Malecón 2000, con el fin de identificar patrones de comportamiento, niveles de seguridad, accesibilidad, limpieza, sostenibilidad y satisfacción general, que permitan proponer mejoras en la gestión y mantenimiento del lugar.

Ficha de Observación Estructurada - Malecón 2000	
Nombre del Observador: _____	Fecha: _____
Hora de inicio: _____	Hora de finalización: _____
Área observada: (Marque con ✓)	
<input type="checkbox"/> Zona de Restaurantes <input type="checkbox"/> Áreas Verdes <input type="checkbox"/> Paseo Principal <input type="checkbox"/> Áreas Deportivas <input type="checkbox"/> Otros: _____	

Marcar con una X la opción que corresponda según lo observado.

Ítem de observación	Categorías de registro
Sexo predominante de los visitantes observados	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
Diferencias en la afluencia según sexo entre semana y fines de semana	<input type="checkbox"/> No se observan diferencias <input type="checkbox"/> Mayor presencia masculina <input type="checkbox"/> Mayor presencia femenina
Rango de edad predominante	<input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Adultos mayores
Proporción de visitantes por grupo etario	<input type="checkbox"/> Mayoría jóvenes <input type="checkbox"/> Mayoría adultos

	<input type="checkbox"/> Mixto
Número de personas por grupo de visita	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> 4-6 <input type="checkbox"/> Más de 6
Origen del visitante observado	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional
Frecuencia aparente de visita	<input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Ocasional <input type="checkbox"/> Frecuente
Actividad que realiza el visitante	<input type="checkbox"/> Recreativa <input type="checkbox"/> Cultural <input type="checkbox"/> Deportiva <input type="checkbox"/> Social
Áreas del Malecón utilizadas con mayor frecuencia	<input type="checkbox"/> Áreas verdes <input type="checkbox"/> Zonas recreativas <input type="checkbox"/> Malecón peatonal <input type="checkbox"/> Áreas culturales
Nivel de seguridad percibido	<input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Alto
Limpieza y mantenimiento del lugar	<input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Bueno
Comodidad en áreas de descanso y senderos	<input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Alta
Participación en actividades culturales o recreativas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Uso de servicios disponibles	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Estado general de la infraestructura	<input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Buena

Presencia de señalización adecuada	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Mantenimiento de áreas verdes	<input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Bueno
Aplicación de acciones de sostenibilidad	<input type="checkbox"/> No se observa <input type="checkbox"/> Parcial <input type="checkbox"/> Adecuada



ANEXOS

Anexo C. Encuesta

Objetivo de la Encuesta:

Recolectar información sobre las características demográficas, sociográficas, experienciales, ambientales y de satisfacción de los visitantes del Malecón 2000, con el fin de analizar su percepción sobre la accesibilidad, seguridad, limpieza, comodidad y sostenibilidad del espacio, así como su experiencia general, para generar propuestas de mejora en la gestión y uso del área recreativa.

Marcar con una X la opción señalada

N.º	Pregunta	Opciones / Tipo de respuesta
1	¿Con qué sexo se identifica?	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro
2	¿Cuál es su rango de edad?	<input type="checkbox"/> Menos de 25 años <input type="checkbox"/> 25–34 años <input type="checkbox"/> 35–44 años <input type="checkbox"/> 45–54 años <input type="checkbox"/> 55 años o más
3	¿Cuántas personas conforman su grupo al visitar el Malecón 2000?	_____ (Número)
4	¿Se considera visitante local, nacional o internacional?	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Internacional
5	¿Con qué frecuencia visita el Malecón 2000?	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Mensualmente

Ocasionalmente

Primera vez

6 ¿Qué tipo de actividades realiza principalmente en el Malecón 2000?

Recreativas

Deportivas

Culturales

Gastronómicas

Paseo

Otro: _____

7 ¿Cuál es la duración promedio de su estadía en el Malecón 2000?

Menos de 1 hora

1–2 horas

2–3 horas

Más de 3 horas

8 ¿Cómo calificaría la seguridad durante su visita al Malecón 2000?

Muy inseguro

Inseguro

Regular

Seguro

Muy seguro

9 ¿Cómo valora la limpieza y el mantenimiento del lugar?

Muy deficiente

Deficiente

Regular

Bueno

Excelente

10 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la experiencia en el Malecón 2000?

Nada satisfecho

Poco satisfecho

Regular

Satisfecho

Totalmente satisfecho

11 ¿Recomendaría visitar el Malecón 2000 a familiares o amigos? Sí No

12 ¿Percibe que se promueven prácticas sostenibles en el Malecón 2000 (reciclaje, señalización ambiental, ahorro energético)? Sí No Parcialmente

13 ¿Considera que las áreas verdes están bien mantenidas? Sí No

14 ¿Considera que la señalización es clara y adecuada? Sí No

15 ¿Cómo evalúa el estado de la infraestructura del Malecón 2000?

Muy deficiente

Deficiente

Regular

Bueno

Excelente



Anexos

Anexo D. Entrevista

Objetivo general:

Explorar las percepciones, experiencias y opiniones de los administradores respecto a la accesibilidad, seguridad, uso, condiciones ambientales y satisfacción general en el Malecón 2000, para identificar áreas de mejora.

1. **¿Cuál es el perfil predominante de los visitantes del Malecón 2000?**

El perfil predominante son las familias con hijos, ya que buscan un espacio seguro y recreativo donde los niños puedan disfrutar de juegos y actividades mientras los adultos aprovechan áreas de paseo, gastronomía y entretenimiento, convirtiendo al Malecón en un punto de encuentro intergeneracional.

2. **¿Percibe diferencias en la afluencia según sexo, edad o tipo de visitante?**

Sí, se observa que la afluencia varía según la edad y el tipo de visitante; los jóvenes y adultos suelen concentrarse en áreas comerciales y gastronómicas, mientras que los niños y personas mayores prefieren los espacios recreativos, mostrando también que mujeres y hombres utilizan el Malecón de manera diferente según sus intereses y acompañantes.

3. **¿Qué tipos de visitantes (locales, nacionales, internacionales) predominan?**

Predominan los visitantes locales, quienes consideran al Malecón un espacio habitual de recreación y socialización, seguido de visitantes nacionales que acuden especialmente durante fines de semana y temporadas vacacionales motivados por la oferta cultural y recreativa.

4. **¿Con qué frecuencia visitan el Malecón según su observación o registro?**

La mayoría de los visitantes locales acuden diariamente, lo que refleja que el Malecón es percibido como un espacio seguro, cómodo y accesible, donde las personas pueden realizar actividades de paseo, recreación y socialización de manera rutinaria.

5. ¿Qué actividades realizan con mayor frecuencia los visitantes y en qué áreas del Malecón?

Los visitantes realizan principalmente actividades recreativas y de paseo, como juegos infantiles, caminatas y consumo en comercios y áreas gastronómicas, aprovechando tanto los espacios de recreación como los sectores comerciales para disfrutar de una experiencia completa de entretenimiento y ocio.

6. ¿Cómo considera que los visitantes perciben la seguridad, limpieza y comodidad del Malecón?

En general, los visitantes perciben estas condiciones de manera positiva, destacando que las áreas principales son seguras, limpias y cómodas, aunque aún existen zonas que podrían requerir mayor mantenimiento para garantizar una experiencia óptima en todos los sectores.

7. ¿Qué interacción tienen con las actividades culturales o recreativas?

La participación en actividades culturales es parcial; algunos visitantes se involucran en eventos y exposiciones programadas, mientras que otros se concentran solo en el paseo o consumo, aunque los eventos de gran convocatoria atraen notablemente a la comunidad interesada en experiencias artísticas y recreativas.

8. ¿Qué comentarios o sugerencias frecuentes reciben los visitantes sobre su experiencia?

Los visitantes generalmente emiten comentarios positivos, valorando la seguridad, el mantenimiento y la diversidad de actividades, y sugieren que se continúe mejorando y ampliando el Malecón para mantener su atractivo y ofrecer nuevas experiencias recreativas y culturales.

9. ¿Cómo evalúa el estado general de la infraestructura y los servicios del Malecón?

El estado general se considera bueno, ya que la infraestructura es funcional y atractiva, aunque algunas áreas requieren repotenciación y mantenimiento constante para garantizar la comodidad y seguridad de todos los visitantes.

10. ¿Qué prácticas de sostenibilidad se aplican actualmente (reciclaje, señalización ambiental, ahorro energético)?

Se aplican diversas prácticas de sostenibilidad, incluyendo reciclaje, señalización ambiental y ahorro energético, lo que demuestra un compromiso por mantener un espacio ambientalmente responsable y promover hábitos sostenibles entre los visitantes.

11. ¿Qué mejoras considera necesarias para optimizar la experiencia de los visitantes y la operatividad del Malecón?

Es necesario mejorar los juegos infantiles, ampliar las atracciones y repotenciar ciertas áreas, con el fin de garantizar mayor seguridad, diversión y comodidad, asegurando que el Malecón continúe siendo un espacio atractivo y competitivo tanto para locales como para turistas.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Romero Robles, Mariel Juliette**, con C.C: # **0941169161** autora del trabajo de titulación: Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas 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, 26 de febrero de 2026

Romero Robles, Mariel Juliette

C.C: 0941169161

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de estrategias para la reactivación del Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Romero Robles, Mariel Juliette		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ec. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 de febrero de 2026	No. DE PÁGINAS:	80 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Gestión turística; Planificación estratégica; Desarrollo sostenible; Marketing turístico; Gestión urbana.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Reactivación turística, gestión estratégica, sostenibilidad, posicionamiento, infraestructura urbana. Tourism reactivation, strategic management, sustainability, positioning, urban infrastructure.</i>		
RESUMEN			
<p>Esta investigación tuvo como objetivo. diseñar estrategias para su reactivación, mediante un estudio de mercado que permita consolidarlo como un producto turístico competitivo y sostenible.</p> <p>El estudio se fundamentó en modelos y teorías de administración aplicadas al ámbito turístico, así como en el análisis de la situación actual del Malecón en términos de infraestructura, gestión, oferta de actividades y comportamiento de la demanda. Los resultados evidencian que el espacio mantiene una alta afluencia, principalmente de visitantes locales y grupos familiares, con una percepción positiva en cuanto a seguridad y limpieza. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con la modernización de áreas recreativas, la diversificación de actividades culturales y el fortalecimiento de prácticas sostenibles.</p> <p>En respuesta, se plantearon cuatro estrategias: optimización de la infraestructura, diversificación de la oferta cultural y recreativa, fortalecimiento de la comunicación y promoción segmentada, e implementación de acciones ambientales sostenibles. Estas propuestas se estructuraron en un plan de acción con actividades, responsables, plazos y recursos definidos para garantizar su viabilidad.</p> <p>La reactivación del Malecón 2000 requiere un enfoque integral orientado a mejorar la experiencia del visitante, fortalecer la gestión y consolidar su posicionamiento como espacio urbano, turístico y cultural sostenible en la ciudad de Guayaquil.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: + 593 96 311 3144	E-mail: mariel.romero@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Coello Cazar, David		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: david.coello@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):			